



standard auditel total audience

Report Settimanale

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

8.484.897 ascoltatori medi (AMR)

1.425.462.767 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

622.382

Ascoltatori medi

Andamento AMR

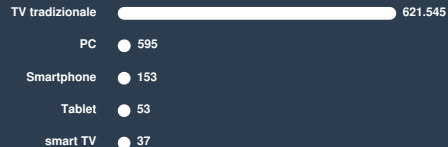
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

417.899

Ascoltatori medi

Andamento AMR

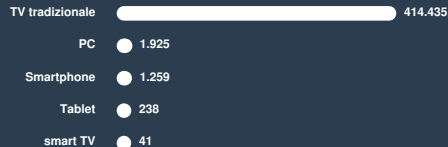
- 8%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



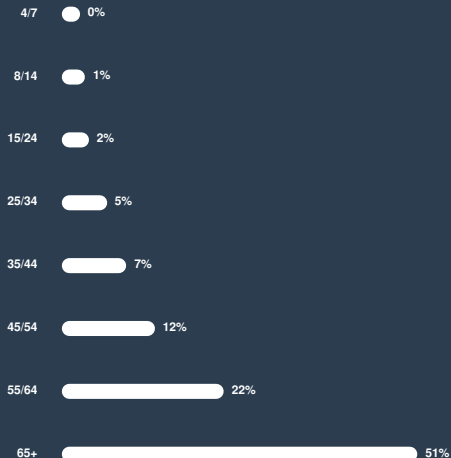
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



AMR Total Audience

3.211.661

Ascoltatori medi

Andamento AMR

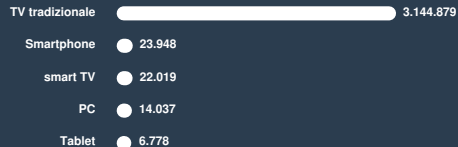
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



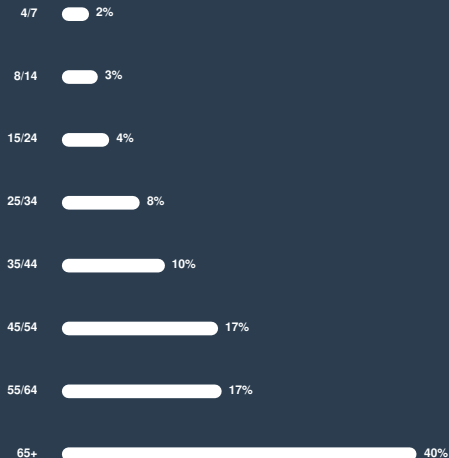
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

Rai

AMR Total Audience

3.149.485

Ascoltatori medi

Andamento AMR

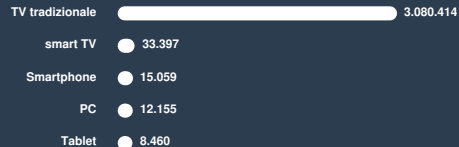
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



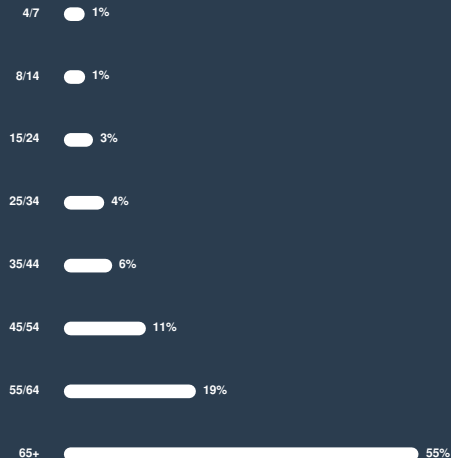
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

sky

AMR Total Audience

667.345

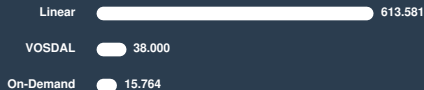
Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience totali della settimana totale editori con DAZN

In questa sezione viene mostrato un dato di Total Audience diverso dallo Standard Auditel (Live + VOSDAL), poiché vengono inclusi nella Total Audience i dati di AMR di DAZN via App digital su TV connesse. Tali dati sono di origine censuaria e vengono rilevati tramite SDK su tutti i dispositivi connessi, quindi includendo per la TV anche la fruizione nelle seconde case. Inoltre, diversamente dagli altri Editori, l'ascolto di origine censuaria è prevalente rispetto a quello campionario fornito dal SuperPanel Auditel, che relativamente agli ascolti della TV non include le seconde case.

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

8.574.817 ascoltatori medi (AMR)

1.440.569.235 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



AMR Total Audience

95.088

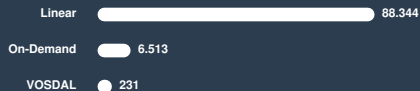
Ascoltatori medi

Andamento AMR

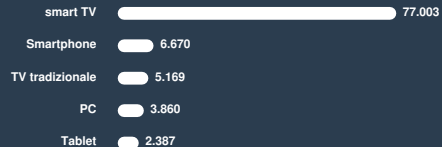
- 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

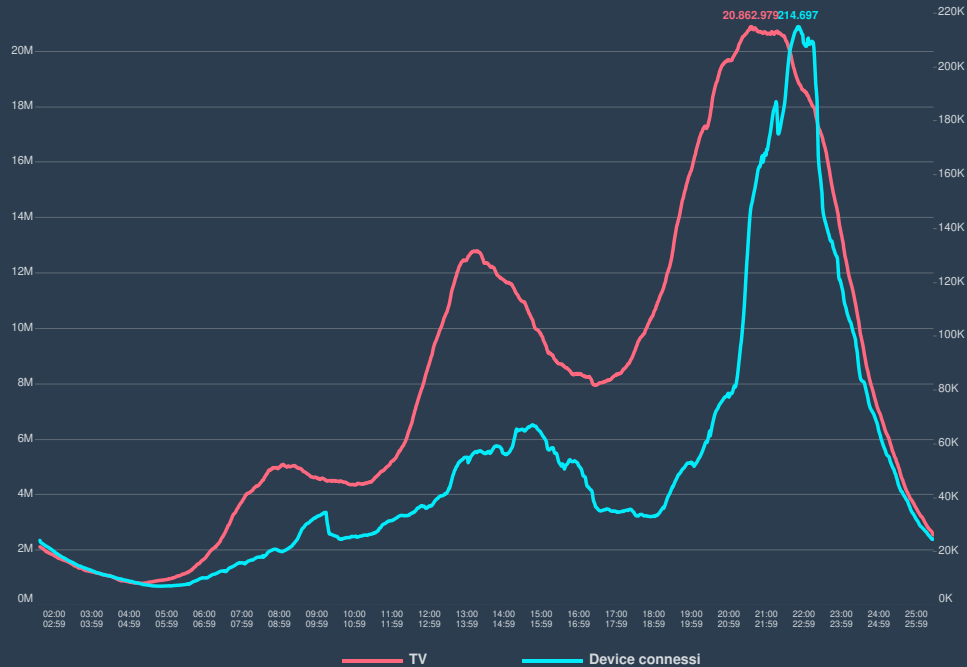
8.311.486 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

51.882 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

total audience linear

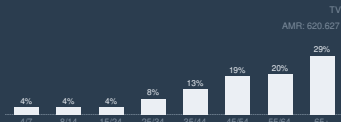
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

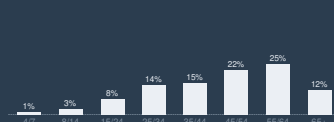
Discovery AMR: 621.197

Donne **55**%
Uomini **45**%



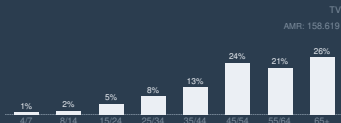
DEVICE CONNESSI AMR: 569

Donne **51**%
Uomini **49**%



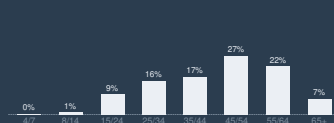
NOVE AMR: 158.744

Donne **54**%
Uomini **46**%



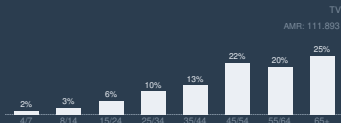
DEVICE CONNESSI AMR: 125

Donne **48**%
Uomini **52**%



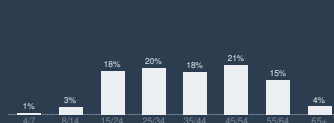
REAL TIME AMR: 111.964

Donne **68**%
Uomini **32**%



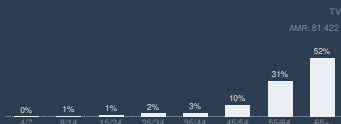
DEVICE CONNESSI AMR: 71

Donne **72**%
Uomini **28**%



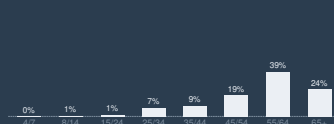
GIALLO AMR: 81.598

Donne **62**%
Uomini **38**%



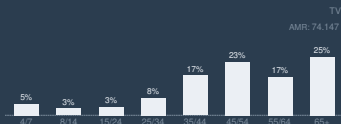
DEVICE CONNESSI AMR: 176

Donne **66**%
Uomini **34**%



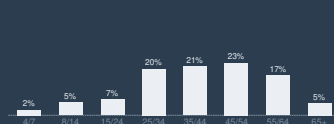
DMAX AMR: 74.231

Donne **42**%
Uomini **58**%



DEVICE CONNESSI AMR: 84

Donne **26**%
Uomini **74**%



total
audience
linear

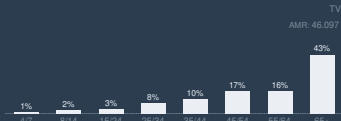
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

FOOD NETWORK
AMR: 46.110

Donne **66**%
Uomini **34**%



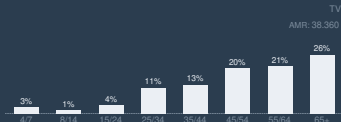
DEVICE CONNESSI
AMR: 13

Donne **62**%
Uomini **38**%



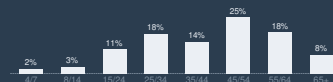
MOTOR TREND
AMR: 38.415

Donne **27**%
Uomini **73**%



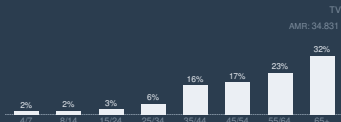
DEVICE CONNESSI
AMR: 55

Donne **13**%
Uomini **87**%



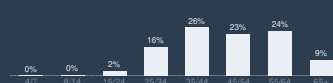
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 34.852

Donne **57**%
Uomini **43**%



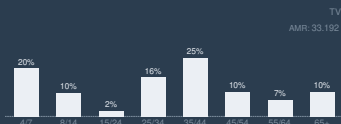
DEVICE CONNESSI
AMR: 21

Donne **52**%
Uomini **48**%



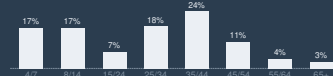
FRISBEE
AMR: 33.196

Donne **59**%
Uomini **41**%



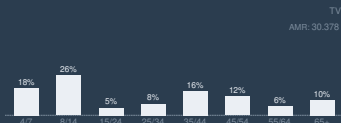
DEVICE CONNESSI
AMR: 5

Donne **57**%
Uomini **43**%



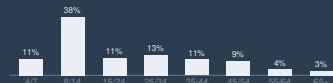
K2
AMR: 30.388

Donne **54**%
Uomini **46**%



DEVICE CONNESSI
AMR: 9

Donne **43**%
Uomini **57**%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 417.544

Donne

51

%

Uomini

49

%



TV
AMR: 414.237

DEVICE CONNESSI
AMR: 3.307

Donne

38

%

Uomini

62

%



LA7
AMR: 377.834

Donne

49

%

Uomini

51

%



TV
AMR: 374.527

DEVICE CONNESSI
AMR: 3.307

Donne

38

%

Uomini

62

%



LA7D
AMR: 39.710

Donne

72

%

Uomini

28

%



TV
AMR: 39.710

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

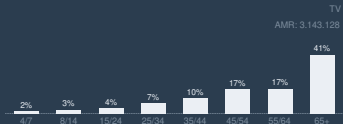


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

RTI - Mediaset

AMR: 3.164.416

Donne **57**%
Uomini **43**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 21.287

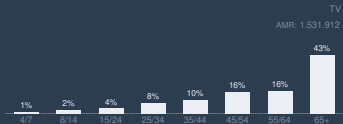
Donne **54**%
Uomini **46**%



CANALE 5

AMR: 1.541.118

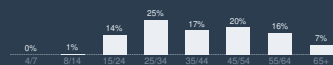
Donne **62**%
Uomini **38**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 9.206

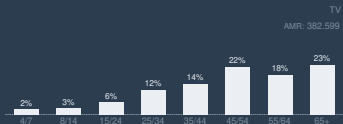
Donne **62**%
Uomini **38**%



ITALIA 1

AMR: 384.309

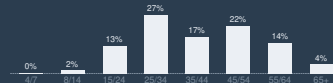
Donne **49**%
Uomini **51**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.710

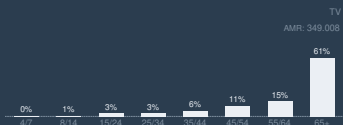
Donne **39**%
Uomini **61**%



RETE 4

AMR: 350.206

Donne **58**%
Uomini **42**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.198

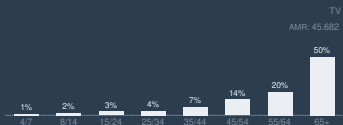
Donne **54**%
Uomini **46**%



TGCOM 24

AMR: 48.740

Donne **42**%
Uomini **58**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 3.058

Donne **36**%
Uomini **64**%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

MEDIASET DIGITAL
AMR: 3.924

DEVICE CONNESSI

AMR: 3.924

Donne

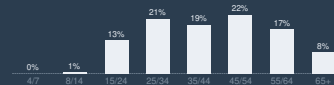
61

%

Uomini

39

%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

RAI

AMR: 3.089.386

Donne

60
%

Uomini

40
%



TV
AMR: 3.078.231

DEVICE CONNESSI
AMR: 11.155

Donne

57
%

Uomini

43
%



RAI 1

AMR: 1.583.789

Donne

66
%

Uomini

34
%



TV
AMR: 1.579.144

DEVICE CONNESSI
AMR: 4.644

Donne

69
%

Uomini

31
%



RAI 3

AMR: 598.547

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 596.849

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.697

Donne

55
%

Uomini

45
%



RAI 2

AMR: 380.218

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 378.733

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.486

Donne

50
%

Uomini

50
%



RAI PREMIUM

AMR: 128.155

Donne

69
%

Uomini

31
%



TV
AMR: 127.928

DEVICE CONNESSI
AMR: 227

Donne

81
%

Uomini

19
%



total
audience
linear

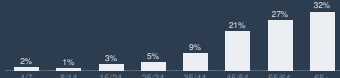
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

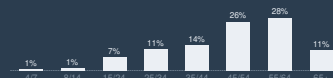
RAI 4
AMR: 88.962

Donne **52**%
Uomini **48**%



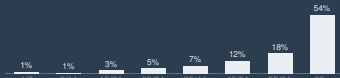
DEVICE CONNESSI
AMR: 340

Donne **49**%
Uomini **51**%



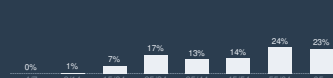
RAI MOVIE
AMR: 85.348

Donne **44**%
Uomini **56**%



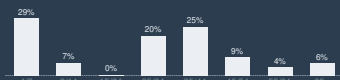
DEVICE CONNESSI
AMR: 201

Donne **38**%
Uomini **62**%



RAI YOYO
AMR: 67.829

Donne **60**%
Uomini **40**%



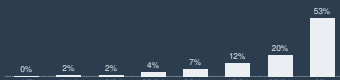
DEVICE CONNESSI
AMR: 55

Donne **57**%
Uomini **43**%



RAI NEWS 24
AMR: 54.579

Donne **47**%
Uomini **53**%



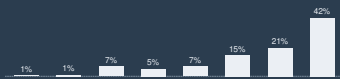
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.389

Donne **35**%
Uomini **65**%



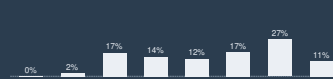
RAI SPORT
AMR: 38.946

Donne **38**%
Uomini **62**%



DEVICE CONNESSI
AMR: 180

Donne **22**%
Uomini **78**%



total audience linear

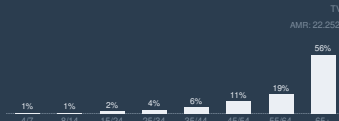
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

RAI 5
AMR: 22.324

Donne **48**%
Uomini **52**%



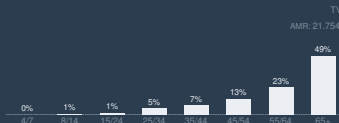
DEVICE CONNESSI

Donne **43**%
Uomini **57**%



RAI STORIA
AMR: 21.889

Donne **36**%
Uomini **64**%



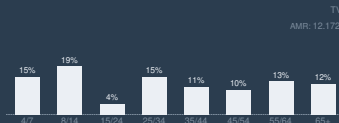
DEVICE CONNESSI
AMR: 135

Donne **28**%
Uomini **72**%



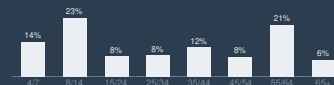
RAI GULP
AMR: 12.185

Donne **59**%
Uomini **41**%



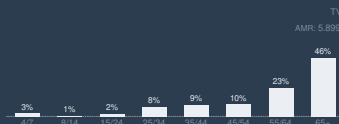
DEVICE CONNESSI
AMR: 12

Donne **55**%
Uomini **45**%



RAI SCUOLA
AMR: 5.937

Donne **37**%
Uomini **63**%



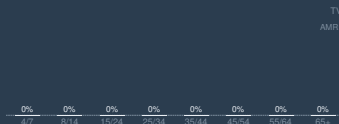
DEVICE CONNESSI
AMR: 38

Donne **20**%
Uomini **80**%



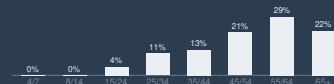
RAI RADIO2
AMR: 427

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI
AMR: 427

Donne **60**%
Uomini **40**%



total audience linear

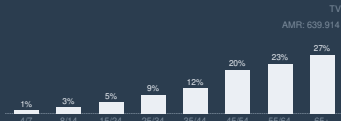
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

Sky Italia AMR: 655.477

Donne **44**%
Uomini **56**%



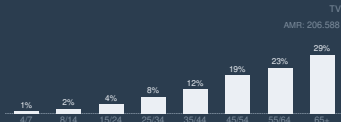
DEVICE CONNESSI AMR: 15.563

Donne **17**%
Uomini **83**%



TV8 AMR: 208.194

Donne **51**%
Uomini **49**%



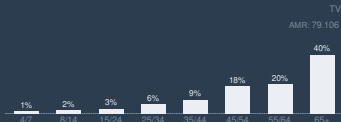
DEVICE CONNESSI AMR: 1.606

Donne **26**%
Uomini **74**%



CIELO AMR: 79.242

Donne **47**%
Uomini **53**%



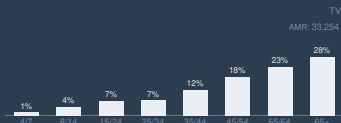
DEVICE CONNESSI AMR: 136

Donne **43**%
Uomini **57**%



SKY TG24 AMR: 34.645

Donne **40**%
Uomini **60**%



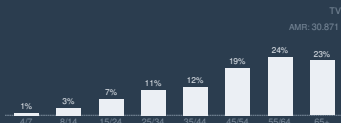
DEVICE CONNESSI AMR: 1.391

Donne **22**%
Uomini **78**%



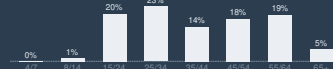
SKY SPORT UNO AMR: 34.030

Donne **30**%
Uomini **70**%



DEVICE CONNESSI AMR: 3.159

Donne **11**%
Uomini **89**%



total
audience
linear

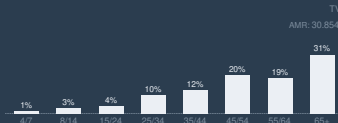
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

SKY TG24 (50)
AMR: 30.854

Donne **40**%
Uomini **60**%



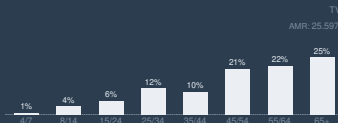
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



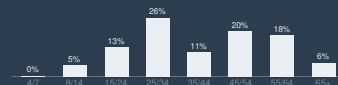
SKY SPORT 24
AMR: 26.309

Donne **27**%
Uomini **73**%



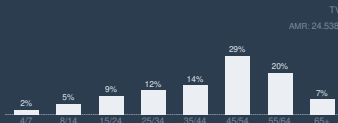
DEVICE CONNESSI
AMR: 712

Donne **12**%
Uomini **88**%



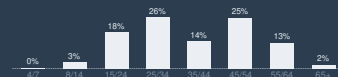
SKY UNO
AMR: 25.520

Donne **51**%
Uomini **49**%



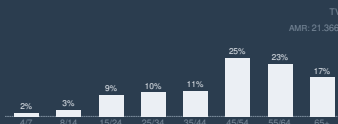
DEVICE CONNESSI
AMR: 982

Donne **37**%
Uomini **63**%



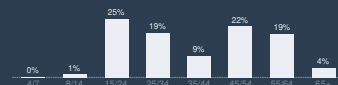
SKY SPORT F1
AMR: 23.327

Donne **32**%
Uomini **68**%



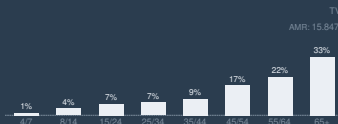
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.962

Donne **13**%
Uomini **87**%



SKY SPORT 251
AMR: 17.187

Donne **24**%
Uomini **76**%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.340

Donne **10**%
Uomini **90**%



total
audience
linear

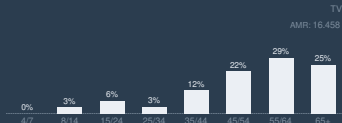
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

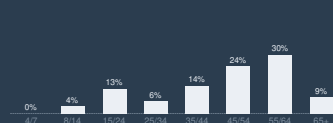
SKY INVESTIGATION +1
AMR: 16.491

Donne **66**%
Uomini **34**%



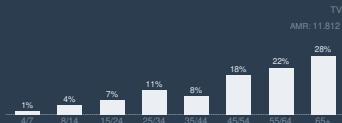
DEVICE CONNESSI
AMR: 33

Donne **70**%
Uomini **30**%



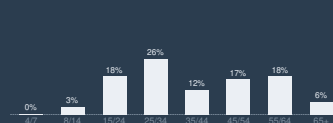
SKY SPORT CALCIO
AMR: 12.285

Donne **34**%
Uomini **66**%



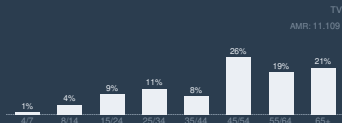
DEVICE CONNESSI
AMR: 474

Donne **10**%
Uomini **90**%



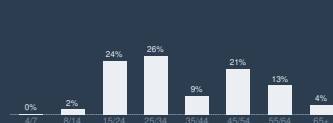
SKY SPORT FOOTBALL
AMR: 11.868

Donne **25**%
Uomini **75**%



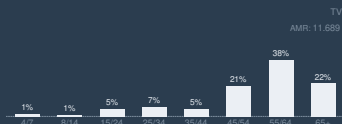
DEVICE CONNESSI
AMR: 759

Donne **8**%
Uomini **92**%



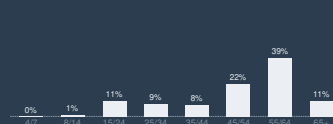
SKY INVESTIGATION
AMR: 11.764

Donne **54**%
Uomini **46**%



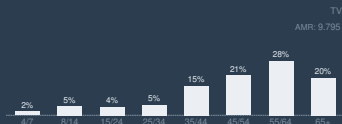
DEVICE CONNESSI
AMR: 75

Donne **47**%
Uomini **53**%



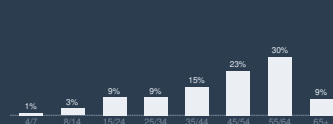
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 9.838

Donne **43**%
Uomini **57**%



DEVICE CONNESSI
AMR: 43

Donne **30**%
Uomini **70**%



total audience linear totali della settimana totale editori con DAZN

In questa sezione viene mostrato un dato di Total Audience diverso dallo Standard Auditel (Live + VOSDAL), poiché vengono inclusi nella Total Audience i dati di AMR di DAZN via App digital su TV connesse.

Tali dati sono di origine censuaria e vengono rilevati tramite SDK su tutti i dispositivi connessi, quindi includendo per la TV anche la fruizione nelle seconde case.

Inoltre, diversamente dagli altri Editori, l'ascolto di origine censuaria è prevalente rispetto a quello campionario fornito dal SuperPanel Auditel, che relativamente agli ascolti della TV non include le seconde case.

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

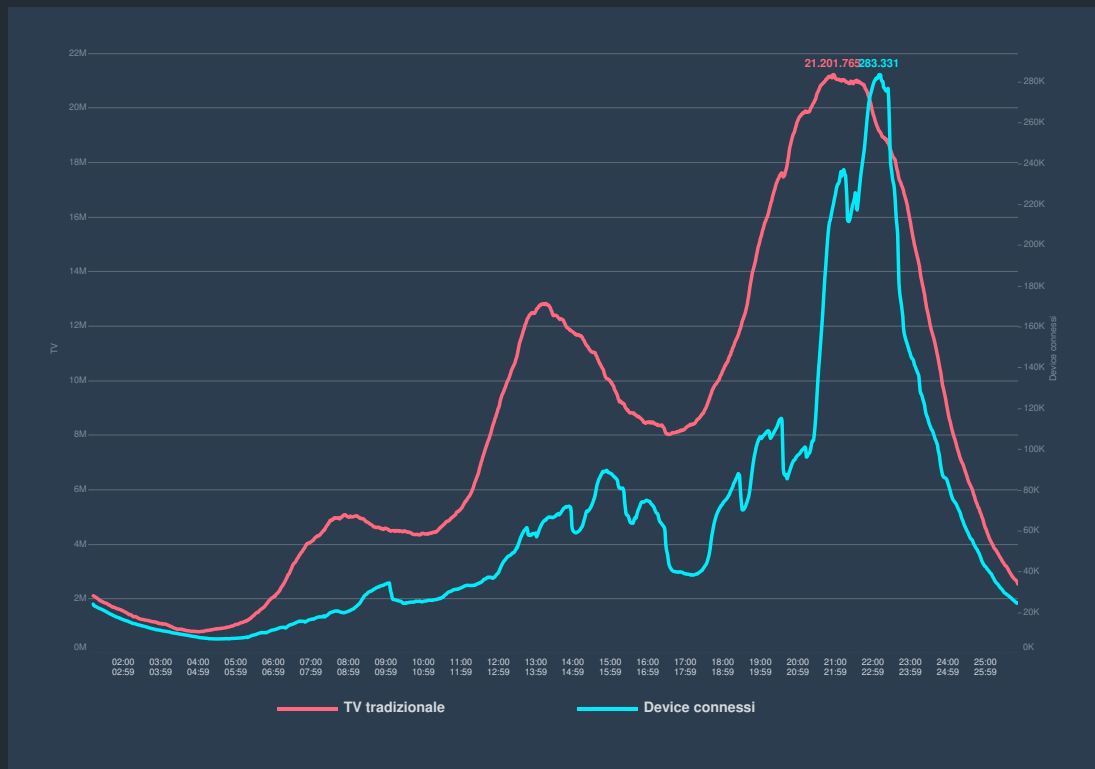
8.382.690 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

64.086 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

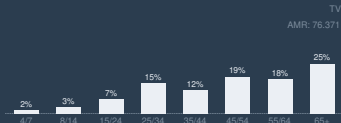


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

DAZN
AMR: 88.575

Donne
25
%

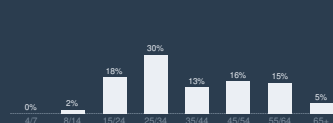
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 12.204

Donne
7
%

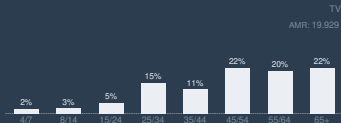
Uomini
93
%



DAZN4
AMR: 23.165

Donne
26
%

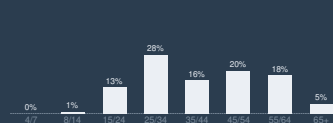
Uomini
74
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3.236

Donne
7
%

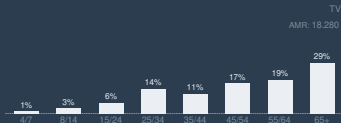
Uomini
93
%



DAZN2
AMR: 21.518

Donne
23
%

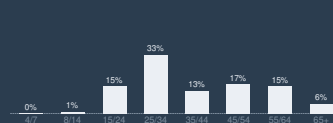
Uomini
77
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3.238

Donne
5
%

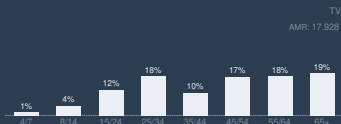
Uomini
95
%



DAZN3
AMR: 20.691

Donne
28
%

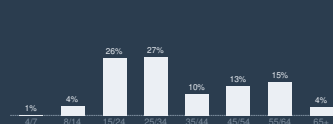
Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.763

Donne
9
%

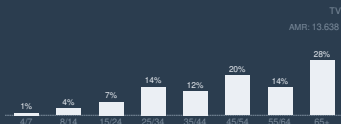
Uomini
91
%



DAZN1
AMR: 16.216

Donne
24
%

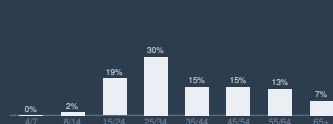
Uomini
76
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.578

Donne
7
%

Uomini
93
%



total audience linear

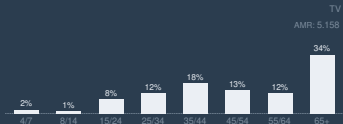
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

ZONA DAZN AMR: 5.158

Donne **28**%
Uomini **72**%



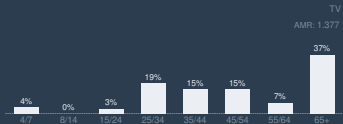
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



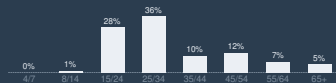
DAZN5 AMR: 1.749

Donne **18**%
Uomini **82**%



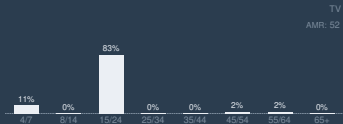
DEVICE CONNESSI AMR: 372

Donne **6**%
Uomini **94**%



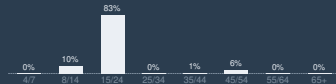
DAZN6 AMR: 69

Donne **3**%
Uomini **97**%



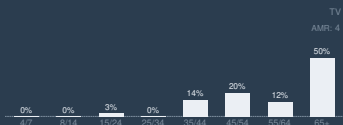
DEVICE CONNESSI AMR: 17

Donne **0**%
Uomini **100**%



ZONA DAZN 4 AMR: 4

Donne **15**%
Uomini **85**%



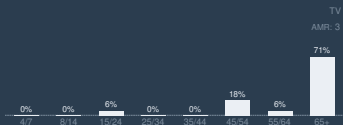
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 2 AMR: 3

Donne **34**%
Uomini **66**%



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

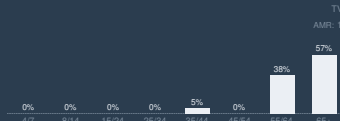


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

ZONA DAZN 3
AMR: 1

Donne
15
%

Uomini
85
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

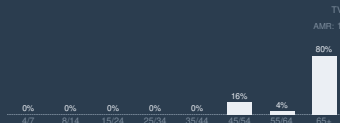
Uomini
%



ZONA DAZN 5
AMR: 1

Donne
15
%

Uomini
85
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

**total
audience
on demand
totali della
settimana
totale editori digital**

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

143.602 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

canale

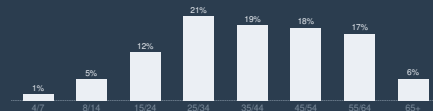
seesso

età

DAZN
AMR: 6.513

Donne
7
%

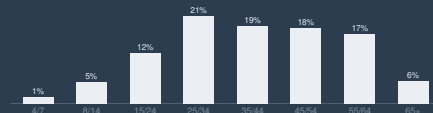
Uomini
93
%



DAZN VOD
AMR: 6.512

Donne
7
%

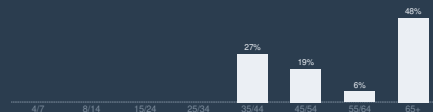
Uomini
93
%



ZONA DAZN
AMR: 0

Donne
23
%

Uomini
77
%

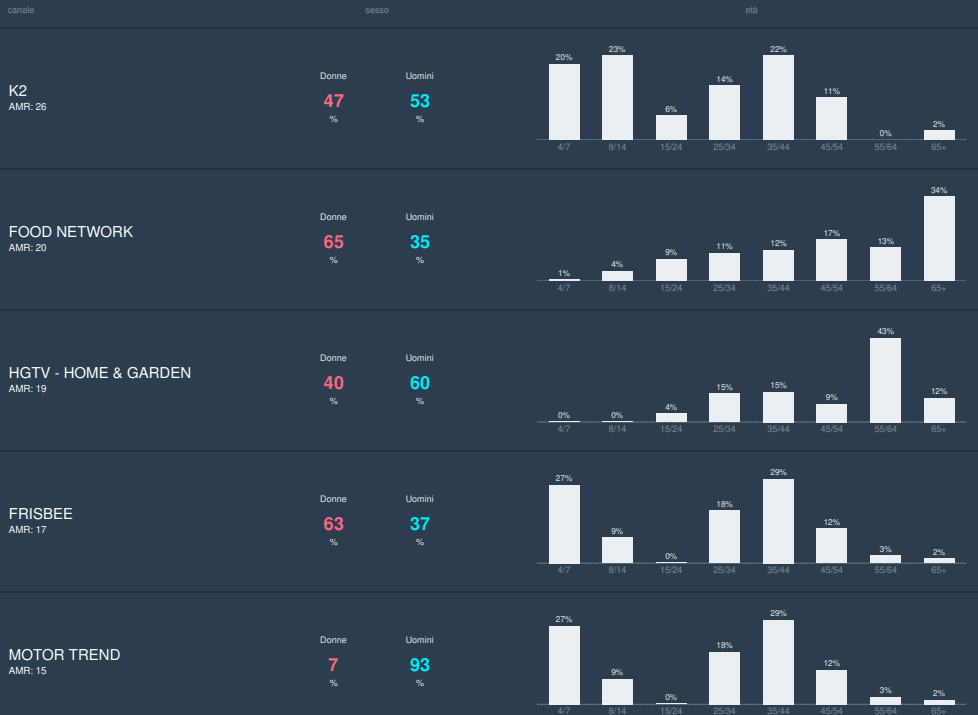




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

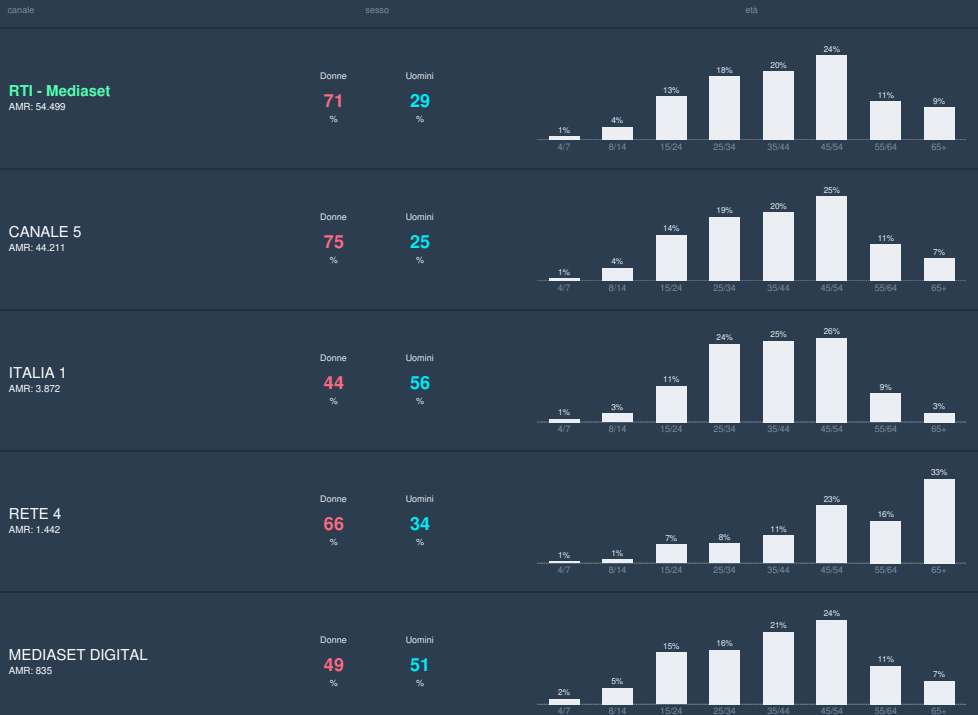




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 569

Donne

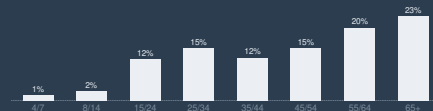
30

%

Uomini

70

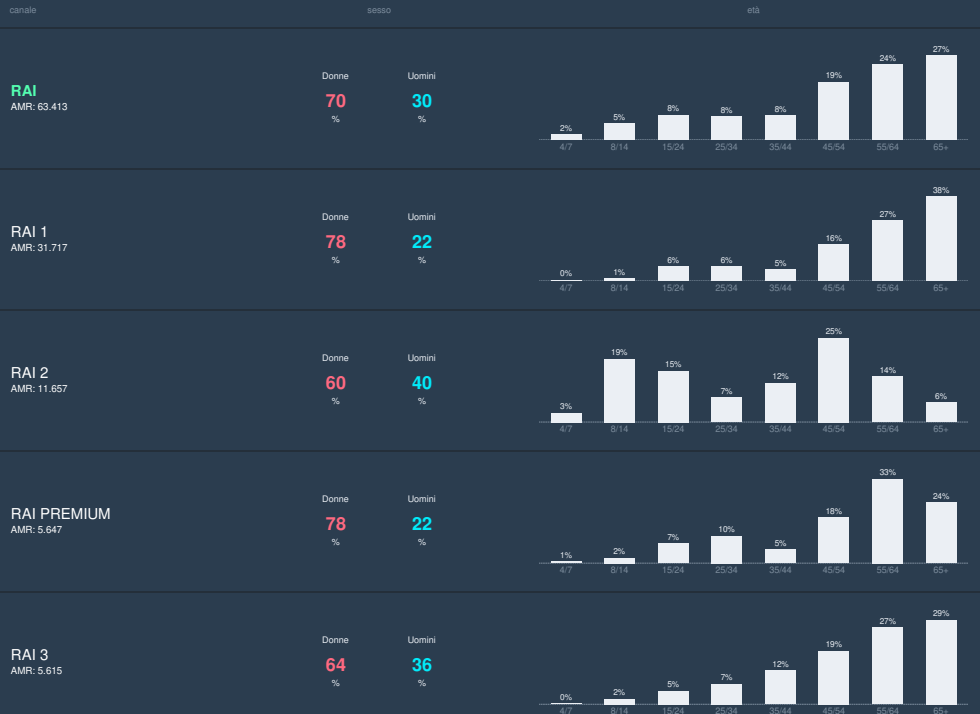
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



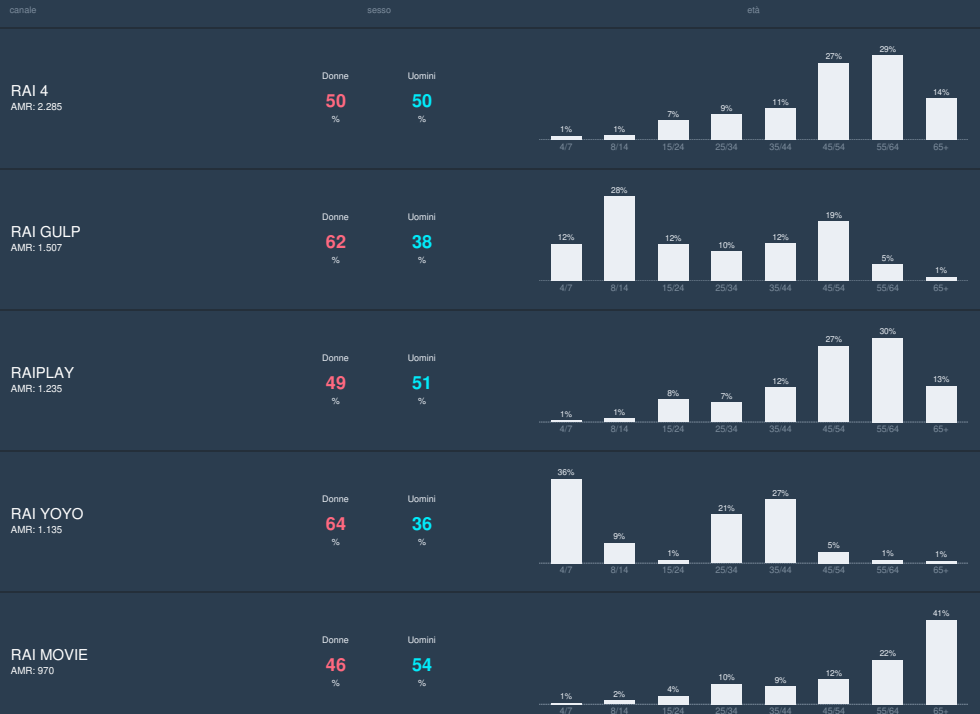
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



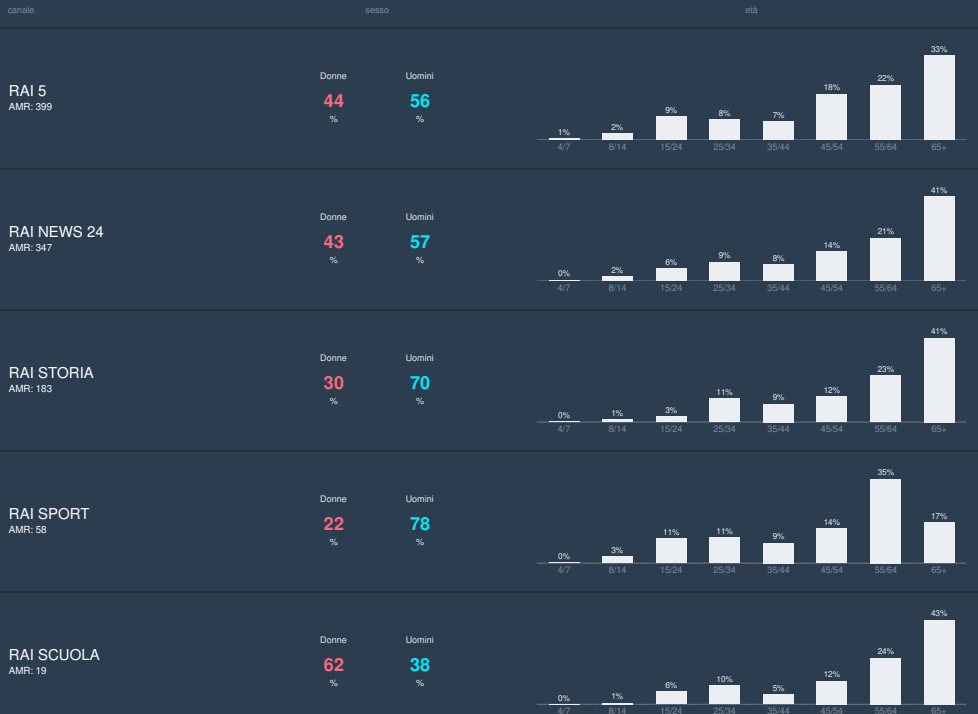
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 15.763

Donne

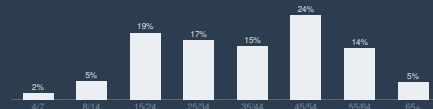
28

%

Uomini

72

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 2.725

Donne

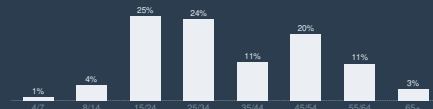
7

%

Uomini

93

%



SKY ATLANTIC

AMR: 2.633

Donne

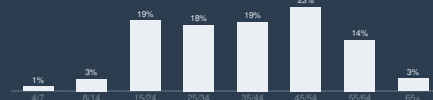
29

%

Uomini

71

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 1.664

Donne

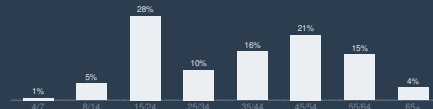
18

%

Uomini

82

%



SKY UNO

AMR: 1.306

Donne

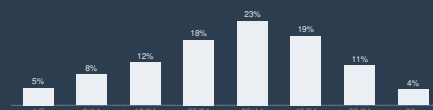
39

%

Uomini

61

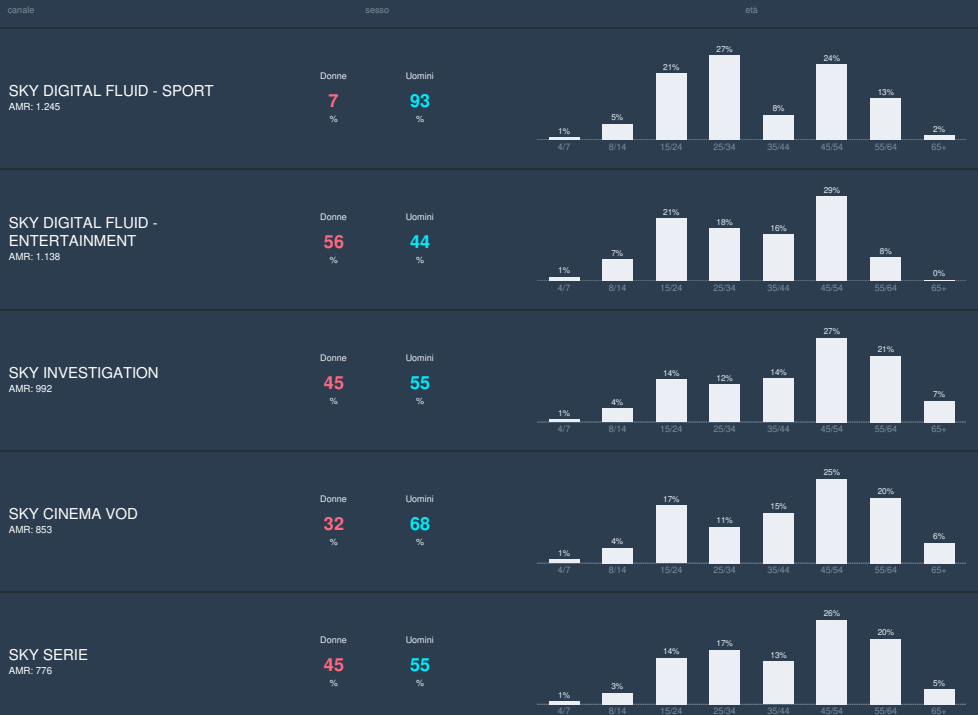
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



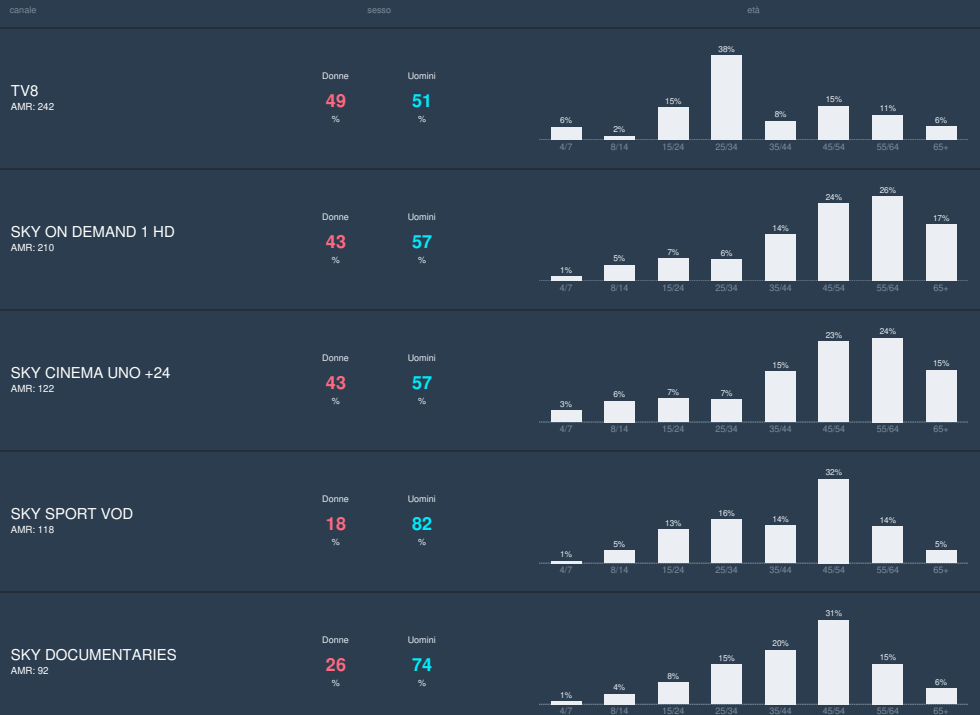
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 ottobre 2022 - 29 ottobre 2022



Informazioni utili note metodologiche **FAQ**

Per eventuali chiarimenti
riguardo ai termini utilizzati
in questa F.A.Q., vi
preghiamo di fare
riferimento al Glossario
disponibile sul sito web
www.auditel.it

Per maggiori informazioni
mail: auditel@auditel.it
tel: +39 02 5829861

1. Che cosa si intende per Total Audience?

Dal 1984 Auditel rileva gli ascolti fruiti attraverso il televisore con un metodo campionario, grazie a un SuperPanel composto da 16.100 famiglie rappresentative della popolazione italiana. Dal 2019 Auditel rileva altresì gli ascolti fruiti attraverso i device digitali (PC, mobile, tablet, Smart TV, game console) grazie a un sistema censuario e alla tecnologia SDK. Fino a marzo 2022, i dati relativi alle due rilevazioni venivano forniti separatamente. Dall'11 aprile 2022, grazie a innovativi e specifici modelli e procedure di elaborazione, questa separazione è cessata: Auditel, infatti, è ora in grado di fornire la Total Audience, ovvero dati che inglobano le risultanze dei due metodi di rilevazione e consentono di calcolare gli ascolti complessivi di un canale o di un programma fruiti attraverso qualsivoglia strumento sia in modalità live che on demand.

2. Cosa si intende per AMR TV, AMR Digital e AMR Total Audience?

AMR sta per Average Minute Rating. Indica, per un dato contenuto con una data estensione temporale, qual è la media degli ascoltatori in ciascun minuto di tale estensione.

L'ascolto medio può essere riferito alla visione sui soli televisori e, in tal caso, viene espresso come ascolto medio TV (AMR TV); può essere riferito alla visione sui soli device digitali e, in tal caso, viene espresso come ascolto medio Digital (AMR Digital); oppure, può essere riferito sia ai televisori che ai device digitali e, in tal caso, viene espresso come ascolto medio di Total Audience (AMR Total Audience).

3. Che cosa si intende per Ambiente?

Nel lessico di Auditel, sotto la spinta della Total Audience, entra una parola nuova: Ambiente. L'Ambiente fa riferimento alla tecnologia trasmissiva e alla conseguente modalità di fruizione.

Ambiente TV si riferisce alla TV digitale terrestre e alla TV satellitare.

Ambiente Digitale si riferisce ai siti web e alle app per la distribuzione di contenuti.

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

La Total Audience Auditel esprime i dati complessivi rilevati e prodotti da Auditel d'ascolto dell'Ambiente TV e dell'Ambiente Digitale. Ecco, in dettaglio, i perimetri della misurazione nei due ambienti:

Ambiente TV

Contenuti fruiti da individui di qualsiasi nazionalità residenti sul territorio italiano con età di almeno 4 anni, sui televisori ubicati nelle abitazioni ove hanno la dimora abituale.

Si considera l'ascolto di contenuti fruiti in modalità lineare, cioè fruiti nello stesso momento in cui vengono trasmessi, o in modalità differita ma nell'ambito della stessa giornata televisiva, ossia entro le due di notte (ciò che viene definito con l'acronimo VOSDAL: Viewing On Same Day As Live).

Ambiente Digital

Contenuti fruiti dagli individui di qualsiasi età e nazionalità in qualsiasi luogo del territorio italiano per mezzo dei seguenti device: personal computer, tablet, smartphone, game console.

Si considera l'ascolto di contenuti fruiti in modalità lineare, cioè fruiti nello stesso momento in cui vengono trasmessi, o fruiti in modalità VOD (Video On Demand), cioè fruiti tramite una library di contenuti su richiesta e nel momento scelto dall'utente.

5. Che cosa si intende per device digitali?

In riferimento alla rilevazione, i device digitali sono quelli che consentono di fruire di contenuti distribuiti attraverso internet. Si tratta di personal computer, tablet, smartphone, smart TV native (cioè televisori che sono messi in commercio con tutte le funzioni incorporate per accedere a internet), televisori che non nascono smart ma lo diventano connettendovi un decoder e gaming console. La smart TV, nativa e non, è l'unico device che consente la fruizione di contenuti sia dal digitale terrestre, sia dal satellite, sia da internet.

6. L'ascolto medio digital è riferito ai device o agli individui?

Se parliamo di ascolto medio riferito all'Ambiente Digitale, possiamo intendere due tipi di ascolto medio: uno riferito ai device e uno riferito agli individui. Se si assume che in un dato istante il device è utilizzato da una sola persona, l'ascolto medio calcolato sui device e quello calcolato sugli individui coincidono. Ci sono invece situazioni in cui il device è condiviso da più persone. La differenza tra i due indicatori dipende, quindi, dal numero medio di persone che guardano congiuntamente lo stesso device (fattore di co-viewing):

$AMR\ individui = AMR\ device \times \text{fattore di co-viewing}$

Il fattore di co-viewing è stato stimato per i device digitali attraverso una indagine ad hoc a livello disaggregato per genere televisivo. Se parliamo del solo Ambiente Digitale, pertanto, l'ascolto medio può essere calcolato in questi due modi. Se, invece, parliamo di Total Audience, l'ascolto medio può essere solo riferito agli individui, dato che nell'Ambiente TV può essere calcolato solo in questo modo; ed è quindi giocoforza calcolarlo nello stesso modo anche nell'Ambiente Digitale.

7. Che cosa si intende per ascolto medio lineare e per ascolto medio VOD?

Con «ascolto medio lineare» si intende l'ascolto medio riferito alla fruizione in modo simultaneo alla messa in onda. In altri termini, il telespettatore fruisce del contenuto esattamente nel momento della sua trasmissione. L'ascolto medio lineare può essere riferito alla sola TV (ascolto medio lineare TV), ai soli device digitali (ascolto medio lineare digital), o all'insieme dei due (ascolto medio lineare Total Audience).

Con «ascolto medio VOD» si intende l'ascolto medio riferito alla fruizione di contenuti in modalità On Demand, ossia tramite una library di contenuti su richiesta e nel momento scelto dall'utente.

Per eventuali chiarimenti riguardo ai termini utilizzati in questa F.A.Q., vi preghiamo di fare riferimento al Glossario disponibile sul sito web www.auditel.it

Per maggiori informazioni
mail: auditel@auditel.it
tel: +39 02 5829861

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

Se per l'ascolto rilevato sui televisori per via campionaria è possibile stabilire come questo sia ripartito per sesso e fasce d'età, dato che di ogni componente del campione conosciamo le caratteristiche sociodemografiche, lo stesso non può dirsi per i dati censuari rilevati via SDK. L'SDK raccoglie solo l'informazione che un dato device ha riprodotto un certo contenuto mediante app o accesso a un sito web; ma non sappiamo nulla sulle caratteristiche della persona che ha utilizzato quel device. Non disponendo di informazioni dirette sull'utilizzatore, il profilo dei fruitori nell'ambiente digitale viene stimato attraverso un modello statistico.

9. Qual è il dettaglio delle informazioni fornite nella prima release della Total Audience (11 aprile 2022)?

Nella prima release della Total Audience viene fornito un dato a livello di editore e di singolo canale. La pubblicità sarà parte integrante del canale, ma in questa prima fase non saranno forniti dati d'ascolto a livello di messaggio pubblicitario.

Metriche disponibili: ascolto medio, composizione d'ascolto per target, ripartizione d'ascolto per fascia temporale, totale tempo speso.

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

Target: sesso (2 classi), fasce d'età (8 classi), sesso x fasce d'età (16 classi)

Tipo di device: TV, PC, smartphone, tablet, gaming console

Dettaglio temporale: 15 minuti per la fruizione lineare; totale giorno per il VOD

Per eventuali chiarimenti
riguardo ai termini utilizzati
in questa F.A.Q., vi
preghiamo di fare
riferimento al Glossario
disponibile sul sito web
www.auditel.it

Per maggiori informazioni
mail: auditel@auditel.it
tel: +39 02 5829861

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

Auditel ha previsto un rilascio del dato di Total Audience in diverse release che via via andranno a incrementare la granularità del dato fornito, nonché ad aumentare il numero e l'ampiezza delle variabili sociodemografiche fornite. Nelle release successive, infatti, si prevede di avere un dato di Total Audience per singolo contenuto televisivo, fornendo un numero maggiore di indicatori d'ascolto, tra cui le metriche che richiedono l'applicazione di algoritmi di deduplicazione (contatti netti giornalieri, coverage, frequenza).

Si prevede inoltre di rilasciare anche un dato che restituisca la composizione di dettaglio tra TV tradizionali e smart TV, mediante l'uso di specifici meccanismi di deduplicazione degli ascolti cross-ambiente.

Verrà incluso, infine, tra le variabili sociodemografiche, anche il dato sulla (macro) regione.

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

Lo Standard Auditel Total Audience, banca dati e relativi dati, possono essere citati e comunicati a soli fini di informazione del pubblico, di critica e di discussione, con esclusione di ogni uso commerciale o uso diverso da quello qui indicato. Ogni riproduzione e citazione di tutti o parte dei dati e della banca dati di cui allo Standard Auditel Total Audience dovrà essere accompagnata da una esplicita menzione, in caratteri leggibili, che gli stessi sono di titolarità esclusiva di Auditel e ogni diritto di riproduzione e utilizzazione è alla stessa riservato e utilizzando la dicitura che segue: "Dati Auditel".



Auditel S.r.l. – www.auditel.it
Tutti i diritti riservati. Copyright © 2022
RST Milano 235357/6309/7
CCIAA Milano 1164218
PI 07483650151

mail: auditel@auditel.it
tel: +39 02 5829861 - fax: +39 02 58298632