**BOZZA VERBALE DEL CONSIGLIO FEDERALE FCP DI MERCOLEDÌ 15 APRILE 2020**

Il giorno mercoledì 15 aprile 2020, alle ore 09:30, in conference call si è svolto il Consiglio Federale FCP, a seguito di regolare convocazione.

**Presiede i lavori:**

Il Presidente FCP Massimo Martellini

**I Consiglieri della Federazione**

**Presenti:**

Fausto Amorese 24 ORE SYSTEM

Francesco Barbarani RAI PUBBLICITÀ

Matteo Cardani PUBLITALIA

Giuliano Cipriani CAIRO

Uberto Fornara CAIRO

Alessandro Furgione MANZONI

Stefano Fraschetti OPQ

Giorgio Galantis MEDIAMOND

Monica Gallerini RDS

Massimo Micheli SPORTNETWORK

Angelo Sajeva CLASS

Federico Silvestri 24 ORE SYSTEM

Raimondo Zanaboni RCS

**Partecipa ai lavori:**

Donatella Sciacca – Segreteria FCP

**Ordine del Giorno**

1. Aggiornamento su comunicazione Dati
2. Varie eventuali

**VERBALE**

Il Presidente FCP Massimo Martellini, constatata come da Statuto la presenza della metà più uno dei componenti del Consiglio Federale e della metà più uno delle associazioni dei singoli mezzi, dichiara regolarmente costituito il Consiglio Federale e apre i lavori.

Il Presidente FCP Massimo Martellini informa i presenti che ieri si è svolta l’Assemblea FCP-Assoquotidiani per condividere principalmente il tema della sospensione dell’Osservatorio. La posizione sulla quale si sono ritrovati tutti è quella di un’interruzione dei dati verso l’esterno per un periodo di emergenza che ad oggi non è ancora possibile quantificare, con la possibilità di far circolare il dato internamente, quindi senza interruzione del flusso dati verso Reply con le modalità di trasmissione ad oggi utilizzate, dando fiducia al gruppo di lavoro di tutta l’Assemblea che il dato non venga divulgato all’esterno e vedere cosa succede. Per quanto riguarda Nielsen che probabilmente proseguirà nel suo lavoro di stima, dobbiamo decidere che tipo di posizione avere sulla componente “spazio” cioè potremo interrompere l’Osservatorio totalmente quindi non dichiarando più nulla e lasciando la parola a Nielsen che farà le sue analisi e le sue rilevazioni in totale autonomia. Per quanto riguarda il digitale la situazione è diversa perché mentre sulla stampa, radio e Tv esistono gli spazi misurabili, sul digitale Nielsen non è in grado di fare questo mestiere quindi la stima sarà ancora più aleatoria e da un certo punto di vista darà a noi la possibilità di poter lasciare totalmente le cose in mano a Nielsen che farà il suo mestiere di “stimatore” del mercato senza utilizzare dei dati certificati.

Questa è l’ipotesi che oggi viene portata in Consiglio Federale.

A questo punto il Presidente FCP Massimo Martellini invita i presenti ad un giro di tavolo per condividere insieme il contesto attuale e le linee da seguire. Intervengono al dibattito i vari Consiglieri che si dimostrano a favore dell'iniziativa di rivedere il meccanismo di comunicazione dei dati a seguito della Pandemia. I punti di vista riguardano tutti i mezzi e si va dalle necessità della stampa (Massimo Micheli, Alessandro Furgione, Raimondo Zanaboni, Stefano Fraschetti, Federico Silvestri) a quelle della Radio ( Fausto Amorese, Monica Gallerini) e del web (Giorgio Galantis) che fornendo solo i fatturati dovrebbe rivedere il meccanismo di comunicazione degli spazi. Anche la TV, che ha la maggiore rilevanza ai fini delle indicazioni di mercato (Matteo Cardani, Giuliano Cipriani, Uberto Fornara, Giovanni Russo, Francesco Barbarani che riporta la posizione aziendale) vede nel ritardo della pubblicazione e nella revisione delle anticipazioni al mercato con le susseguenti politiche commerciali che abbracciano un periodo più limitato, una maggiore coerenza con il momento che stiamo vivendo. Anche Angelo Sajeva, che oltre a ricordare le medesime necessità anche per la GOTV che risente in modo drammatico della mancanza di movimento nei luoghi della sua diffusione, ritiene che questa ipotizzata sincronizzazione possa essere di aiuto anche al ruolo di FCP nel rappresentare le necessità di tutti. Dopo lunga discussione e vari approfondimenti si arriva alla posizione, avallata da tutti, di verificare la possibilità di chiedere a Nielsen la pubblicazione in ritardo dei dati e a fronte di un disclaimer relativo al particolare momento insieme con un approfondimento motivato dalla situazione.

Tale situazione, che viene richiesta dai presenti, dovrebbe portare alla promozione di un tavolo Nazionale che veda UNA UPA e FCP promuovere un meccanismo di moratoria che stigmatizzi la situazione attuale in favore di un esame più obiettivo del mercato.

A tale ragione interviene Matteo Cardani che espone la posizione di UNA che condivide i principi generali di moratoria in questa situazione ma esprime la richiesta di una continuità nella pubblicazione del dato di investimento non solo lordo (di fatto già disponibile in linea nelle banche dati e già oggi interrogabile ed elaborabile con AqX) ma anche netto. La “ratio” è che un dato ufficiale con tutti i disclaimer del caso è meglio che nessun dato, perché in assenza del dato ufficiale ciascun operatore (agenzia, cliente, auditor) potrebbe sviluppare il proprio dato di stima del mercato netto, generando una situazione dannosa di confusione. Inoltre Matteo Cardani propone di provare a convergere su 3 punti pratici di lavoro insieme a Nielsen

•            **Disclaimer:** il disclaimer ufficiale da parte di Nielsen sui dati dei mesi Covid (ad oggi Marzo-Aprile ma ragionevolmente anche alcuni mesi a seguire) deve contenere in modo chiaro tutti gli elementi di non confrontabilità e non rappresentatività dei dati pubblicati

•            **Delay**: è ragionevole considerare in questi mesi un ritardo temporale (anche solo di 2-3 settimane) rispetto ai tempi classici di pubblicazione del dato per consentire a Nielsen di elaborare le modalità più utili di rappresentazione del dato, considerando anche le forti discontinuità derivate dall’assenza di alcuni mezzi (Cinema, OOH, etc).

* **Anteprima Prework Nielsen** su dati rilevati già in loro possesso: anche senza il contributo di FCP, Nielsen è già in grado oggi di elaborare, partendo dalle proprie rilevazioni spazi e lordi, una “anteprima” di rappresentazione del mercato di Marzo per tutti i mezzi – su questo dato pre-elaborato da Nielsen nelle prossime 2 settimane si può capire in concreto come vanno ad applicarsi i disclaimer di cui al punto sopra

Al termine del dibattito il Presidente FCP Massimo Martellini conclude la riunione con una sintesi finale e propone di: “**sincronizzare” i 2 processi – Nielsen & FCP – nel ritardo temporale**: Nielsen elaborerà la propria anteprima di mercato con relativi disclaimer entro 2 settimane e a quel punto FCP potrà valutare come contribuire con i propri dati (osservatori mezzi e/o dichiarazioni singole concessionarie TV - come sempre fatto negli anni passati e fino al mese di Febbraio) per arrivare alla rappresentazione finale del mercato. A tale proposito, il Presidente FCP Massimo Martellini contatterà a breve Alberto Dal Sasso di Nielsen per organizzare una videcall a cui parteciperanno anche i Presidente dei vari mezzi.

Non vengono discussi argomenti aggiuntivi e alle ore 11:30 circa la riunione ha termine.

Massimo Martellini Donatella Sciacca

Presidente FCP Segreteria FCP