

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 audiovisivi (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

listino in vigore dal 1 gennaio 2026

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 10mln)	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
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%
agenzie di pubblicità (base fatturato Italia su fonte camerale)		
totale tariffa = tariffa fissa + tariffa variabile		
tariffa fissa per ciascun utente	Euro	1.000
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)		
fino a 10 milioni	Euro	1.250
a) da 10,1 a 50 milioni	Euro	3.750
b) da 50,1 a 250 milioni	Euro	7.500
c) da 250,1 a 500 milioni	Euro	12.500
d) da 500,1 a 1.000 milioni	Euro	18.750
e) oltre 1.000 milioni	Euro	27.500
sport rights owners (base fatturato Italia su fonte camerale)		
micro-piccole (0-10 mln)	Euro	2.500
a)medie (10-50 mln)	Euro	5.000
b)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%