**Comunicato stampa**

AUDIENCE

**Nostalgia di Futuro 2024**

*Lunedì 18 novembre ore 15:00/17:00 Spazio Europa (gestito dall'Ufficio del Parlamento europeo in Italia e dalla Rappresentanza in Italia della Commissione europea - via IV Novembre, 149 Roma)*

Roma, 12 novembre 2024 - Audience è il tema di [Nostalgia di Futuro](https://www.media2000.it/nostalgia-di-futuro/) (16esima edizione) evento che ricorda Giovanni Giovannini (storico presidente FIEG): **lunedì 18 novembre dalle ore 15:00 alle ore 17:00 presso Spazio Europa (gestito dall'Ufficio del Parlamento europeo in Italia e dalla Rappresentanza in Italia della Commissione europea - via IV Novembre 149 Roma).** Quest’anno la scelta è ricaduta sull’audience perché si prevede un aumento del 4% degli investimenti pubblicitari attribuibili alla Total audience.

“La misurazione dell’audience in Europa deve adattarsi alle mutevoli abitudini di consumo dei media e ai progressi tecnologici - dice **Franco Siddi** (Presidente CRTV - TV2000 - TuttiMedia /cons. FIEG) - il nostro evento Nostalgia di Futuro anticipa i passaggi cruciali del cambiamento. Le norme Europee approvate (DSA, DMA, MFA,) tutelano libertà di mercato, pluralismo e concorrenza, ma bisogna garantire la sostenibilità economica di tutti i media per innovare e sostenere servizi di interesse generale e universalmente accessibili. Questo vale per il servizio pubblico. Il resto deve poter vivere dal mercato in una competizione regolata e trasparente”.

“L’efficiente allocazione delle risorse pubblicitarie si basa sulla condivisione delle regole fra gli editori ed il mercato: la scelta di costituire Audicom, un unico JIC per carta e digitale, dimostra come un percorso comune e condiviso possa portare benefici per tutti gli stakeholder – afferma **Fabrizio Carotti** (Direttore generale Fieg) -. L’equilibrio fra i diversi media e le garanzie per un mercato che sappia valorizzare tutte le esperienze è sicuramente un obiettivo da perseguire, gli approfondimenti previsti da questo incontro forniranno un contributo importante”.

“È da anni che chiediamo che l’audience di YouTube venga misurata da un JIC e che le sue metriche possano essere comparate con quelle rilevate da Auditel - sostiene **Diego Ciulli** (Head of Government Affairs and Public Policy, Google) -. Crediamo che Audicom debba avere come obiettivo una misurazione che segua le logiche del mercato del 2024, in cui la fruizione del contenuto avviene su tutti i device

(inclusa la connected TV), e che rispetti la privacy degli utenti. Solo così possiamo ottenere la trasparenza che il mercato e i consumatori chiedono a gran voce”.

“La misurazione in Europa sta subendo significative trasformazioni, per adattarsi alle mutevoli abitudini di consumo dei media e ai nuovi strumenti tecnologici che raccolgono dati e li trasformano in informazioni - dichiara **Maria Pia Rossignaud**

(vice presidente Osservatorio TuttiMedia) -. Il nuovo scenario offre vantaggi competitivi a chi saprà adattarsi ai cambiamenti”.

**Gianni Letta** (Presidente onorario Osservatorio TuttiMedia) apre il dibattito dell’[Osservatorio TuttiMedia](https://www.media2000.it/osservatorio-tutti-media/), poi la parola a **Elena Grech** (Capo Ufficio Rappresentanza Commissione europea in Italia); **Carlo Corazza** (Capo Ufficio Rappresentanza Parlamento europeo in Italia); **Franco Siddi** (Presidente CRTV/TV2000/TuttiMedia - cons. Fieg); **Maria Pia Rossignaud** (Vice presidente Osservatorio TuttiMedia); **Fabrizio Angelini** (CEO e Fondatore di Sensemakers); **Maria Pia Caruso** (Dirigente Agcom); **Diego Ciulli** (Head of Government Affairs and Public Policy, Google); **Maurizio Gasparri** (Senatore FI); **Mihaela Gavrila** (Professoressa di Entertainment e Television Studies Università Sapienza di Roma); **Marianna Ghirlanda** (Presidente IAA Italy Chapter); **Francesco Ottoveggio** (Responsabile dell’Unità Media Currencies del Marketing Strategico di Mediaset); **Alessandra Paradisi** (Vice Direttrice Ufficio Studi Rai); **Raffaele Pastore** (Direttore generale UPA); **Guido Scorza** (Componente Garante Privacy); **Fernando Vacarini** (Responsabile Media Relations, Corporate Reputation & Digital PR del Gruppo Unipol, Direttore Responsabile del magazine Changes); **Saverio Vero** (Rai Pubblicità); **Raimondo Zanaboni** (Presidente di Manzoni & C S.p.A.); Modera **Vincenzo Morgante** (Direttore TV2000). Conclude: **Derrick de Kerckhove** (Direttore scientifico TuttiMedia/MediaDuemila e docente al Politecnico di Milano).

**Segue cerimonia di premiazione Nostalgia di Futuro Award 2024.**

Per maggiori informazioni: [redazione@mediaduemila.com](mailto:redazione@mediaduemila.com)