



NOTA INFORMATIVA

RILEVAZIONE AUDITEL DEGLI ASCOLTI DIGITALI CON METODO CENSUARIO E PRODUZIONE DEL DATO DI TOTAL AUDIENCE AUDITEL

(In ottemperanza agli adempimenti richiesti dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nell'ambito delle misure attuative per l'acquisizione, l'elaborazione e la gestione delle informazioni richieste nell'atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione, di cui alla delibera n. 130/06/CSP, art. 6, pubblicata su G.U. 174 del 26/06/2006).

Dati anagrafici generali della società che realizza l'indagine

Ai sensi delle delibere n. 85/06/CSP e n. 130/06/CSP, il soggetto realizzatore dell'indagine è la società:

AUDITEL S.r.l.

Sede legale: Via Larga 11 - 20122 Milano

P.I./C.F. e Iscrizione R.I. Milano: 07483650151

Numero REA Milano 1164218

Capitale Sociale: euro 300.000 i.v.

Legale Rappresentante: Lorenzo Sassoli de Bianchi

Contatti

Tel.: +39.02.5829861

Fax.: +39.02.58298632

E-mail: auditel@auditel.it

PEC: auditel@legalmail.it

Sito web: www.auditel.it

Premessa

Il Sistema di Ricerca Auditel ad oggi si compone di un'indagine campionaria, avviata dal 1984, con la quale vengono rilevati gli ascolti fruiti attraverso il televisore grazie a un SuperPanel composto da circa 16.000 famiglie rappresentative della popolazione italiana, e di un'indagine censuaria, dal 2019, con la quale vengono rilevati gli ascolti fruiti attraverso i device digitali (quali computer, mobile, tablet e Smart TV) grazie alla tecnologia SDK instrumentata sulle piattaforme digitali rilevate.

Dal 2022, grazie al progetto *Total Audience*, che realizza l'integrazione degli ascolti della TV tradizionale con quelli dei *device* digitali dalla stessa misurati, Auditel è in grado di produrre i primi dati di *Total Audience*, che esprimono le risultanze dei due metodi di rilevazione, consentendo così di calcolare gli ascolti complessivi di un canale o di un contenuto fruiti attraverso i diversi dispositivi, sia in modalità *live* che *on demand*.

La *Total Audience* Auditel si compone, quindi, dei seguenti ambiti e componenti:

- misurazione del dato campionario di TV Tradizionale, mediante sistema *audiomatching* e *service information*;
- misurazione di un dato censuario mediante integrazione di un apposito componente software (SDK) all'interno delle piattaforme digitali rilevate;
- individualizzazione dei dati censuari raccolti, mediante un algoritmo proprietario;
- produzione di un dato di Total Audience, ottenuto sommando il dato censuario individualizzato con il dato proveniente dal SuperPanel.

Nella presente Nota Informativa sono descritte e contenute le informazioni relative alla metodologia di rilevazione Auditel degli ascolti digitali con metodo censuario e alla produzione del dato di Total Audience Auditel.

Le informazioni relative alla metodologia relativa al Sistema di misurazione del dato campionario di TV Tradizionale sono disponibili nella Nota Informativa "Rilevazione Auditel degli Ascolti Televisivi con Metodo Campionario".

Metodologia utilizzata e modalità di rilevazione

Il Sistema Auditel rileva in modalità censuaria il consumo di contenuti video (editoriali e pubblicitari) fruiti, in casa e fuori casa, attraverso device digitali abilitati alla visione via protocollo IP (Smart TV, Tablet, PC, Smartphone, Set-Top-Box, Mini-Set-Top-Box e Game Console), grazie all'installazione della tecnologia SDK direttamente nei player dai quali i clienti aderenti al sistema digitale erogano i contenuti.

Nel rispetto dei principi di inclusività e non discriminazione, Auditel garantisce il libero accesso al sistema digitale censuario attraverso politiche di tariffazione che considerano anche le esigenze dei player dalle dimensioni più contenute. Auditel, inoltre, adotta protocolli di verifica delle fasi di misurazione, come meglio dettagliato in seguito, al fine di presidiare gli snodi principali dell'attività di indagine.

Il sistema digitale censuario è concepito per alimentare dinamicamente una library, ossia un'anagrafica univoca dei contenuti video trasmessi sulle piattaforme rilevate (inclusi i contenuti pubblicitari); la soluzione Auditel prevede, infatti, che ogni video (inclusi, prossimamente, gli spot pubblicitari) riporti una serie di informazioni (volendo semplificare, un'etichetta) che ne consenta facilmente l'identificazione.

Ai fini della produzione del dato di *Total Audience Auditel*, il dato censuario viene successivamente individualizzato mediante un algoritmo, basato su dei Macro Modelli e Micro Modelli sviluppati da Auditel, che consentono di attribuire statisticamente agli eventi di visione censuari un profilo le cui variabili sono sesso, età e area geografica e aggregare questi dati a livello di canale/editore/minuto.

Il modello produce un set di dati individualizzati che consente ad Auditel di sommare i dati censuari Auditel con i dati Auditel di TV Tradizionale, per produrre il dato di Total Audience Auditel.

Il dato di Total Audience Auditel così ottenuto permette di calcolare le seguenti metriche additive:

- AMR (Ascolto nel minuto medio)
- TTS (Tempo Totale Speso)
- Ripartizione d'ascolto per fascia oraria
- Composizione d'ascolto per target

Tecnologia impiegata per la rilevazione censuaria

Per realizzare l'indagine, Auditel si avvale della società Comscore B.V. (società a responsabilità limitata con sede in Amsterdam - Olanda - Herikerbergweg 280, 1101 CT) che fornisce le componenti tecnologiche necessarie per la rilevazione, l'elaborazione e la distribuzione dei dati di ascolto digitali. In particolare, l'accordo con il fornitore comScore prevede, mediante anche il ricorso a subfornitori, sia la licenza del software SDK dedicato ai tracciamenti sia il servizio e l'infrastruttura dedicati alla produzione del dato da distribuire al mercato.

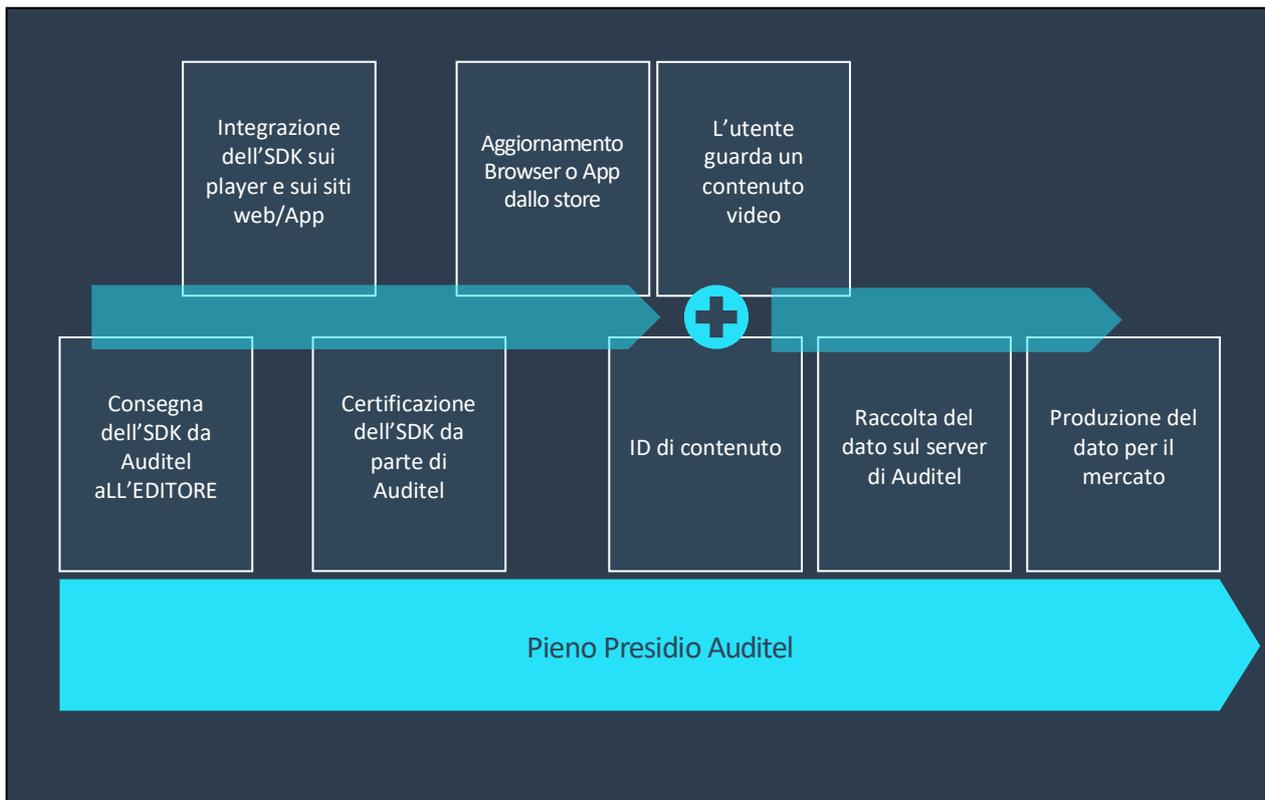
L'SDK viene implementato sulle piattaforme di visualizzazione su rete internet, ossia sui siti web e applicazioni mobile per Smart TV, Tablet, PC, Smartphone, Set-Top-Box, Mini-Set-Top-Box e Game Console, al fine di rendere possibile la rilevazione in modalità censuaria, ossia la misurazione degli eventi (play, pausa, avanti veloce, stop ecc.) di tutti gli utilizzatori dei player, su cui è integrato l'SDK, mediante raccolta di informazioni sia relative ai device che fruiscono di contenuti video sia di parametri identificativi dei contenuti stessi (inclusi i contenuti pubblicitari), nel rispetto della normativa sulla privacy (come nel seguito meglio specificato). Tali dati sono utilizzati al solo scopo di determinare le attività riconducibili a una singola applicazione su un singolo dispositivo, senza permettere il riconoscimento del dispositivo stesso. Questa metodologia può essere applicata anche a tutti i dispositivi OTT (Over the Top TV) rilevanti per la distribuzione dei contenuti.

La tecnologia utilizzata consente di raccogliere informazioni sugli eventi di visione con una precisione al secondo a condizione che l'implementazione dell'SDK nel player avvenga nel rispetto delle specifiche fornite da Auditel.

I dati raccolti e prodotti da Auditel, tramite l'SDK, attengono a Contenuto, Tipologia di Device, Orario di Visione, Tipologia di contenuto (editoriale o pubblicitario), Ambiente di fruizione, Tipologia di evento (es. play, pause).

Auditel, durante la fase di integrazione dell'SDK, fornisce supporto a tutti i clienti per assicurare che l'implementazione avvenga in modo univoco e corretto. Una volta completata l'integrazione dell'SDK, Auditel ne certifica la corretta implementazione per assicurare che tutti i player vengano misurati con lo stesso standard qualitativo. Il processo di verifica non si esaurisce con la prima certificazione. Auditel si occupa, infatti, di monitorare continuamente la corretta implementazione affinché lo standard qualitativo venga mantenuto nel tempo, anche, per esempio, in seguito ad aggiornamenti effettuati dai clienti alle proprie piattaforme di diffusione video. Auditel, in questo modo, si propone di assicurare una qualità omogenea e costante tra i suoi clienti e, nel tempo, del dato prodotto.

Lo schema sottostante mostra le varie fasi che portano alla messa in produzione di un player (ossia la effettiva rilevazione e produzione dei dati di ascolto relativi) e il ruolo di Auditel in ciascuna fase.



Tecnologia impiegata per la rilevazione campionaria

La rilevazione campionaria avviene mediante l'installazione di un meter digitale (attualmente nella versione chiamata Focal Meter fornito dalla società Kantar) presso le famiglie selezionate dotate di connessione "Broadband".

Il meter digitale consente, a valle di un apposito processo di mappatura dei dispositivi posseduti dai componenti della famiglia eseguito dal tecnico durante le visite periodiche o da un team specializzato ogni qualvolta viene identificato un nuovo dispositivo collegato alla rete domestica, di associare le attività di visione sui siti e le property dei soggetti rilevati a uno o più individui del campione.

Il meter digitale viene collegato dal tecnico, durante la visita di installazione, al router broadband della famiglia e rileva esclusivamente il traffico internet effettuato da soggetti misurati su siti che sono inclusi nella cosiddetta "white list" e che permettono la fruizione di contenuti editoriali e pubblicitari.

Oggetto dell'indagine

L'SDK, durante la riproduzione dei contenuti video (disponibili su un player instrumentato e parte della misurazione), raccoglie e genera una serie di informazioni - relative al contenuto, all'orario dell'evento, agli eventi (play, pausa, avanti veloce, stop ecc.), al tipo di web browser o mobile app utilizzati dall'utente e al device - che consentono ad Auditel di rilevare in modo censuario i comportamenti di visione relativi a ciascun video fruito, come nel seguito meglio dettagliato.

Dispositivi e piattaforme rilevati

Vengono rilevati i contenuti video fruiti tramite web browser e mobile app su un'ampia gamma di dispositivi, di seguito elencati:

- Smartphone;
- Tablet;
- Smart TV;
- Game Console;
- Dispositivi connessi (es. Google Chrome Cast, Apple TV, etc.).

Indipendentemente dal dispositivo o dalla piattaforma di distribuzione sono previsti gli stessi livelli di dettaglio nella rilevazione.

Tipologia di contenuti rilevati

L'integrazione dell'SDK permette di rilevare diverse tipologie di video riprodotti che possono essere ricondotte a 3 categorie principali di seguito descritte.

Visioni di canali lineari, ossia canali che vengono trasmessi in via continuativa, per l'intera giornata o per una parte di essa (sia che si tratti di versioni online dei canali TV tradizionali, sia che si tratti di canali puramente online organizzati in maniera simile). I canali lineari comprendono una serie di contenuti video che possono essere intervallati da pubblicità statiche (ossia pubblicità fisse e uguali per tutti gli utenti, come avviene nella TV tradizionale) oppure pubblicità dinamiche. La natura di contenuto video o pubblicità statica dei canali lineari è desumibile da appositi log (o palinsesti) forniti da società che si occupano della loro certificazione e/o rilasciati dai singoli editori. I canali lineari, così come avviene per la TV tradizionale, possono essere visti

in modalità live, cioè in contemporanea con la trasmissione, al netto del ritardo tecnico di distribuzione; oppure in modalità time shifted in caso di messa in pausa, riavvolgimento o visione di un contenuto lineare preregistrato, se reso possibile dalla piattaforma.

Visioni di contenuti on demand, cioè di contenuti svincolati da un palinsesto lineare che l'utente può scegliere da un catalogo e vedere in qualsiasi momento. A loro volta, i contenuti on demand possono essere distinti in funzione del content type:

- Full Content, ovvero contenuti televisivi presi nella loro interezza, di solito senza le pubblicità originali.
- Parts of Original Content chiamate anche Clip, ovvero spezzoni di contenuti televisivi.
- Extra Content, ovvero contenuti, normalmente di breve durata, associati a un Full Content ma (diversamente da una Clip) non estratti dal Full Content stesso.

Inoltre, i contenuti on demand possono essere classificati in funzione del Content Distribution Model, come segue:

- Exclusive Online, cioè non disponibili sulla TV tradizionale;
- TV Online, cioè disponibili anche sulla TV tradizionale;
- Digital First, cioè resi disponibili on line per un breve periodo, prima della trasmissione sulla TV tradizionale.
- Visioni di pubblicità dinamiche che possono essere diversificate per utente o gruppi di utenti. Sono chiamate comunemente X-Roll e includono:
 - Pre-Roll, che precedono la visione di un contenuto on demand oppure l'avvio della visione di un canale lineare;
 - Mid-Roll, che si inseriscono all'interno della visione di un contenuto on demand oppure della visione di un canale lineare;
 - Post-Roll, che si inseriscono alla fine di un contenuto on demand.

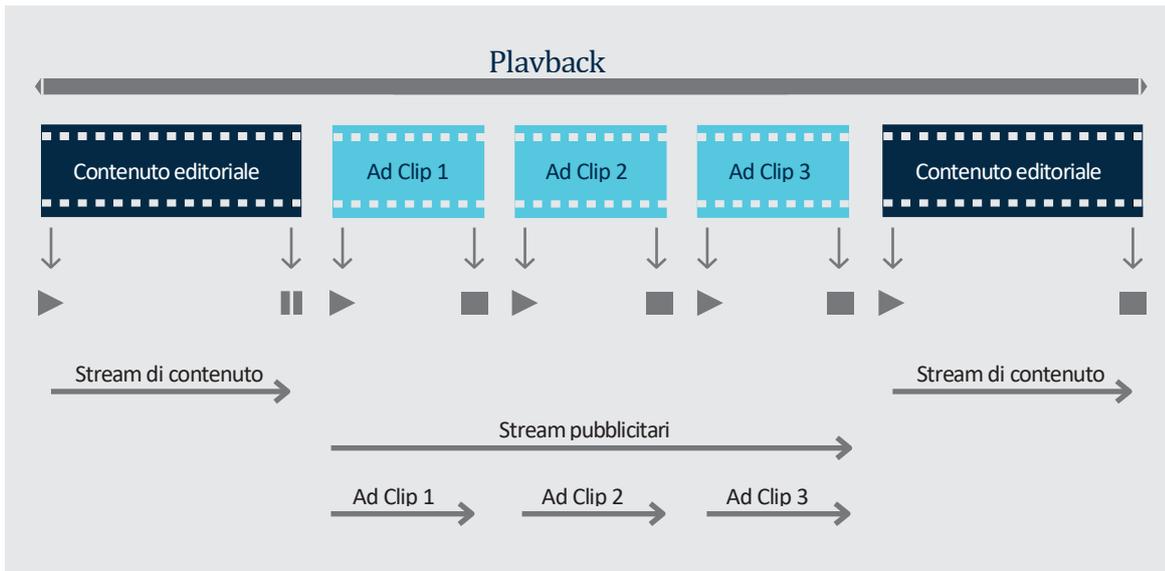
Tipologia di Eventi rilevati

Tramite l'SDK è possibile raccogliere una serie di eventi che caratterizzano la modalità di visione del contenuto da parte dell'utente. La tabella sottostante riporta l'elenco di eventi che allo stato attuale vengono raccolti e processati per la produzione del dato finale. L'elenco potrà subire nel tempo variazioni e integrazioni in base all'evoluzione del progetto.

L'insieme di questi eventi permette di calcolare il tempo effettivamente speso durante la riproduzione del contenuto e costituisce una caratteristica fondamentale della soluzione Auditel che riporta solo i contenuti riprodotti per almeno 0,3 secondi e, perciò, classificati, nella metrica Auditel, come Legitimate Stream (LS).

Lista di eventi	
Tipo di evento	Descrizione
Comando Play	Evento di inizio o ripresa della riproduzione di un video. L'evento può avvenire su espressa richiesta dell'utente o dovuto all'auto-play.
Comando Restart	Il video appena finito riparte dall'inizio. Tale evento può essere automatico o avvenire su espressa richiesta dell'utente.
Comando Pausa	Messa in pausa della riproduzione di in video.
Seeking	Navigazione all'interno del contenuto video.
Interruzione prematura del contenuto	Il video viene interrotto causa dell'abbandono della pagina, della chiusura del browser o dell'applicazione, ecc.
Pressione dell'home button (solo dispositivi mobili)	L'applicazione o il sito web vengono messi in background.
Pressione dello Sleep button (solo dispositivi mobili)	Il dispositivo viene messo in stand-by.
Buffering	Nel caso in cui la connessione non sia adeguatamente veloce, la riproduzione del video viene interrotta in attesa del caricamento della porzione di video non ancora riprodotta.
Alternanza contenuto editoriale e pubblicitario	Interruzione o la ripresa del contenuto editoriale per l'avvio o la fine di un'interruzione pubblicitaria

Nel grafico sottostante viene riportato un esempio di comportamento di visione cui corrispondono gli eventi raccolti dall'SDK.



Metadati

L'SDK, durante la riproduzione dei contenuti video (disponibili su di un player instrumentato e parte della misurazione), raccoglie altresì una serie di informazioni relative al contenuto fruito dal dispositivo su web browser o mobile app, ossia una serie di informazioni (i cosiddetti metadati), definite e classificate dalla stessa



VIDEO CONTENT

- ID Content
- Live Stream Flag (Live vs VOD)
- Content Media Type (Full Episode vs Clip vs Extra)
- Complete Episode Flag
- Content Distribution Model (TV+Online vs Online only)
- Genere
- TV Air Date
- Orario di trasmissione Digital Air Date
- Clip Length
- Nome dell'applicazione (se su app)
- On Demand Type (VOD vs CatchUp TV)

VIDEO ADS

- ID Advertisement /
- Ad Flag (content vs ads)

Auditel, descrittive del contenuto visualizzato, come, per esempio, nome del programma, episodio, campagna pubblicitaria, canale, ecc. Per poter identificare ciascun contenuto video, è richiesto al partecipante alla rilevazione di metadatarlo correttamente, ossia fornire ad Auditel le informazioni di cui sopra. Il diagramma sottostante riporta un esempio di possibile metadatarazione di un contenuto on demand.

Processo di strumentazione dell'SDK

Come descritto precedentemente, la raccolta di dati avviene attraverso l'integrazione dell'SDK nei player che fanno parte del perimetro di rilevazione. L'integrazione è conforme a una serie di procedure e strumenti di verifica adottati da Auditel per assicurare la corretta implementazione della tecnologia in base a standard univoci.

Prima di iniziare il processo di strumentazione, Auditel esegue una mappatura dei player da integrare e delle loro caratteristiche tecniche.

Oltre a questa mappatura iniziale vengono raccolte le seguenti informazioni:

- indicazione dei player da rilevare e di quelli che verranno rilevati in futuro;
- mappatura dei vari sistemi di gestione dei contenuti (CMS, ossia Content Management Systems) e della loro capacità di fornire ai player (e quindi all'SDK) tutti i parametri descrittivi del contenuto specificati da Auditel;
- stima dei tempi di rilascio in produzione dei player che integrano l'SDK.

Una volta completato il processo di taggatura, Auditel avvia il processo di certificazione dei player.

Processo di certificazione dei Player

Il processo di certificazione comporta l'esecuzione di test funzionali da parte di Auditel per verificare la corretta implementazione dell'SDK e la corretta valorizzazione dei metadati relativi al contenuto rilevato.

Questo significa che:

- tecnicamente tutti gli eventi (avvio, stop, pausa, fine, ecc.) vengono misurati correttamente;
- tutti i metadati necessari sono correttamente valorizzati in base alle specifiche tecniche definite da Auditel nell'apposita procedura.

I test vengono eseguiti su una serie di dispositivi rappresentativi di quelli normalmente a disposizione degli utenti (in particolare su una varietà di dispositivi sufficientemente ampia da riflettere la composizione del mercato italiano e garantire, in tal modo, la massima copertura). Nel caso in cui i test diano esito positivo, Auditel procede a certificare il player, a metterlo in produzione e, quindi, a pubblicare i relativi dati di ascolto.

Compliance con la normativa privacy

Auditel, tramite l'SDK strumentato sui siti web e le app degli editori aderenti al sistema digitale censuario, raccoglie informazioni sulle modalità con cui gli utenti utilizzano i siti e/o le app ai fini di rilevazione, in forma aggregata, dei contenuti video fruiti tramite gli stessi. Le informazioni raccolte e prodotte dall'SDK consentono di ottenere dati sui comportamenti di visione degli utenti (per esempio, rilevando i contenuti visitati, i tempi di visione, la tipologia di device nonché l'area geografica di riferimento), ma non di conoscerne l'identità o le caratteristiche demografiche. Auditel, infatti, per la produzione e raccolta dei dati tramite SDK utilizza

meccanismi idonei a ridurre il potere identificativo (con riferimento, per esempio, all'indirizzo IP degli utenti). Per questo motivo, la raccolta delle informazioni tramite SDK non necessita del consenso dell'utente, che, tuttavia, potrà in qualsiasi momento opporsi al trattamento con le modalità indicate nelle privacy policy degli editori rilevati e di Auditel (quest'ultima disponibile sul sito www.auditel.it).

Le informazioni raccolte sono utilizzate da Auditel nell'ambito della propria attività di rilevazione degli indici di ascolto, per elaborare analisi e statistiche sulla tipologia e il numero di contenuti video fruiti.

Nel corso del processo di raccolta ed elaborazione dei dati, Auditel si potrà servire della collaborazione di soggetti terzi per lo svolgimento di compiti di natura tecnica od organizzativa (quali, per esempio, servizi IT e supporto per la gestione delle opzioni di disattivazione), ove necessario nominati responsabili del trattamento conformemente al regolamento, situati all'interno o all'esterno dell'Unione Europea: con riferimento a questi ultimi, in particolare, Auditel adotta tramite i propri fornitori le misure richieste dalla normativa privacy per tutelare al meglio i dati degli utenti, quali la sottoscrizione di apposite clausole contrattuali standard approvate dalla Commissione Europea.

Raccolta dati e produzione del dato di ascolto censuario e del dato di Total Audience Auditel

Tutti i dati raccolti e generati dall'SDK sono sottoposti a una serie di elaborazioni che consentono, tra l'altro, di eliminare la porzione di dati invalida (per esempio i dati generati da traffico web non umano) e produrre, così, i dati ai fini delle successive elaborazioni.

Tale flusso prevede due passaggi principali:

- fase di esclusione dei dati invalidi;
- fase di validazione.

Tali fasi e la relativa descrizione sono inclusi nelle tabelle sottostanti.



Passo	Descrizione Passo
Stream Avviati (Stream Started)	Stream avviati. Sono tutti gli eventi (censuari) che vengono generati quando un video stream viene avviato su un dispositivo digitale.
Regole di Esclusione (Exclusion Rules)	Regole di esclusione. Si intende l'insieme delle regole Auditel che portano alla esclusione dei dati non idonei, ad esempio i dati risultati da traffico non umano. In particolare, relativamente alla esclusione del traffico non umano, la tecnologia utilizzata è in grado di individuare, filtrare e rimuovere il traffico non umano sia generico sia sofisticato (ovvero il traffico generato da chiamate in background che non richiedono malware sul device, come per esempio Spiders, Domain Laundering, Ad Injector)

Stream Scartati (Excluded Stream)	Stream scartati. Rappresentano gli stream scartati, in base alle regole di esclusione
Stream Legittimi (Legitimate Stream)	Stream legittimi. Rappresentano gli stream avviati che non vengono scartati dalle regole di esclusione.
Regole di Validazione (Validation Rules)	Regole di validazione. Si intende l'insieme delle regole che devono essere rispettate per considerare la fruizione di un video come effettivamente valida. Tali regole sono basate su aspetti oggettivi (per esempio possibili visioni simultanee di più contenuti sullo stesso dispositivo che ne generano lo scarto).
Stream Invalidi (Invalid Stream)	Stream invalidi. Rappresentano gli stream che vengono scartati in base alle regole di validazione. Questi stream non verranno presi pertanto in considerazione dal processo per il calcolo delle metriche.
Stream Validati (Stream Views)	Stream validati. Rappresentano gli stream avviati che hanno superato lo step di validazione
Metrica Digitale	Metrica digitale. Ossia l'elaborazione dei dati digitali mediante metriche affini a quelle già in uso nel mercato digitale.
Metrica Televisiva	Metrica televisiva. Ossia l'elaborazione dei dati digitali mediante metriche affini a quelle già in uso nel mercato televisivo

I dati, una volta rimossa la parte non valida, vengono classificati a seconda dell'area geografica di provenienza. Auditel ha deciso di utilizzare una classificazione geografica basata su 3 livelli di aggregazione:

- traffico realizzato all'interno del territorio italiano;
- traffico realizzato all'esterno del territorio italiano, ma all'interno della UE;
- traffico extra UE.

Modello di individualizzazione del dato censuario

Il dato censuario viene elaborato mediante un algoritmo di individualizzazione che genera un dato individualizzato e aggregato a livello di editore e canale. L'algoritmo di individualizzazione si basa su dei Macro Modelli sviluppati da Auditel che sfrutta i seguenti dati di input:

1. I dati di ascolto provenienti dal SuperPanel Auditel;
2. I dati di ascolto provenienti dal Panel Digital;
3. I dati provenienti dalla Libreria dei Contenuti Auditel;
4. I dati aggregati a livello di canale provenienti dagli editori che partecipano alla rilevazione digitale.

Il modello combina queste informazioni per fornire una stima statistica il più possibile accurata degli ascolti realizzati tramite i c.d. "Non-TV screen", ossia PC, Tablet e SmartPhone. I dati relativi alle SmartTV invece sono inclusi in quanto già contenuti nel dato di TV Tradizionale.

Il modello include, inoltre, i cosiddetti fattori di *coviewing* che Auditel rileva mediante un'indagine ad hoc svolta tramite questionario nell'ambito della Ricerca di Base Auditel. Il fattore di *coviewing* costituisce elemento fondamentale per la stima dell'ascolto, perché rappresenta la presenza di più di una persona di fronte allo schermo del dispositivo durante la riproduzione del contenuto. Auditel ha determinato sperimentalmente i fattori di *coviewing* arrivando alla conclusione che questi sono diversi a seconda del dispositivo elaborato.

De-duplica degli statements VOD

A partire dal nuovo "Anno Auditel" 2025 (con avvio, in coerenza con la settimana Auditel, dal 29 dicembre 2024 e rilascio dei dati a partire dal 30 dicembre 2024), verrà implementato il principio per cui tutto ciò che può essere misurato digitalmente, con tecnologia SDK e con metodo censuario, deve essere misurato digitalmente, mentre, tutto ciò che non può essere misurato digitalmente, deve continuare a essere misurato con il Super Panel e con metodo campionario. In ossequio a tale principio, che deve essere applicato in fase di elaborazione dei dati di Total Audience, tutto l'ascolto VOD ("video on demand") su schermo TV, che può essere misurato mediante SDK e che attualmente è misurato mediante *audio matching*, verrà escluso dal dato SuperPanel. Da un punto di vista tecnico, questa modifica si realizza tramite la valorizzazione di un apposito "flag" da aggiungere agli eventi di visione da escludere dai dati SuperPanel. L'esclusione è prevista solo per i dati VOD misurati mediante *audio matching* e attualmente inseriti nel dato SuperPanel mentre i dati Live e VOSDAL (ossia un ascolto differito che avviene nella stessa giornata Auditel in cui è avvenuta la trasmissione e la registrazione) verranno sempre presi dal dato SuperPanel, anche se misurabili mediante SDK, per preservare la *currency* attuale. Da un punto di vista operativo, l'implementazione della soluzione è stata suddivisa in due fasi:

- una prima fase, a partire dal 30/12/2024 nella quale verrà implementata la "rimozione" dei dati VOD alla fonte, senza che la regola di de-duplica debba essere implementata nei software di analisi che elaborano il dato di Total Audience;
- una seconda fase prevista per la fine del Q1/inizio del Q2 2025 nella quale verrà introdotto il nuovo "flag" nei dati SuperPanel e la regola di de-duplica verrà implementata nei software di analisi che elaborano il dato di Total Audience, mentre gli statement da escludere rimarranno elaborabili nei software che analizzano il solo dato SuperPanel.

Report del non riconosciuto

Auditel produce un report relativo agli ascolti non riconosciuti sullo schermo TV. Il report utilizza principalmente i dati provenienti dal SuperPanel ma, per alcune tavole, include i dati provenienti dal FocalMeter Panel, allo scopo di rilevare se l'ascolto non riconosciuto sia associato o meno a un'attività di *streaming*. In considerazione del fatto che le famiglie dotate di FocalMeter non coprono la totalità delle famiglie Broadband, viene utilizzata una logica di espansione studiata appositamente per rendere i dati di queste famiglie rappresentativi.

Accesso ai dati censuari

Terminata la fase di elaborazione dei dati, vengono generati i file di produzione, secondo definiti livelli di aggregazione, che vengono messi a disposizione delle software house, ovvero aziende autorizzate da Auditel

all'analisi dei dati di ascolto, mediante licenza di software o report statici in favore dei clienti Auditel (soggetti misurati e utenti).

Auditel, a tale scopo, mette a disposizione delle software house, quotidianamente, i seguenti file di dati:

- un file (5.1.tsv) che riporta gli ascolti giornalieri aggregati dei canali lineari, suddivisi per una serie di variabili (canale, editore, tipo di device ecc.);
- un file (5.2.tsv) che riporta gli ascolti giornalieri aggregati dei contenuti on demand, suddivisi per una serie di variabili (identificativo del contenuto, canale, editore, tipo di device ecc.);
- un file (5.3.tsv) che specifica le caratteristiche di ciascun contenuto on demand, con l'identificativo del contenuto e una serie di attributi (nome del contenuto, canale o property di riferimento, durata del contenuto ecc.);
- un file (5.3c.tsv) che è la versione consolidata del file 5.3.tsv e che quindi riporta lo stesso tipo di informazioni ma elaborate grazie all'analisi accumulata dei giorni precedenti;
- un file (5.4.tsv) che riporta gli ascolti a intervalli di mezz'ora delle pubblicità dinamiche, suddivisi per una serie di variabili (pre-roll/mid-roll/post-roll, durata della pubblicità, ecc.); questo file prevede anche un codice univoco del contenuto pubblicitario (CUSV ID);
- un file (5.5. tsv) che riporta gli ascolti minuto per minuto di tutti i contenuti misurati, ossia canali lineari, contenuti on demand e pubblicità dinamiche, con un livello di dettaglio inferiore rispetto ai file dedicati (5.2.tsv e 5.4.tsv);
- un file (5.6c.tsv) che riporta l'elenco complessivo dei singoli spot pubblicitari rilevati tramite il codice univoco del contenuto pubblicitario presente nel file 5.4.tsv.

Il funzionamento dei software di elaborazione deve rispettare la Golden Rule Digital, ossia l'insieme delle regole definite da Auditel per il trattamento dei dati digitali e per il calcolo delle relative metriche, al fine di garantire la massima uniformità dei risultati di analisi. Tra le regole previste, vi è anche un sistema di segnalazione agli utilizzatori (tramite la Tabella dei Warning e relative istruzioni di implementazione), a fini di trasparenza, delle eventuali verifiche in corso su una parte dei dati prodotti o della presenza di discrepanze nei dati stessi dovute, ad esempio, a problemi di metadattazione. Alcuni dati aggregati vengono altresì pubblicati settimanalmente in un documento (il cosiddetto Standard Auditel Digital) distribuito gratuitamente e scaricabile dal sito Auditel.

Accesso ai dati di Total Audience

I Dati di Total Audience sono resi accessibili agli Utenti professionali tramite *software* di analisi; viene, inoltre, prodotto un documento di sintesi di alcuni dati aggregati di Total Audience (il cosiddetto Standard Auditel Total Audience).

Metriche Censuarie Digitali

I dati di ascolto digitali sono analizzabili secondo le seguenti metriche:

- AMR-D (Average Minute Rating-Device). Ascolto nel minuto medio digitale. È l'equivalente all'AMR della TV tradizionale, ma, invece di misurare gli spettatori nel minuto medio, quantifica i device nel minuto medio (dietro cui vi è sicuramente almeno un telespettatore). Non sarebbe corretto pertanto, allo stato, sommare AMR con AMR-D, ma indubbiamente questa costituisce la voce più vicina

dell'ascolto aggiuntivo, o il cosiddetto "ascolto digitale addizionale", che un programma o un canale riescono a realizzare sui device digitali.

- LS (Legitimate Stream): misura il volume di stream editoriali e pubblicitari erogati e visti per almeno 300 millisecondi (soglia tecnica per avere certezza dell'effettivo avvio dello stream) da ciascun device. Si calcola sia per la visione del contenuto lineare (live) che per la visione di quello on-demand (VOD).
- TTS (Total Time Spent): è calcolato sommando tutti i secondi in cui ciascun device ha visualizzato contenuti editoriali e pubblicitari di un singolo canale.
- ASD (Average Stream Duration): calcola la durata media di uno stream.

Metriche di Total Audience

Le prime *release* della Total Audience hanno ad oggetto la produzione di un dato di audience complessiva, mediante la somma degli ascolti rilevati e prodotti da Auditel, fruiti su tutti i dispositivi.

Pertanto, il perimetro dei dati prodotti include:

- TV screen: dati di ascolto rilevati con metodo campionario tramite il Super Panel Auditel;
- Non-TV Screen (PC, SmartPhone e Tablet): dato censuario individualizzato, riferito alle *property* oggetto di rilevazione digitale.

Le dimensioni di analisi disponibili della Totale Audience Auditel sono Temporali (per Data e fascia oraria, con intervallo di analisi, con diversi filtri di elaborazione), per Piattaforma (editore e canale), per Fruizione (per Ambiente, Tipo di fruizione e Classe di device, con diversi filtri di elaborazione) e Socio-demo (quali per le prime *release* sesso e fascia di età).

Partendo da queste dimensioni, è possibile calcolare le seguenti metriche:

- AMR (Ascolto nel minuto medio)
- TTS (Tempo Totale Speso)
- Ripartizione d'ascolto per fascia oraria
- Composizione d'ascolto per target.

Consistenza del campione oggetto dell'indagine

Il campione Digitale, utilizzato dal micro modello di individualizzazione per classificare gli ascolti censuari sulla base dei comportamenti di visione dei panelisti, è costituito da circa 3.600 famiglie (dato aggiornato al 15 dicembre 2024) selezionate casualmente tra le famiglie del campione TV dotate di connessione "Broadband".

Il campione delle famiglie Digitali è selezionato in modo da essere comunque rappresentativo della popolazione in possesso di tale connessione e verrà ampliato nel corso del 2025 in modo da raggiungere il numero complessivo di 5.100 famiglie.

Quando si parla di consistenza del campione è necessaria una distinzione tra il numero di famiglie che hanno accettato di collaborare continuativamente all'indagine e quelle che ogni giorno, mediamente, contribuiscono con i loro dati a produrre i dati funzionali al micro modello. Nel primo caso, le famiglie che hanno accettato di collaborare e che - nel caso di famiglie con broadband - dispongono di meter digitale collegato al router domestico, si definiscono "famiglie installate".

Il numero di famiglie che ogni giorno contribuiscono con i loro dati all'elaborazione del micro modello (famiglie "prodotte" o "validate") è inferiore al totale famiglie installate e varia da giorno a giorno. Tale

differenza è dovuta all'esistenza di famiglie "in riparazione" per problemi tecnici concernenti il meter o la linea di trasmissione dei dati. Nell'attesa che il tecnico manutentore possa essere ricevuto dalla famiglia per le necessarie riparazioni, la stessa viene temporaneamente esclusa dal ciclo di produzione.

Ci sono, inoltre, famiglie che, pur non avendo alcun problema tecnico, non possono essere prodotte, per un determinato giorno, in quanto il sistema di chiamata ("polling"), per un complesso di ragioni spesso riconducibili all'operatore telefonico, non è stato in grado di recuperarne i dati. Infine, ci sono le famiglie i cui dati sono stati regolarmente recuperati, ma che sono state scartate dal sistema di validazione.

Mediamente il numero di famiglie validate e prodotte ogni giorno supera le 3.000 unità.

A ciò va aggiunto il fatto che non tutti i dispositivi posseduti dai componenti della famiglia del campione Digital possono essere associati a un individuo mediante il processo di mappatura. Nel modello statistico vengono infatti solo utilizzati i dispositivi "mappati", che costituiscono circa il 72% dei dispositivi identificati dal meter digitale.

Margine di errore

Con riferimento al Sistema di Misurazione digitale, poiché i dati sono rilevati in modo censuario, gli stessi non sono soggetti a errori di stima dovuti a meccanismi di proiezione statistica. Il dato prodotto può non comprendere una quota - tendenzialmente minima, ma non misurabile - di utenti che utilizzano strumenti capaci di bloccare la raccolta dati.

Il dato di ascolto di Total Audience Auditel è prodotto per mezzo dell'applicazione di un metodo campionario e di protocolli statistici e presenta, intrinsecamente per sua natura, margini di errore delle stime, il cui intervallo di confidenza è funzione di specifiche variabili.

Le stime statistiche dei "profili di ascolto digitali" vengono, infatti, generate tramite un modello statistico che fa ricorso a diverse sorgenti di dati, ciascuna delle quali ha differenti livelli di errore statistico. In particolare, le sorgenti sono:

- i volumi di ascolto misurati dall'SDK a livello di "device". Questa fonte, essendo censuaria e non campionaria, è di per sé priva di errore statistico;
- i coefficienti di "coviewing" (numero medio di spettatori per device) di Smartphone, Tablet e Computer ricavati dalla Ricerca di Base Auditel e corretti tramite la comparazione tra il numero medio di *coviewer* dichiarati per la TV e lo stesso numero medio osservato sul SuperPanel Auditel. Data la dimensione della Ricerca di Base, l'errore statistico di questa stima può ritenersi molto limitato;
- i profili di visione "TV" dei canali lineari e dei contenuti On Demand trasmessi sulla TV tradizionale, modificati con un modello logit per simulare il profilo di ascolto "digitale", a sua volta calibrato con i dati aggregati a livello di canale provenienti dagli editori che partecipano alla rilevazione digitale, ulteriormente riscontrati tramite il "Panel Digital". L'errore statistico di questi profili è di conseguenza

analogo all'errore statistico dei profili TV dei canali lineari e/o dei contenuti VOD visti anche sulla TV tradizionale.

Periodo di rilevazione

I dati vengono prodotti ogni giorno per 365 giorni l'anno. Per giorno Auditel si intende l'estensione temporale che va dalle 2.00.00 alle 1.59.59, essendo tuttavia ammessa la possibilità di aggregare i dati secondo intervalli temporali diversi.

Costi di accesso al servizio di rilevazione

Il costo di accesso al servizio di rilevazione si compone di una componente fissa e di una componente variabile.

A) Corrispettivo fisso

Il corrispettivo fisso è dovuto dalla Richiedente secondo i criteri stabiliti di seguito:

- (i) gli Ambienti Distributivi di ciascuna Richiedente sono ricondotti e classificati - in base alle logiche e principi di cui al punto ii) che segue - a tre seguenti livelli di servizio (i "Livelli di Servizio"):

Classificazione	Livello di Servizio
1. Pieno Supporto	<i>Certificazione e monitoraggio completo: viene effettuato un monitoraggio continuo dei Dati di Ascolto e frequenti verifiche periodiche sulla corretta implementazione del TAG SDK AUDITEL sia in modo automatico che manuale, anche in assenza di modifiche all'Ambiente Distributivo.</i>
2. Supporto Parziale	<i>Certificazione e monitoraggio ridotto: viene effettuato un monitoraggio continuo dei Dati di Ascolto e verifiche periodiche - meno frequenti rispetto al caso precedente - sulla corretta implementazione del TAG SDK AUDITEL sia in modo automatico che manuale, anche in assenza di modifiche all'Ambiente Distributivo.</i>
3. Solo Monitoraggio	<i>Viene effettuato un monitoraggio continuo dei Dati di Ascolto ma non vengono effettuate verifiche periodiche in assenza di modifiche all'Ambiente Distributivo o di anomalie riscontrate.</i>

- (ii) a ciascun Livello di Servizio corrisponde una tariffa in base alla tabella seguente, ferma restando la facoltà per ciascuna Richiedente di richiedere un maggior Livello di Servizio su specifici Ambienti Distributivi dalla stessa indicati:

Livello di Servizio	Tipo di Ambiente Distributivo a cui si applica	Tariffa	Tecnologie Operative
	<i>Ambienti Distributivi di Reference</i>	<i>Euro 8.500 per le prime 4 Tecnologie Operative</i>	

1. Pieno Supporto		Euro 5.100 per ogni ulteriore Tecnologia Operativa	Tecnologie Operative Target → https://www.auditel.it/docpdf/tecnologie-operative.pdf
2. Supporto Parziale	Ambienti Distributivi NON di Reference	Euro 4.250 per le prime 4 Tecnologie Operative	
		Euro 2.550 per ogni ulteriore Tecnologia Operativa	
3. Solo monitoraggio	Tutti gli Ambienti Distributivi	Euro 2.125 per Tecnologia Operativa	Tecnologie Operative NON Target → https://www.auditel.it/docpdf/tecnologie-operative.pdf
	Ambienti Distributivi NON di Reference	Euro 2.125 per Tecnologia Operativa	Tecnologie Operative Target con traffico LSe annuo* < / = 20 milioni sullo specifico Ambiente Distributivo.

(iii) nel caso in cui un ambiente distributivo preveda la distribuzione in modalità *embedding* troveranno, in aggiunta, applicazione le seguenti tariffe determinate in base alle LSe rilevate:

	Descrizione	Tariffa		
Embedding	Ambienti Distributivi della Richiedente che prevedono la distribuzione in modalità Embedding	Fascia per valori di LSe* annuo	Tariffa piena** per ciascun Embedding Site/App nella medesima fascia di riferimento [€]	Tariffa scontata*** per ciascun Embedding Site/App, nella medesima fascia di riferimento [€]
		> 50 milioni	Euro 5.000	Euro 2.500
		da 15 milioni a 50	Euro 2.200	Euro 1.100
		da 5 a 15 milioni	Euro 1.700	Euro 850
		da 100.000 a 5 milioni	Euro 350	Euro 175

**Tariffa piena: si applica ai primi 4 Embedding Site/App nella medesima fascia di riferimento.

***Tariffa scontata: si applica dal 5° Embedding Site/App e oltre nella medesima fascia di riferimento.

Gli Embedding Site/App verranno aggregati al dominio di secondo livello.

I volumi di LSe relativi agli Embedding Site/App che hanno lo stesso dominio di secondo livello verranno sommati. Gli Embedding Site/App con valore di LSe annuo inferiore a 100.000 non vengono conteggiati ai fini del calcolo del corrispettivo.

Ai fini del calcolo del corrispettivo fisso:

- per “*Ambiente Distributivo di Reference*” si intende l’Ambiente Distributivo della Richiedente che utilizza un proprio specifico e distinto Player Video, che produce complessivamente il maggior consumo (in totale tempo speso – TTS) rispetto al totale degli Ambienti Distributivi della Richiedente e il cui Player Video viene eventualmente utilizzato anche su altri Ambienti Distributivi della Richiedente.
- Per “*Ambiente Distributivo NON di Reference*” si intende un qualsiasi altro Ambiente Distributivo della Richiedente.
- Per “*Embedding Site/App*”: ciascun sito *web* o *app* che incorpori un Player Video di un Ambiente Distributivo della Richiedente, escluso la modalità Free Embedding.
- Per “*Legitimate Stream editoriali o “LSe”*”: si intendono i video stream avviati al netto delle regole di esclusione definite da Auditel, solo editoriali, inclusive del valore out-of-country.
- Per “*Tecnologia Operativa*” si intende l’architettura tecnologica all’interno della quale viene implementato un Player Video e in particolare la combinazione fra tecnologia applicativa adottata e il tipo di dispositivo o sistema operativo all’interno del quale la tecnologia applicativa viene implementata. Periodicamente il Comitato Tecnico di Auditel aggiornerà la lista delle Tecnologie Operative, identificando le più rilevanti (cosiddette Tecnologie Operative Target), per tenere conto della evoluzione del mercato e delle conseguenti necessità di monitoraggio. L’elenco aggiornato delle Tecnologie Operative, insieme con i relativi Livelli di Servizio applicabili, sarà disponibile al link <https://www.auditel.it/docpdf/tecnologie-operative.pdf> dove saranno elencate tutte le Tecnologie Operative monitorate da Auditel, distinte fra Tecnologie Operative Target e Tecnologie Operative NON Target. Qualsiasi Tecnologia Operativa non esplicitamente indicata in tale elenco dovrà considerarsi NON certificabile finchè non verrà attribuito il relativo Livello di Servizio da parte del Comitato Tecnico. Le suddette decisioni dovranno essere assunte dal Comitato Tecnico entro la prima riunione convocata da Auditel.

B) Corrispettivo variabile

Il Corrispettivo Variabile è dovuto dalla Richiedente, secondo i termini stabiliti ai punti (i) e (ii) di seguito:

- (i) una ripartizione sulla base dei volumi degli *Legitimate Stream editoriali* (LSe) del costo annuo di rilevazione del Legitimate Stream complessivi (“LS”) sostenuto da Auditel. La quota ripartita è convenzionalmente definita in euro 1.000.000 per l’annualità 2025 e verrà adeguata di anno in anno in base al variare dei costi complessivi legati ai volumi totali di LS stimati da Auditel per l’anno successivo.

L’importo dovuto su tale base dalla Richiedente è ottenuto moltiplicando la Share LSe della Richiedente per 1 milione di euro (quota di ripartizione per il 2025). La Share LSe della Richiedente è ottenuta secondo la seguente formula:

$$\text{Share LSe della Richiedente} = \frac{\text{Totale LSe della Richiedente}}{\text{Totale LSe}} \times 100\%$$

(ii) un importo variabile parametrato all'AMR digital individualizzato, ovvero l'ascolto del minuto medio realizzato dal target totale individui di età 4+ nell'intero giorno della sola componente digitale (contenuti fruiti via internet) sia di natura editoriale che di natura pubblicitaria nel periodo di riferimento considerato.

La tariffa su base AMR viene calcolata moltiplicando i punti totali di AMR (E+ADV) della Richiedente realizzati nell'anno, per il valore di AMR (E+ADV) di ogni fascia indicata nella tabella che segue e sommando la quota risultante da ogni fascia. Il valore dei punti di AMR (E+ADV) per fascia è riportato nella tabella seguente:

Fascia	Ampiezza Fascia	AMR (E+ADV) digital annuo	Valore per AMR digital (E+ADV) [euro]
10	over	oltre 120.0000	16,34
9	20.000	da 100.001 a 120.000	16,96
8	20.000	da 80.001 a 100.000	17,59
7	20.000	da 60.001 a 80.000	18,25
6	20.000	da 40.001 a 60.000	18,93
5	20.000	da 20.001 a 40.000	19,63
4	10.000	da 10.001 a 20.000	20,37
3	5.000	da 5.001 a 10.000	21,13
2	3.000	da 2.001 a 5.000	21,92
1	2.000	fino a 2.000	15,00

Ai soli fini del calcolo del corrispettivo variabile:

- Per "Legitimate Stream" o "LS": si intendono tutti i video stream avviati e validati secondo le regole di esclusione definite da Auditel;
- Per "LSe" si intendono i Legitimate Stream al netto dei Legitimate Stream pubblicitari, inclusivi della quota out-of-country;
- Per "Totale LSe della Richiedente" si intende il totale dei LSe della Richiedente misurati e pubblicati da Auditel, nel periodo di riferimento;
- Per "Totale LSe" si intende il valore totale dei LSe misurati e pubblicati da Auditel, nell'ambito del Sistema di Rilevazione, nel periodo di riferimento;

- Per “Share LSe della Richiedente”: si intende il rapporto percentuale tra il Totale LSe della Richiedente e il Totale LSe, nel periodo di riferimento;
- Ai fini del calcolo si considerano gli LSe calcolati nel periodo 1/10-30/09 dell’anno precedente;
- Per “AMR (E+ADV)”: si intende l’Average Minute Rating digital sul target totale individui età 4+ nell’intera giornata nel periodo di riferimento considerato. Si tratta di un ascolto medio individualizzato della sola componente digitale (Contenuti fruiti via internet) sia di natura editoriale che di natura pubblicitaria.

Utenti

L’accesso ai dati Auditel da parte dell’utente finale avviene attraverso le *software house* e/o i loro applicativi. Le *software house* sono società specializzate nell’analisi dei dati di ascolto.

Le *software house* ricevono in licenza da Auditel (che ne mantiene la piena proprietà) i dati di ascolto con l’obiettivo di realizzare servizi a valore aggiunto, cioè attività di analisi svolte su incarico di un utente finale (quali agenzie, centri media, utenti di pubblicità, concessionarie, società di produzione, nonché qualsiasi altra utenza professionale).

La *software house* sottoscrive un contratto di licenza d’uso dei dati Auditel e riconosce alla stessa una fee, anche in ipotetica assenza di clienti. La fee in vigore dal 1 gennaio 2024 è indicata nel listino sotto riportato.

Parimenti l’utente finale deve sottoscrivere con Auditel un contratto di licenza d’uso corrispondendo una *fee* in base al listino Auditel. Una volta sottoscritto il contratto con Auditel, l’utente ha quindi titolo di rivolgersi alle *software house* autorizzate per l’accesso alla banca dati Auditel. La *software house* è pertanto tenuta a verificare che l’utente abbia in essere un contratto con Auditel, in assenza del quale non è autorizzata a fornire accesso ai dati Auditel.

Il Listino Utenti Auditel

Auditel ha disegnato il sistema tariffario destinato ai clienti che accedono e utilizzano i dati di ascolto digitali sulla base di criteri di equità e a parità di condizioni tra categorie omogenee di utilizzatori finali del dato.

Il Listino Auditel digital, in vigore dal 1 gennaio 2024, consente ad ogni soggetto interessato all’utilizzo dei dati di stimare la relativa *fee* di competenza identificando la tipologia di attività professionale nell’ambito della quale intende utilizzare il dato Auditel e il corrispondente parametro quantitativo (billing, fatturato, ecc.) che riflette la dimensione del suo *business*.

Con la finalità di consentire l’utilizzo delle informazioni anche a Utenti occasionali e/o operanti in business stagionali, sono inoltre previste le seguenti modalità di accesso:

- accesso fino a 6 mesi continuativi;
- accesso attraverso una o più elaborazioni effettuate direttamente dalla *software house* (senza pertanto disporre dell’accesso all’intera banca dati) e fornite in modalità statica.

Le tariffe qui indicate sono state redatte tenendo in considerazione lo stato attuale di sviluppo della Ricerca e sono valide dal 1° gennaio 2025 fino al 31 dicembre 2025.

Il dato di Total Audience sarà accessibile, attraverso le *software house* e/o i loro applicativi, ai soli utenti che siano clienti sia del dato di TV tradizionale che del dato digital.

listino Auditel Utenti categorie di classificazione dei clienti Auditel

soggetto	descrizione
software-house	✓ società specializzata in analisi media basate sui dati auditel, attraverso applicazioni e software proprietari.
società di servizi informativi	✓ società che svolge attività di creazione e gestione informatica di banche dati e di elaborazione e fornitura dei dati medesimi, offrendo al cliente finale servizi informativi relativi a tali dati.
centri media	✓ società di servizi commerciali che svolge per conto dei propri clienti l'attività di prenotazione degli spazi pubblicitari e di negoziazione del prezzo di acquisto degli stessi con gli editori e le concessionarie di pubblicità.
agenzie di pubblicità	✓ società di servizi commerciali che svolge per conto dei propri clienti l'attività di ideazione, progettazione e realizzazione delle campagne pubblicitarie sui mezzi di comunicazione.
società di auditing	✓ società che offre servizi professionali di auditing e revisione contabile.
case di produzione	✓ società che si occupa della ideazione, della realizzazione e della commercializzazione di prodotti audio-visivi (film, serie televisive, programmi di intrattenimento, etc.).
concessionarie di pubblicità	✓ società di servizi commerciali che svolge l'attività di vendita degli spazi pubblicitari per conto dei suoi clienti (emittenti radiofoniche e televisive, sale cinematografiche, case editrici, siti internet, etc.).
utenti di pubblicità	✓ società industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione per promuovere ai consumatori i propri prodotti e servizi.
sports rights owner	✓ società titolari dei diritti audiovisivi e radiofonici di eventi sportivi la cui attività consiste nella commercializzazione degli stessi ai media e a ulteriori soggetti interessati.
utenti diversi	✓ utenti utilizzatori dei dati auditel che non rientrano nelle suddette categorie specifiche.

listino auditel utenti digital in vigore dal 1 gennaio 2024

software house (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro (0-2 mln)	Euro		3.000
b) piccole (2-10 mln)	Euro		5.000
c) medio-grandi (oltre 10 mln)	Euro		8.000
società di servizi informativi (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro (0-2 mln)	Euro		1.500
b) piccole (2-10 mln)	Euro		3.000
c) medio-grandi (oltre 10 mln)	Euro		4.000
agenzie di pubblicità e centri media (base billing TV su fonti Nielsen AdEx e Le Fac)			
totale tariffa = tariffa fissa + tariffa variabile			
tariffa fissa per ciascun utente		Euro	2.000
tariffa variabile per ciascun utente tariffa variabile massima (TVM) = CPM ('000 LS) totali pubblicitari pubblicati da Auditel nell'anno precedente x 0,001€			
a) fino a 50 milioni di billing TV	% di TVM		10%
b) da 50,1 a 250 milioni di billing TV	% di TVM		50%
c) da 250,1 a 500 milioni di billing TV	% di TVM		75%
d) oltre 500 milioni di billing TV	% di TVM		100%
case di produzione (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro-piccole (0-10 mln)	Euro		2.000
b) medie (10-50 mln)	Euro		4.000
c) grandi (oltre 50 mln)	Euro		6.000
società di auditing (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro-piccole (0-10 mln)	Euro		3.000
b) medie (10-50 mln)	Euro		5.000
c) grandi (oltre 50 mln)	Euro		8.000
utenti di pubblicità (base investimento pubblicitario Nielsen Adex)			
tariffa variabile per ciascun utente tariffa variabile massima (TVM) = CPM ('000 LS) totali pubblicitari pubblicati da Auditel nell'anno precedente x 0,001€			
a) fino a 10 milioni di investimento pubblicitario	% di TVM		20%
b) da 10,1 a 50 milioni di investimento pubblicitario	% di TVM		40%
c) oltre 50 milioni di investimento pubblicitario	% di TVM		70%
concessionarie di pubblicità (base investimento pubblicitario Nielsen AdEx / fatturato Italia su fonte camerale)			
a) fino a 10 milioni	Euro		1.250
b) da 10,1 a 50 milioni	Euro		3.750
c) da 50,1 a 250 milioni	Euro		7.500
d) da 250,1 a 500 milioni	Euro		12.500
e) da 500,1 a 1.000 milioni	Euro		18.750
f) oltre 1.000 milioni	Euro		27.500
sport rights owners (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro-piccole (0-10 mln)	Euro		2.500
b) medie (10-50 mln)	Euro		5.000
c) grandi (oltre 50 mln)	Euro		10.000
utenti diversi (base fatturato Italia su fonte camerale)			
a) micro (0-2 mln)	Euro		1.000
b) piccoli (2-10 mln)	Euro		1.500
c) medi (10-50 mln)	Euro		2.500
d) grandi (oltre 50 mln)	Euro		3.750
utenti stagionali			
a) fino a 6 mesi	% tariffa		75%
b) da 6 a 12 mesi	% tariffa		100%

Per l'utilizzo del dato in relazione alla fornitura di alcune tipologie di servizi, potranno applicarsi tariffe specifiche non indicate nel tariffario sopra riportato.