



standard auditel total audience

Report Settimanale

08 maggio – 14 maggio 2022

Auditel

total audience totali della settimana

totale editori digital

8.034.413 ascoltatori medi (AMR)

1.349.781.434 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

 **Discovery** ITALIA

AMR Total Audience

631.229

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 6%

Su settimana precedente

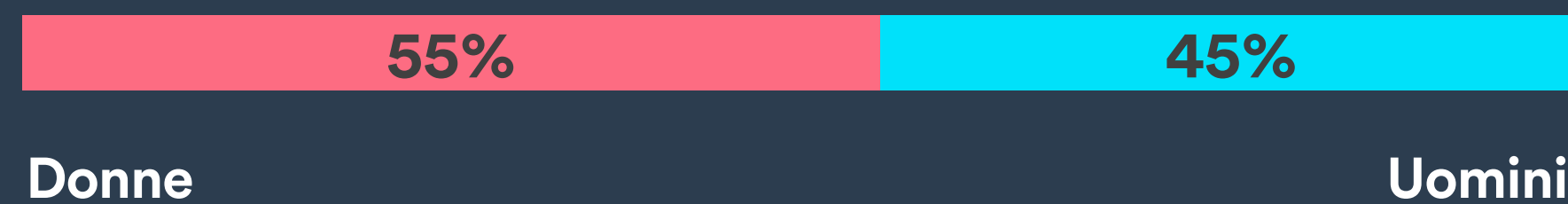
Linear vs VOD



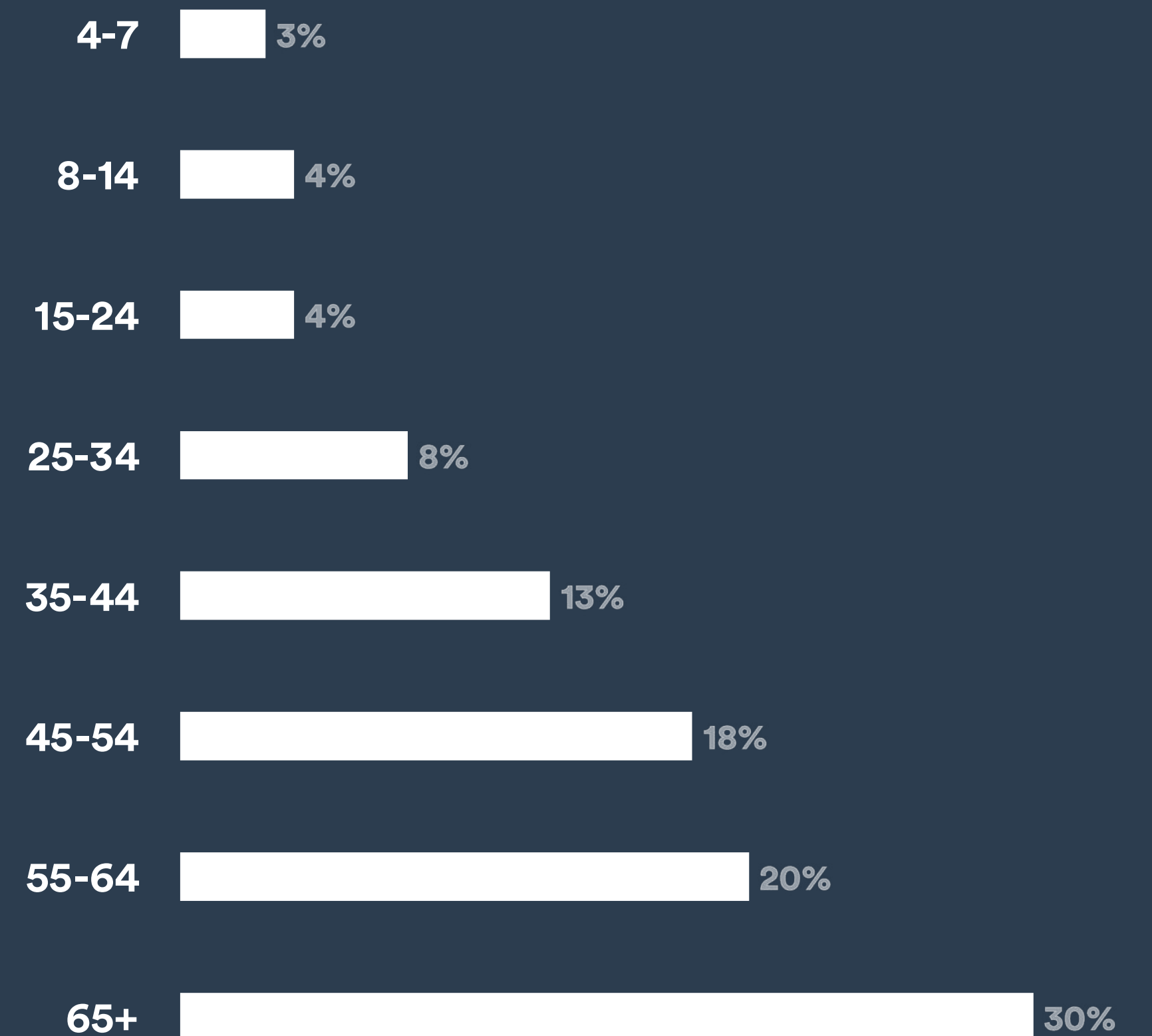
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



AMR Total Audience

390.694

Ascoltatori medi

Andamento AMR

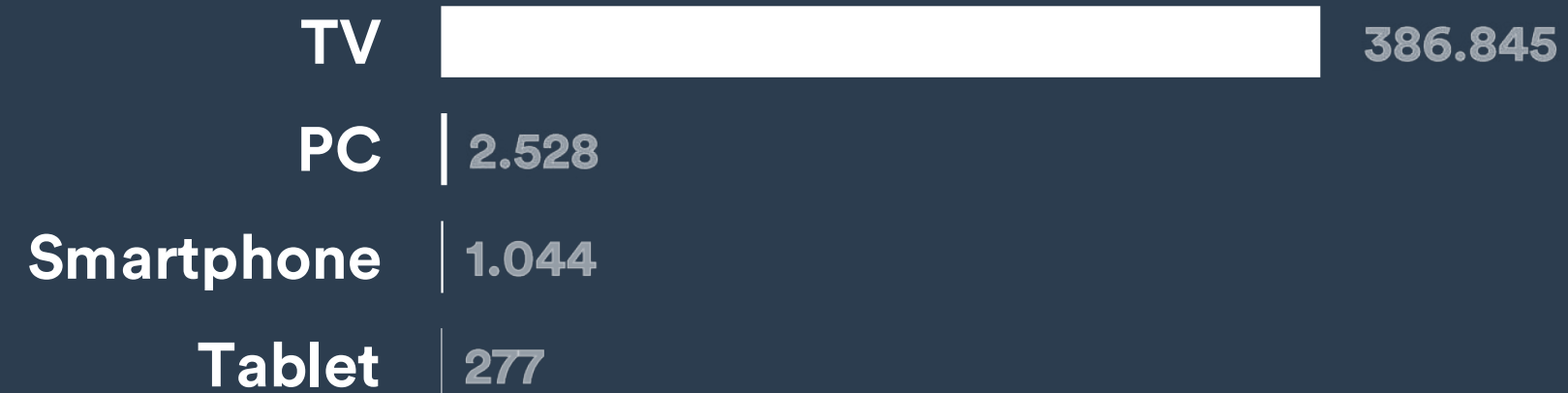
- 7%

Su settimana precedente

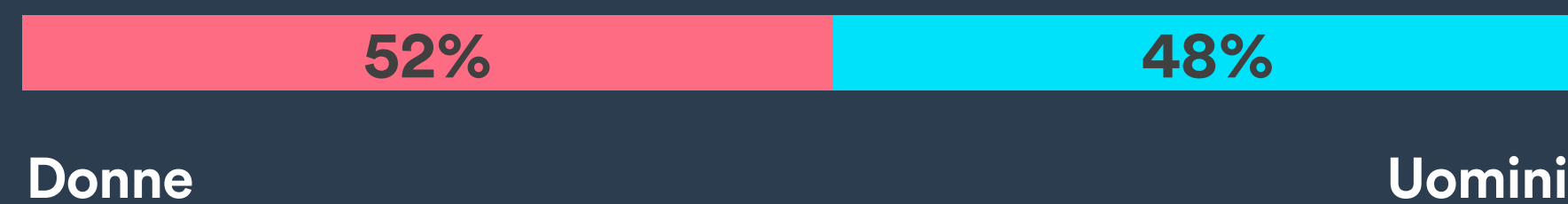
Linear vs VOD



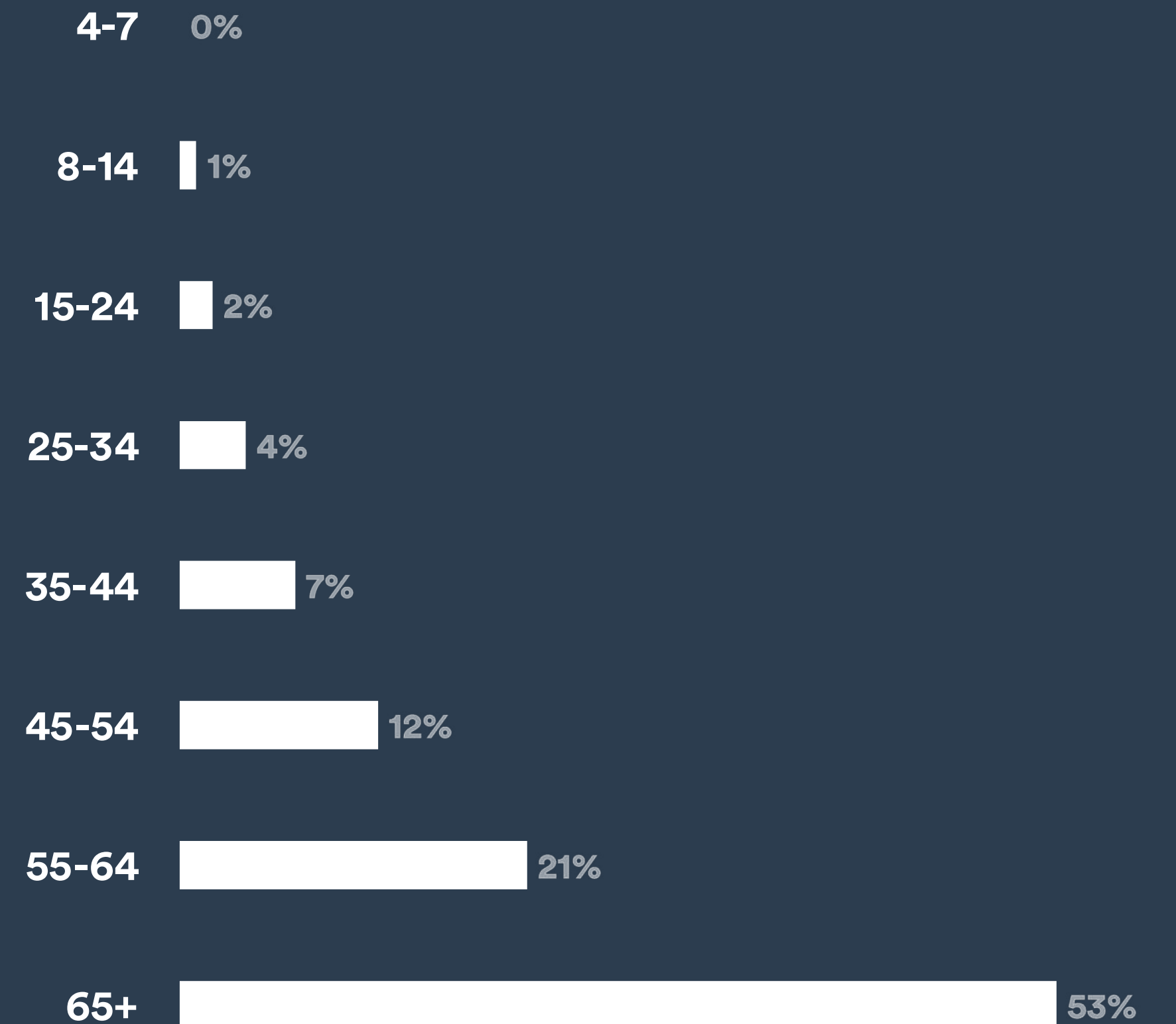
Dettaglio Device



Sesso



Età



total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore



AMR Total Audience

3.149.060

Ascoltatori medi

Andamento AMR

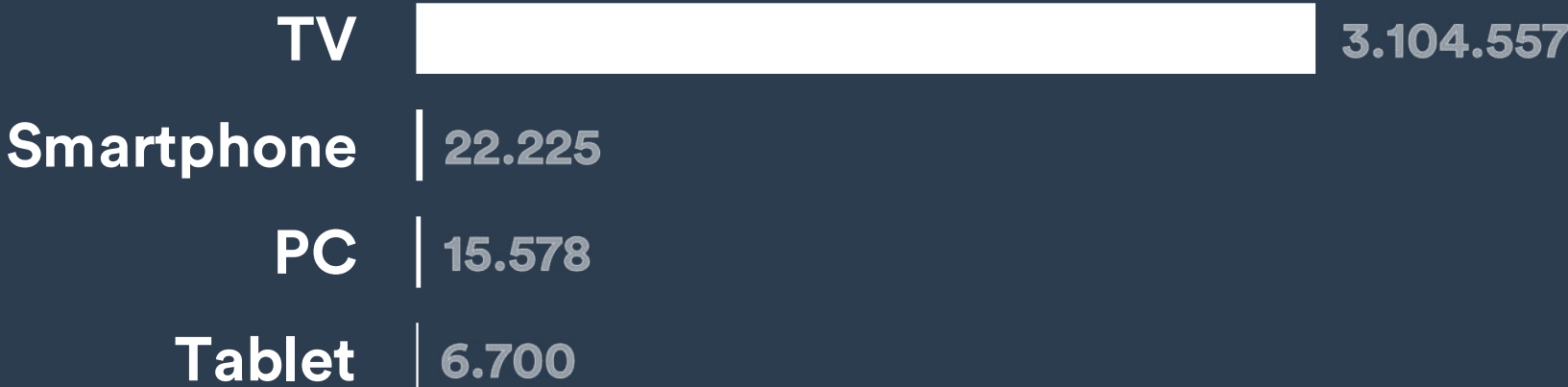
- 4%

Su settimana precedente

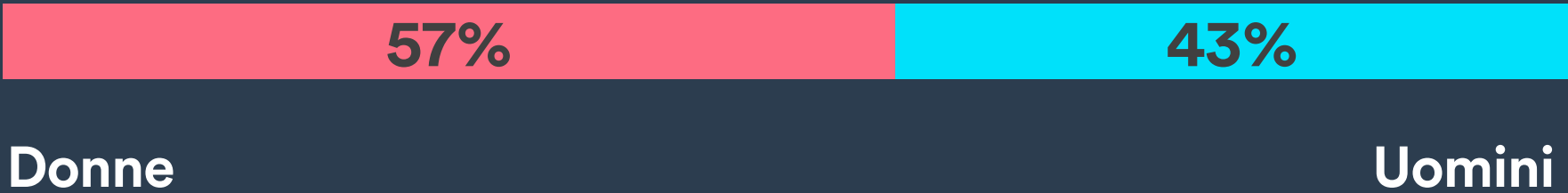
Linear vs VOD



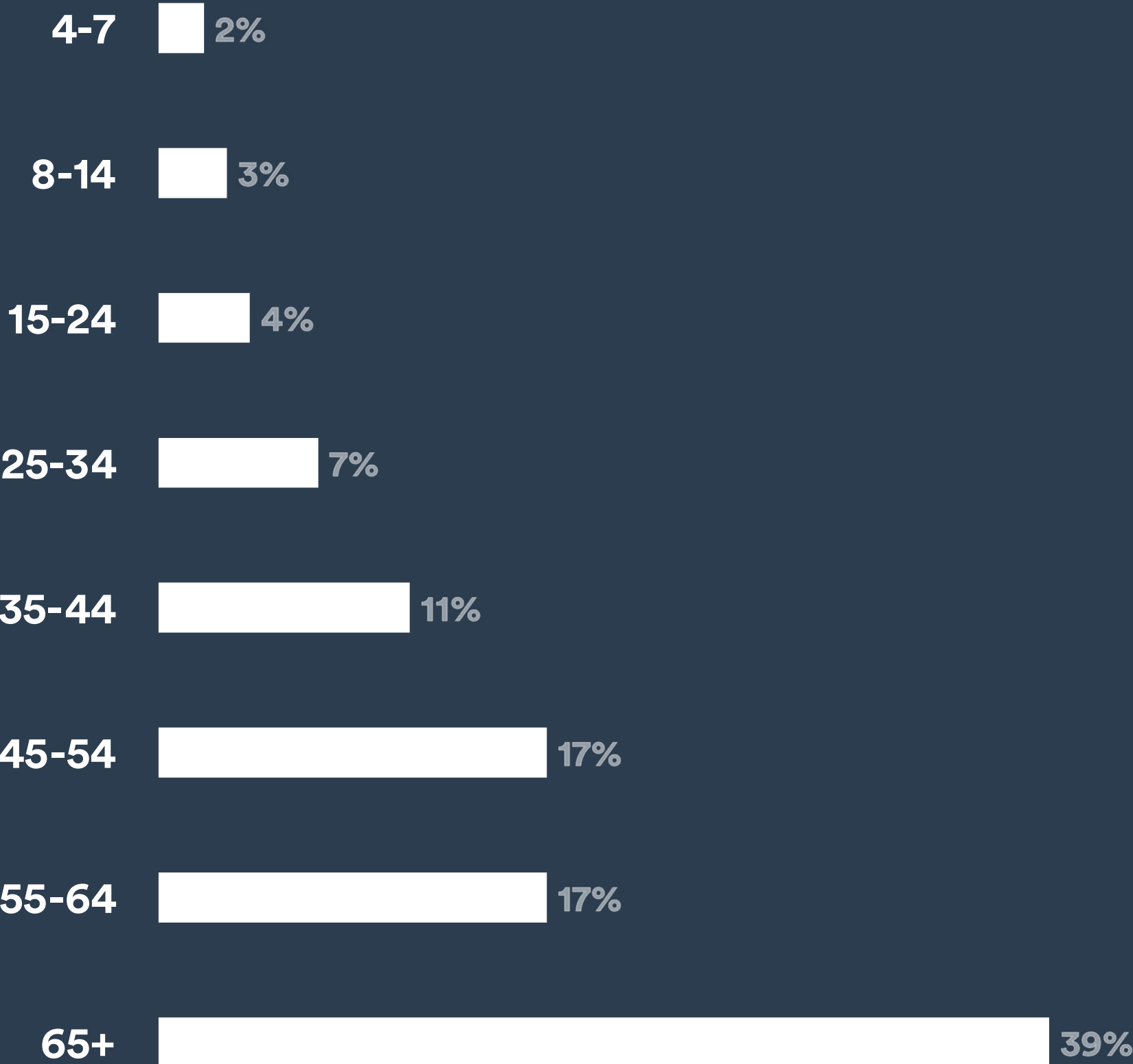
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



AMR Total Audience

3.268.686

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 2%

Su settimana precedente

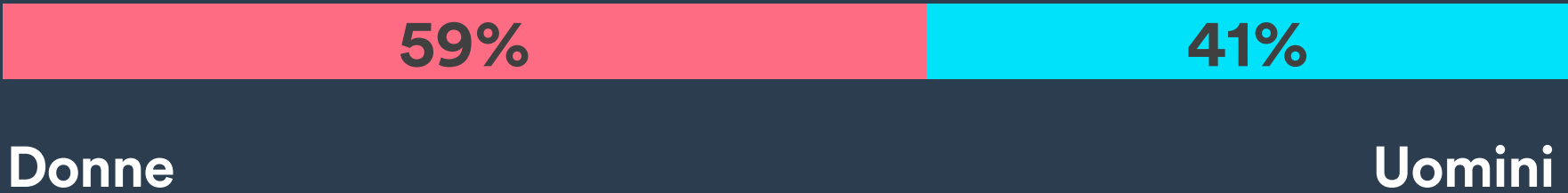
Linear vs VOD



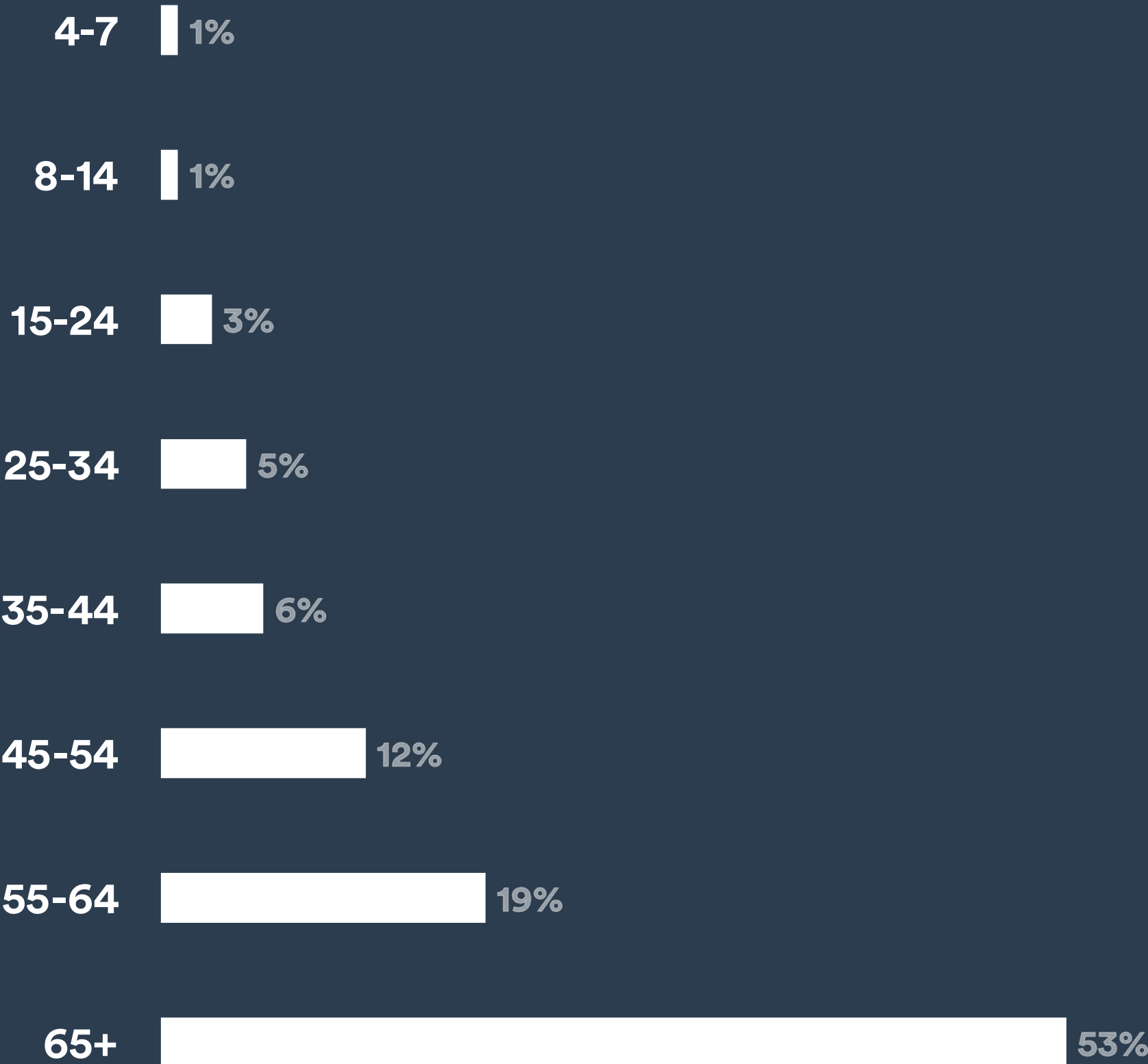
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



AMR Total Audience

594.745

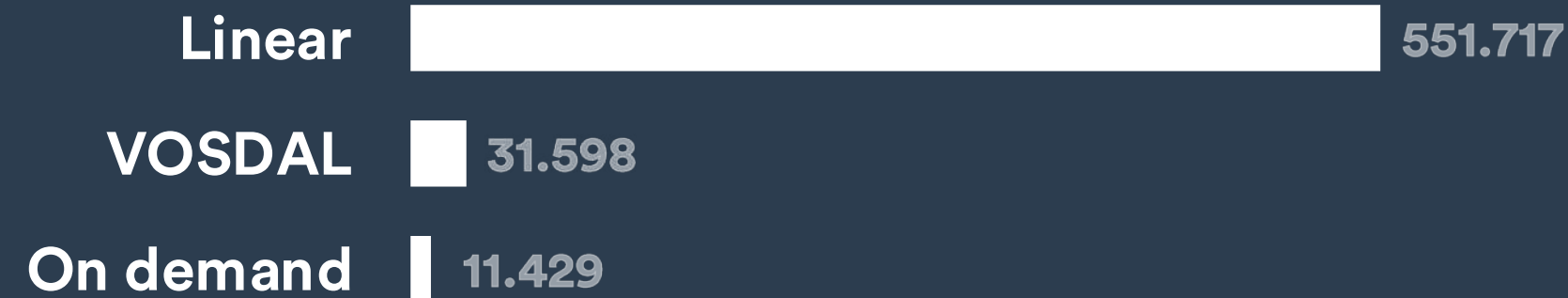
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 7%

Su settimana precedente

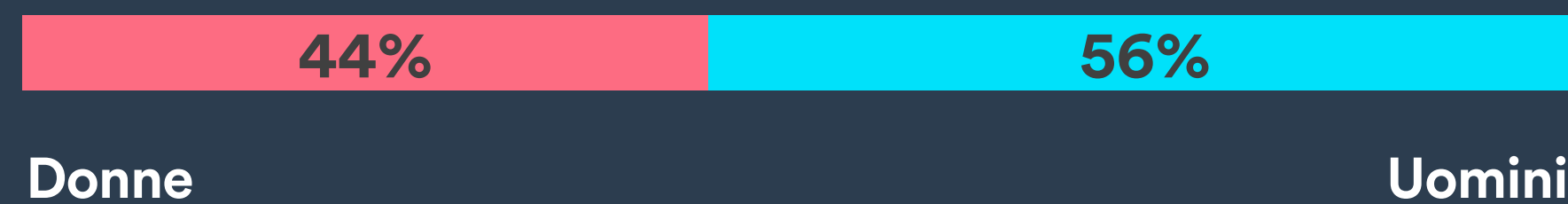
Linear vs VOD



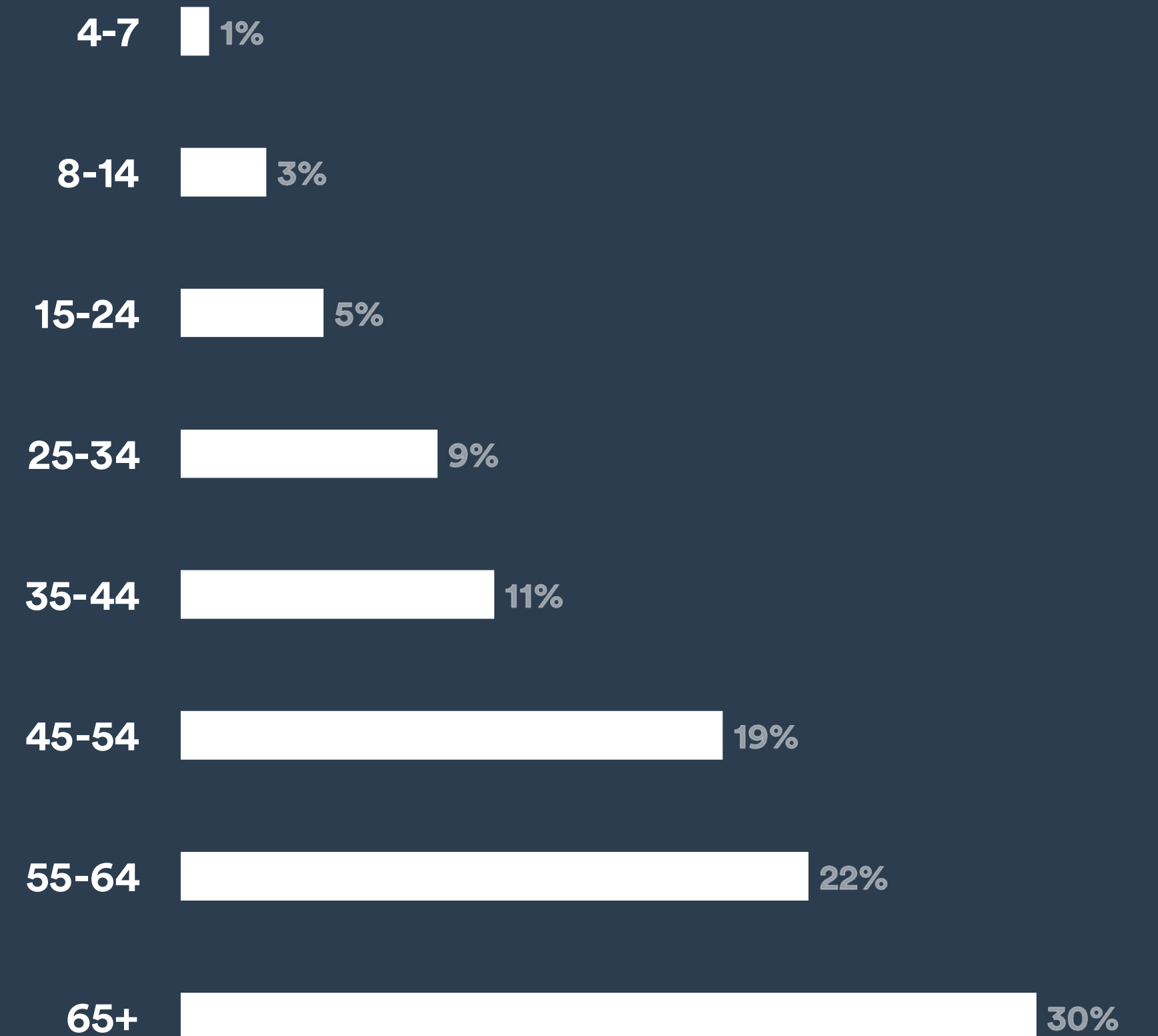
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori digital

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

7.859.709 Ascoltatori medi (AMR) su TV screen

49.019 Ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori digital

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

Discovery ITALIA

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

Discovery

AMR: 627.790

Donne

55

%

Uomini

45

%

4%

4/7

4%

8/14

4%

15/24

8%

25/34

13%

35/44

18%

45/54

20%

55/64

30%

65+

TV
AMR: 627.249

DIGITAL
AMR: 542

Donne

51

%

Uomini

49

%

1%

4/7

3%

8/14

8%

15/24

16%

25/34

14%

35/44

23%

45/54

24%

55/64

13%

65+

NOVE

AMR: 149.953

Donne

56

%

Uomini

44

%

2%

4/7

2%

8/14

5%

15/24

7%

25/34

13%

35/44

19%

45/54

21%

55/64

30%

65+

TV
AMR: 149.858

DIGITAL
AMR: 95

Donne

53

%

Uomini

47

%

0%

4/7

1%

8/14

14%

15/24

19%

25/34

15%

35/44

22%

45/54

21%

55/64

7%

65+

REAL TIME

AMR: 104.553

Donne

71

%

Uomini

29

%

2%

4/7

4%

8/14

6%

15/24

10%

25/34

12%

35/44

20%

45/54

20%

55/64

26%

65+

TV
AMR: 104.506

DIGITAL
AMR: 48

Donne

73

%

Uomini

27

%

1%

4/7

3%

8/14

19%

15/24

26%

25/34

14%

35/44

18%

45/54

15%

55/64

4%

65+

GIALLO

AMR: 82.033

Donne

60

%

Uomini

40

%

1%

4/7

2%

8/14

3%

15/24

4%

25/34

6%

35/44

11%

45/54

26%

55/64

48%

65+

TV
AMR: 81.879

DIGITAL
AMR: 154

Donne

65

%

Uomini

35

%

1%

4/7

1%

8/14

5%

15/24

11%

25/34

10%

35/44

20%

45/54

30%

55/64

22%

65+

DMAX

AMR: 81.010

Donne

41

%

Uomini

59

%

6%

4/7

4%

8/14

5%

15/24

9%

25/34

18%

35/44

22%

45/54

17%

55/64

19%

65+

TV
AMR: 80.936

DIGITAL
AMR: 74

Donne

27

%

Uomini

73

%

3%

4/7

7%

8/14

13%

15/24

20%

25/34

14%

35/44

21%

45/54

16%

55/64

5%

65+

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

Discovery ITALIA

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

FOOD NETWORK

AMR: 44.339



DIGITAL

AMR: 20



HGTV - HOME & GARDEN

AMR: 39.098



DIGITAL

AMR: 30



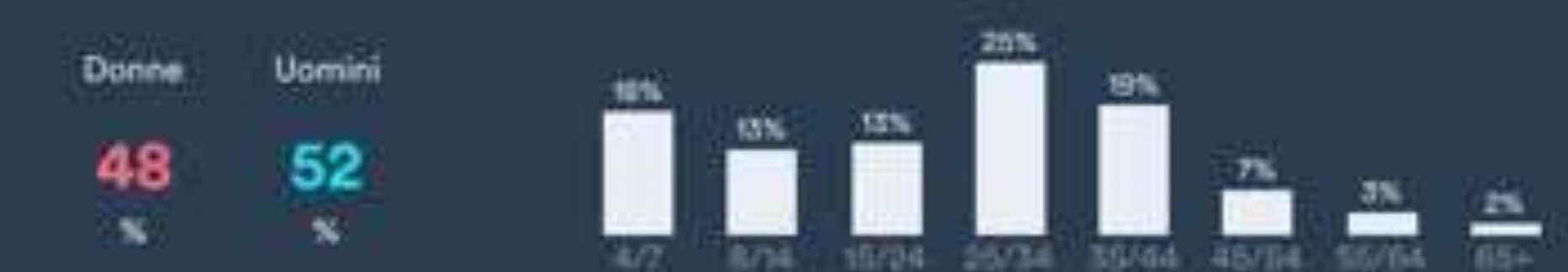
FRISBEE

AMR: 37.201



DIGITAL

AMR: 5



K2

AMR: 35.448



DIGITAL

AMR: 8



MOTOR TREND

AMR: 33.821



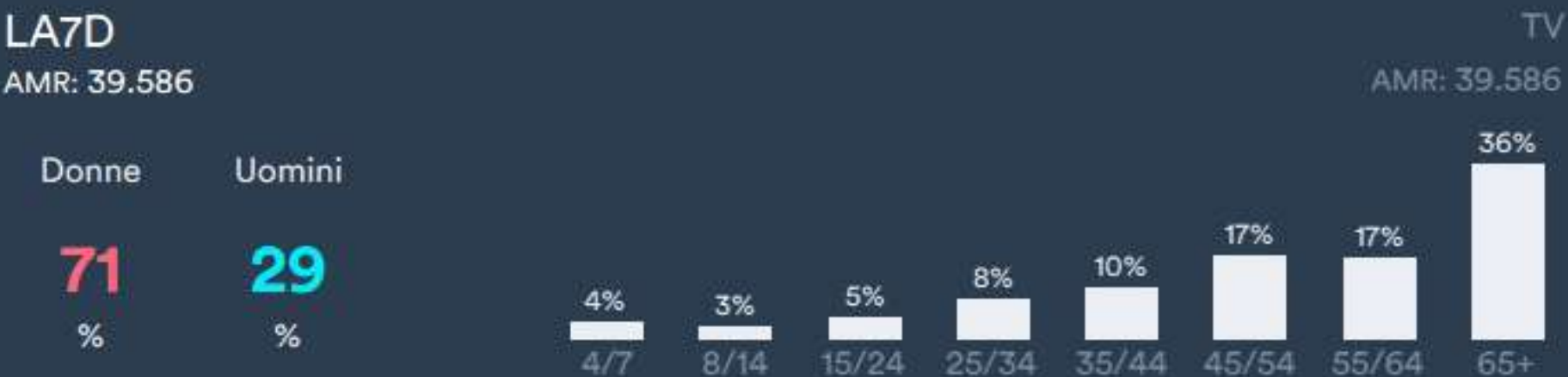
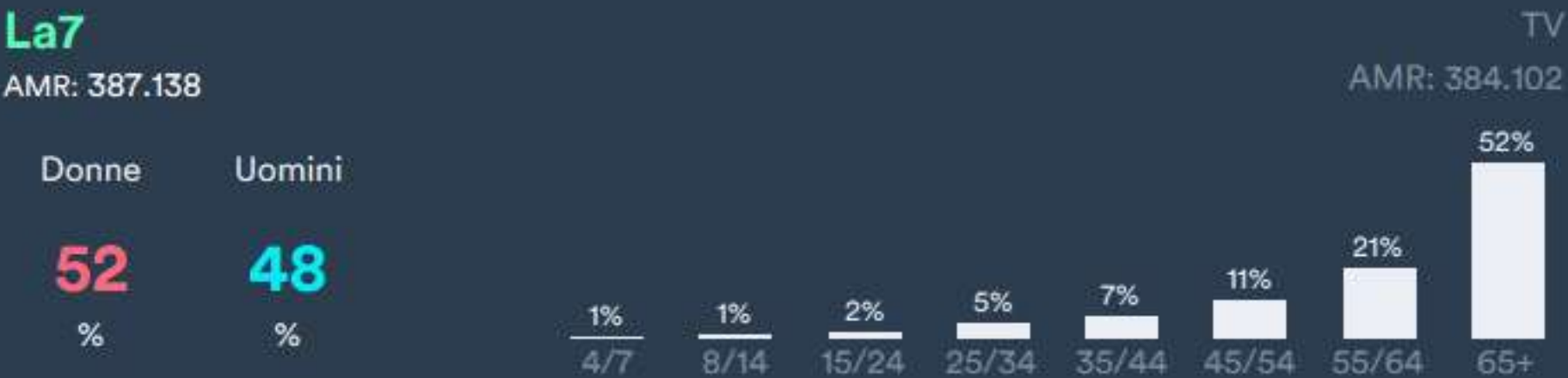
DIGITAL

AMR: 45



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

RTI - Mediaset

AMR: 3.104.787

Donne

56

%

Uomini

44

%

2%
4/7

3%
8/14

4%
15/24

7%
25/34

11%
35/44

17%
45/54

17%
55/64

40%
65+

TV
AMR: 3.086.416

DIGITAL

AMR: 18.371

Donne

44

%

Uomini

56

%

0%
4/7

2%
8/14

14%
15/24

19%
25/34

16%
35/44

21%
45/54

17%
55/64

11%
65+

CANALE 5

AMR: 1.524.463

Donne

60

%

Uomini

40

%

1%
4/7

2%
8/14

5%
15/24

7%
25/34

10%
35/44

16%
45/54

16%
55/64

42%
65+

TV
AMR: 1.515.043

DIGITAL

AMR: 9.420

Donne

44

%

Uomini

56

%

0%
4/7

1%
8/14

17%
15/24

21%
25/34

17%
35/44

20%
45/54

16%
55/64

7%
65+

ITALIA 1

AMR: 393.212

Donne

50

%

Uomini

50

%

2%
4/7

3%
8/14

7%
15/24

10%
25/34

16%
35/44

22%
45/54

18%
55/64

21%
65+

TV
AMR: 391.482

DIGITAL

AMR: 1.731

Donne

38

%

Uomini

62

%

0%
4/7

1%
8/14

18%
15/24

26%
25/34

17%
35/44

20%
45/54

13%
55/64

3%
65+

RETE 4

AMR: 339.944

Donne

58

%

Uomini

42

%

1%
4/7

1%
8/14

3%
15/24

3%
25/34

5%
35/44

10%
45/54

15%
55/64

61%
65+

TV
AMR: 338.991

DIGITAL

AMR: 953

Donne

51

%

Uomini

49

%

0%
4/7

1%
8/14

7%
15/24

9%
25/34

12%
35/44

22%
45/54

23%
55/64

26%
65+

TGCOM 24

AMR: 46.024

Donne

43

%

Uomini

57

%

2%
4/7

5%
8/14

4%
15/24

6%
25/34

11%
35/44

14%
45/54

15%
55/64

43%
65+

TV
AMR: 43.232

DIGITAL

AMR: 2.792

Donne

41

%

Uomini

59

%

2%
4/7

8%
8/14

9%
15/24

16%
25/34

14%
35/44

18%
45/54

15%
55/64

18%
65+

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

MEDIASET DIGITAL
AMR: 714

DIGITAL
AMR: 714

Donne
60
%

Uomini
40
%

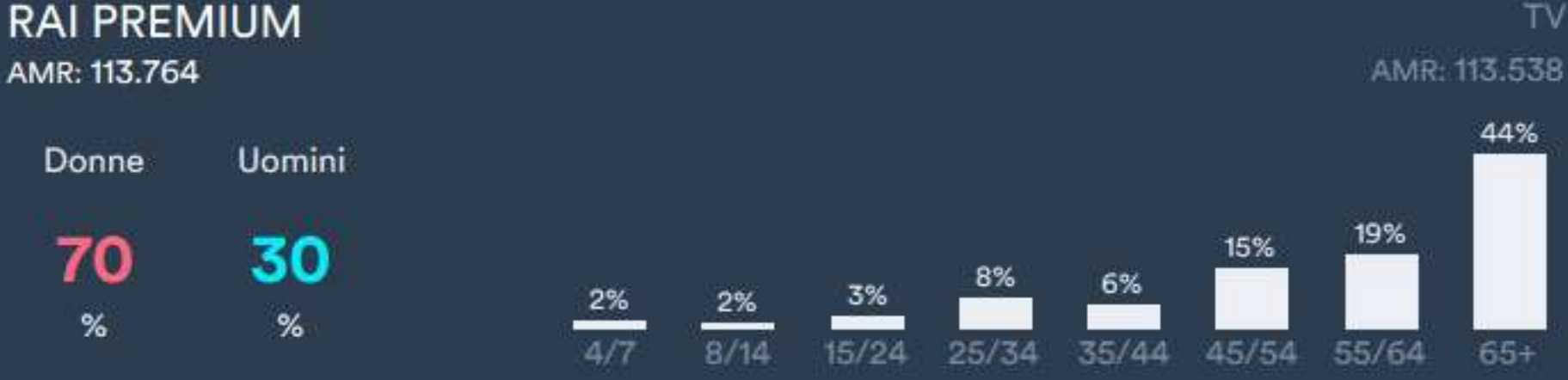
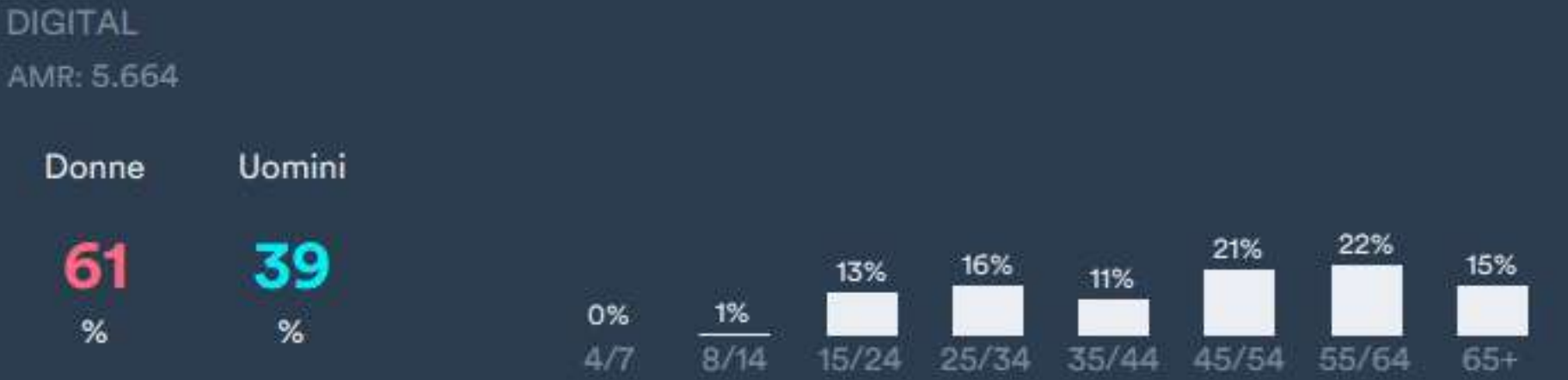
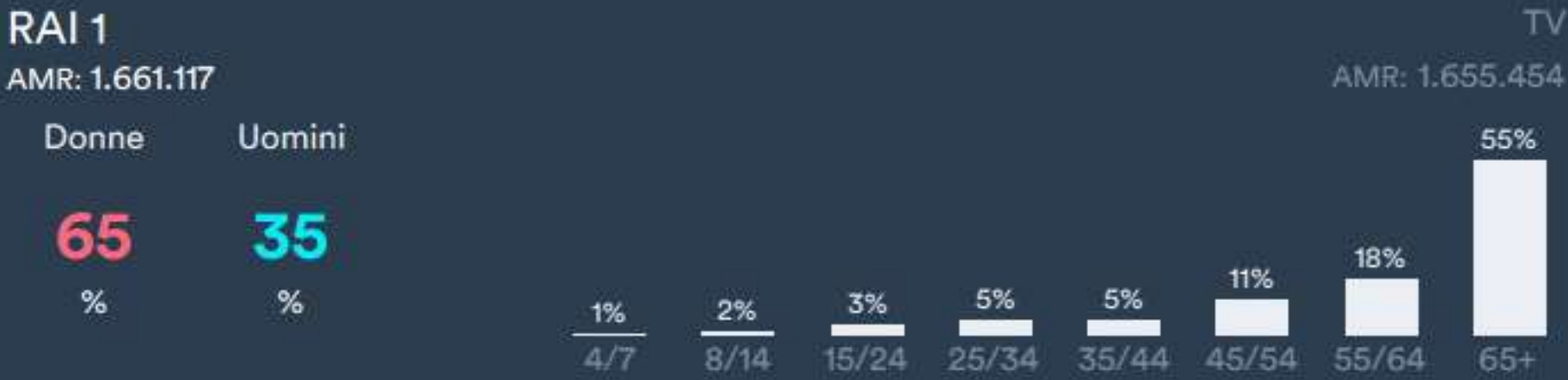
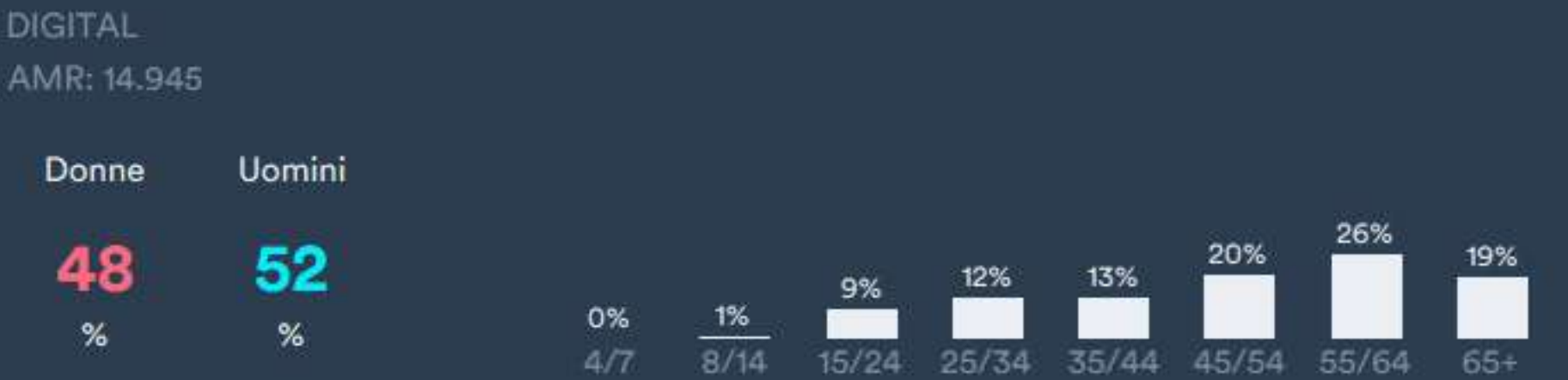


total audience linear

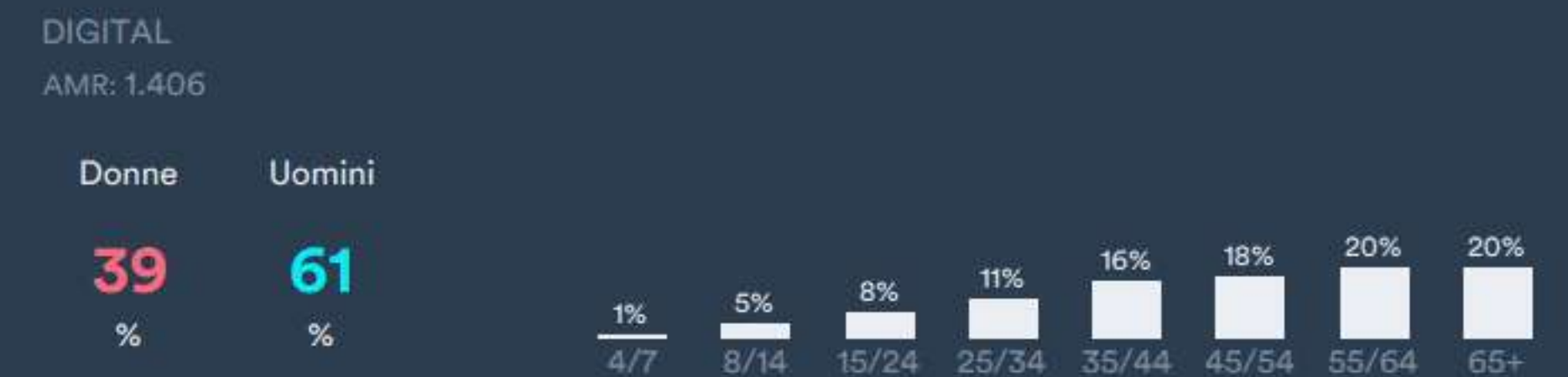
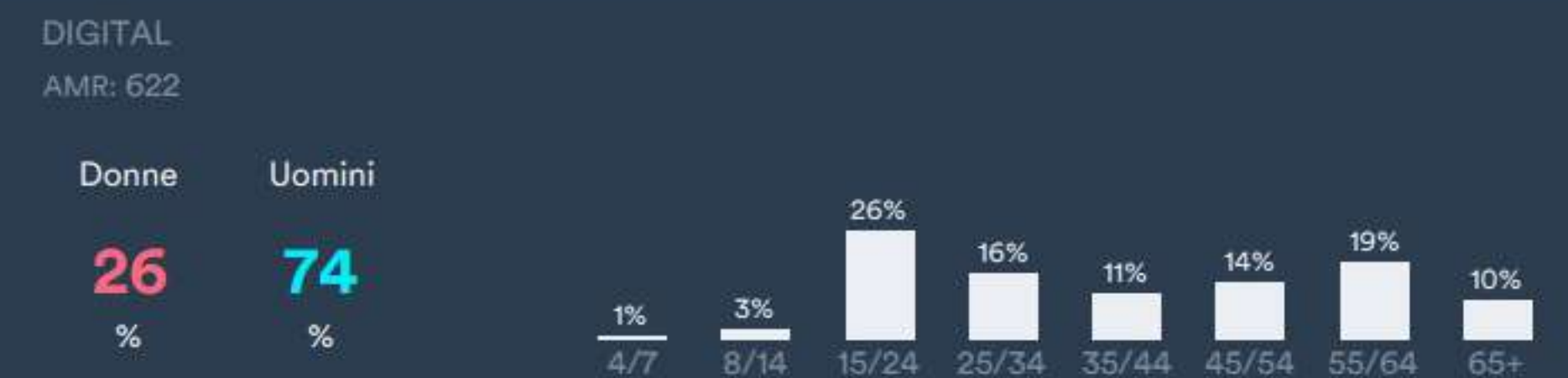
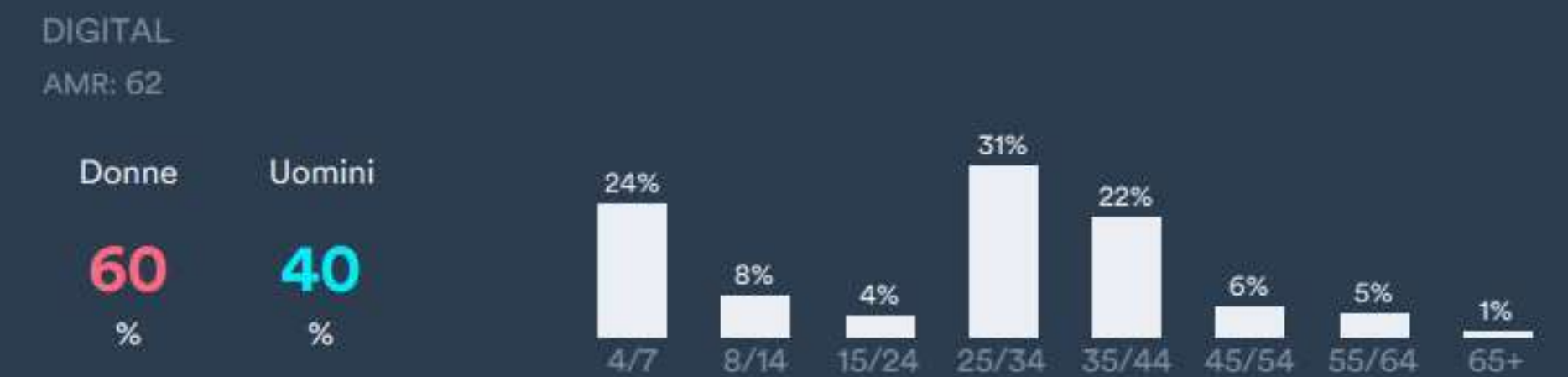
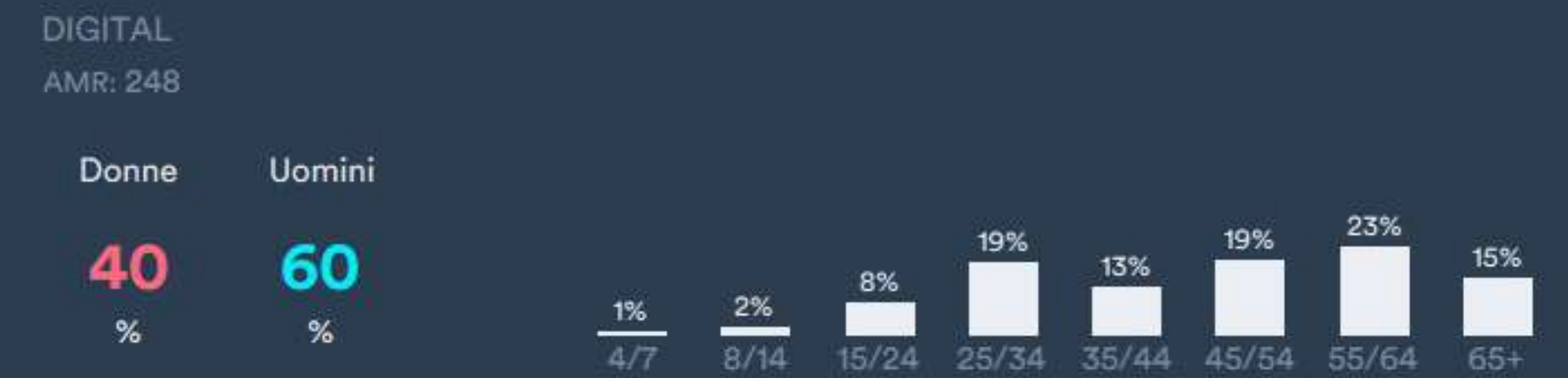
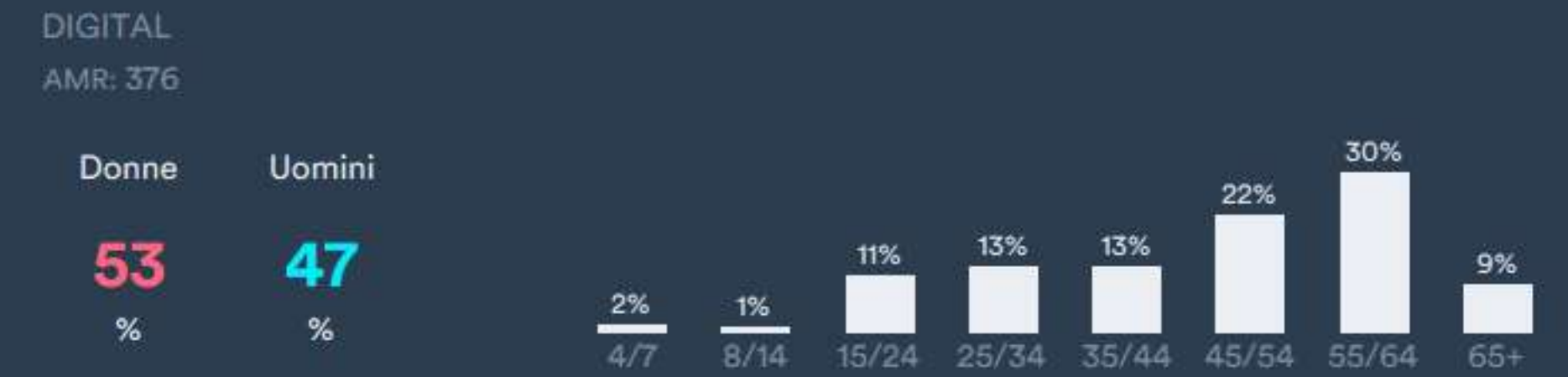
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



composizione ascolto per editore per target

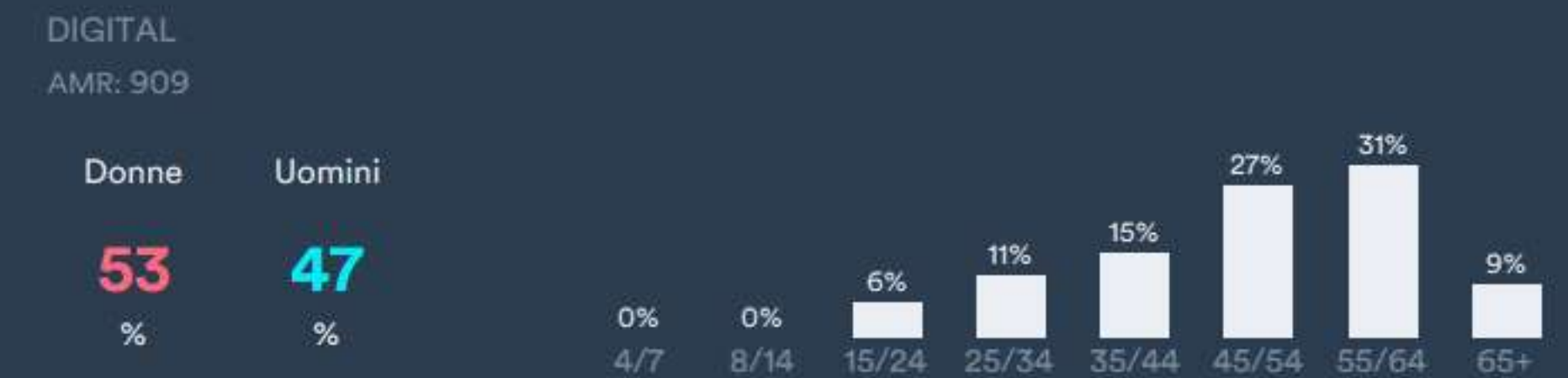
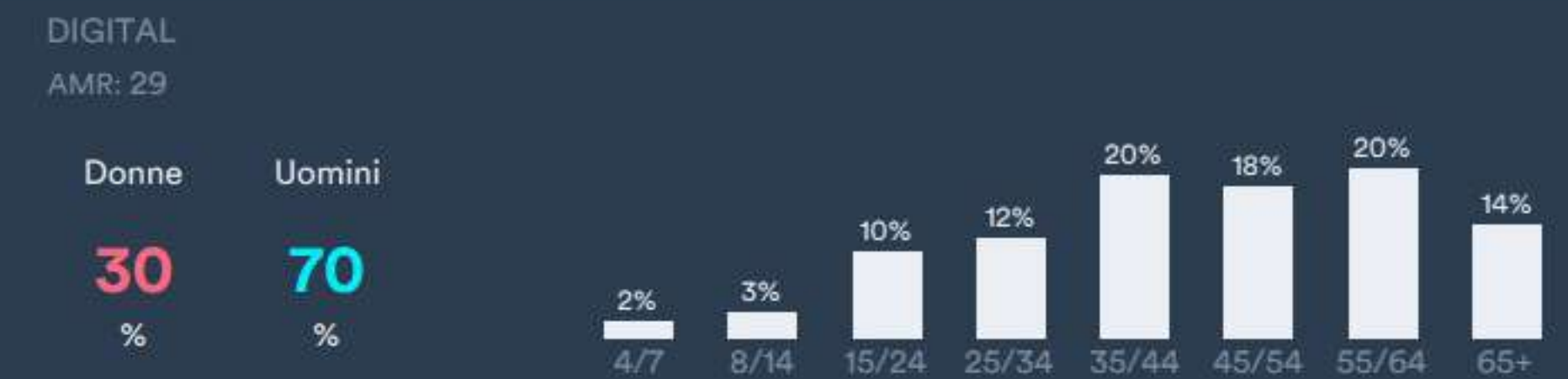
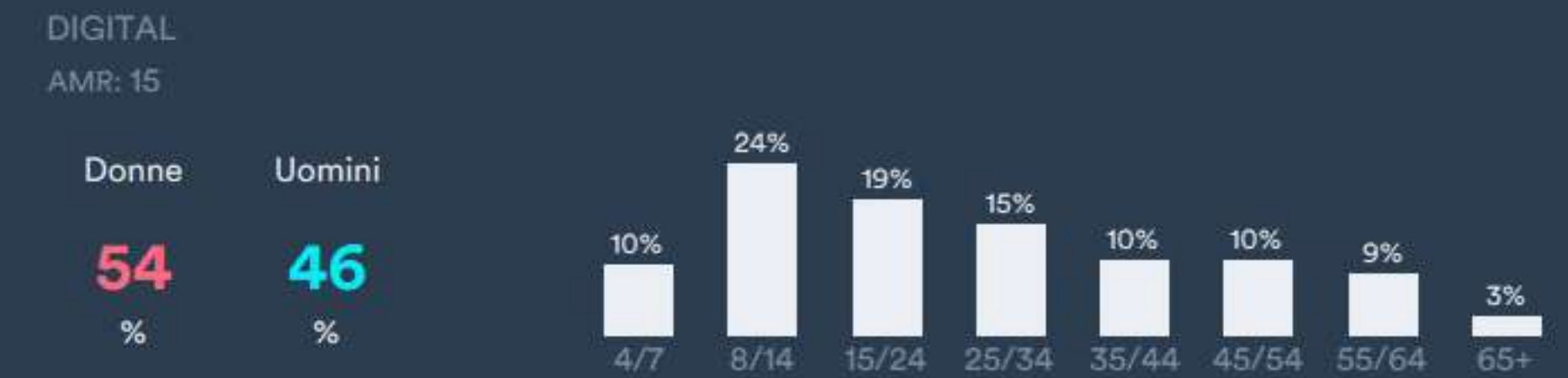
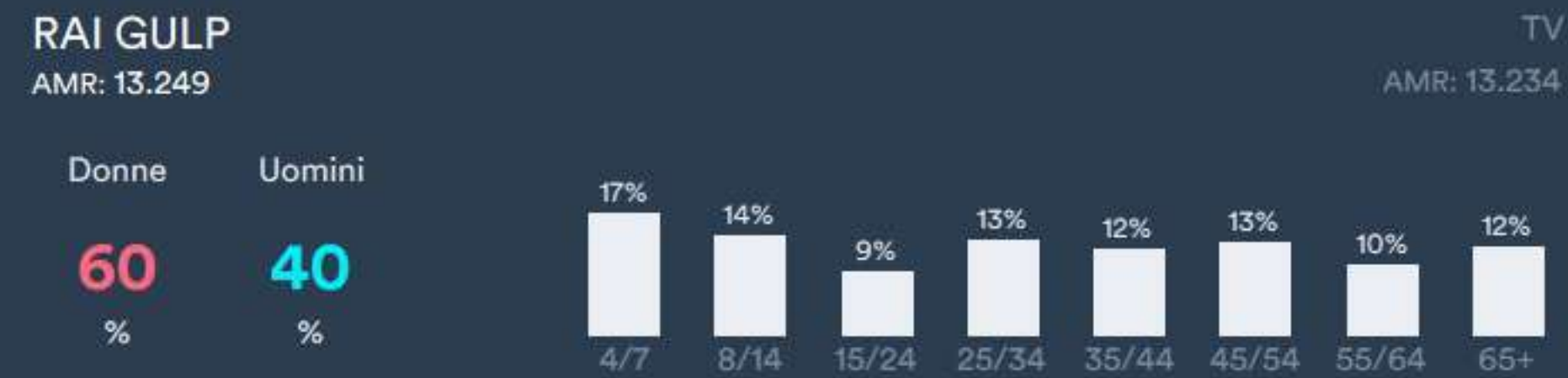
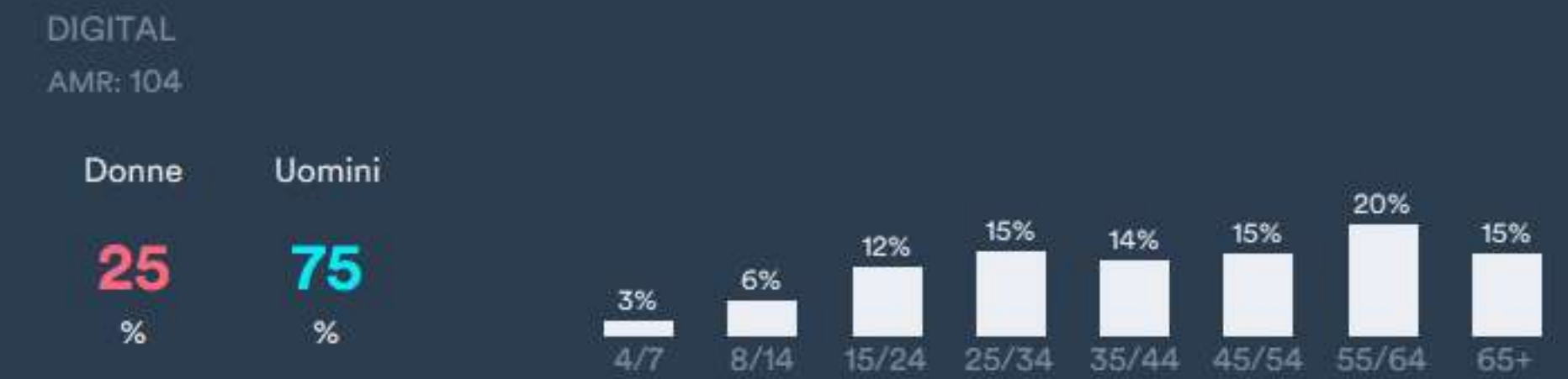
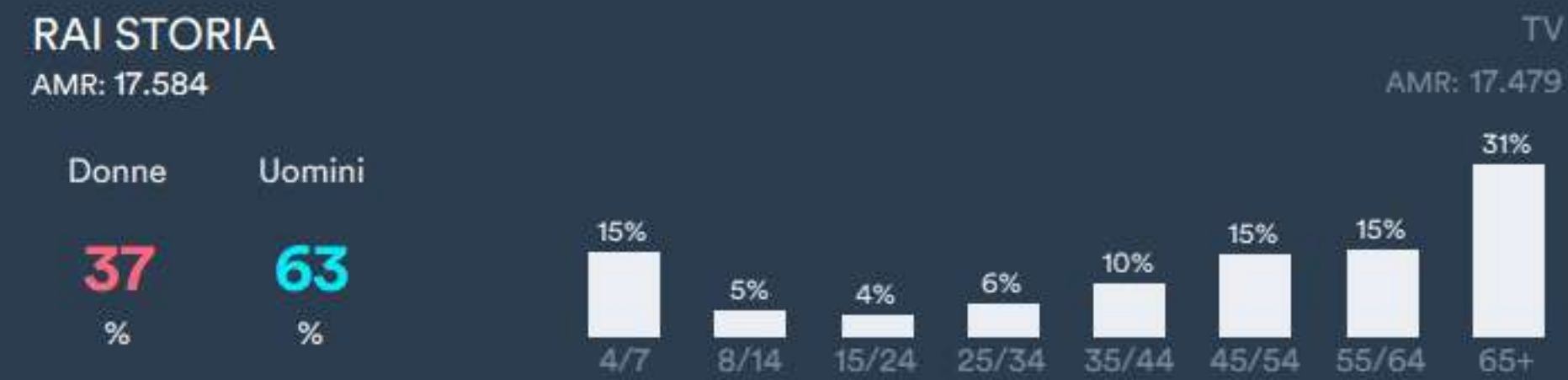
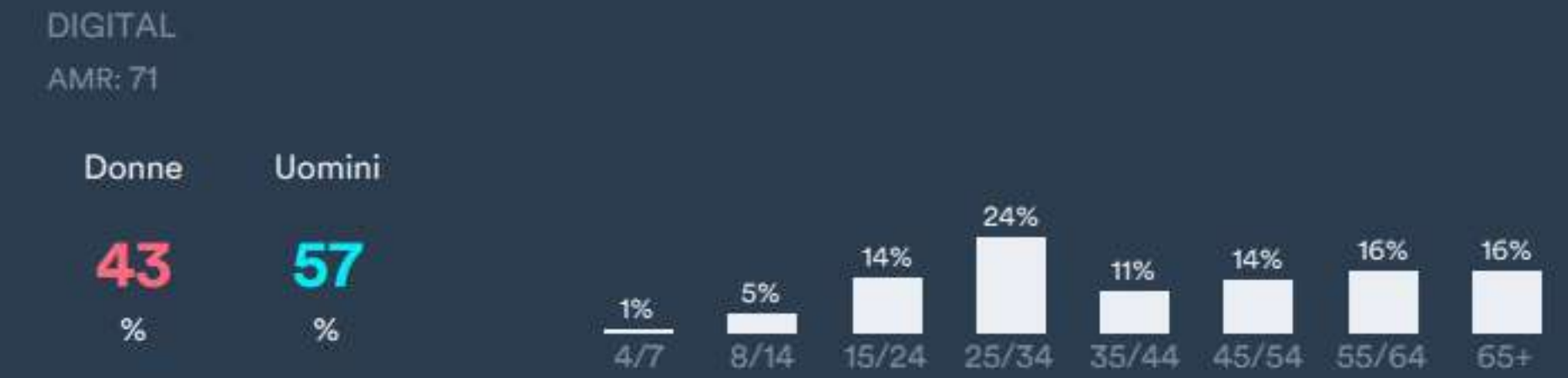
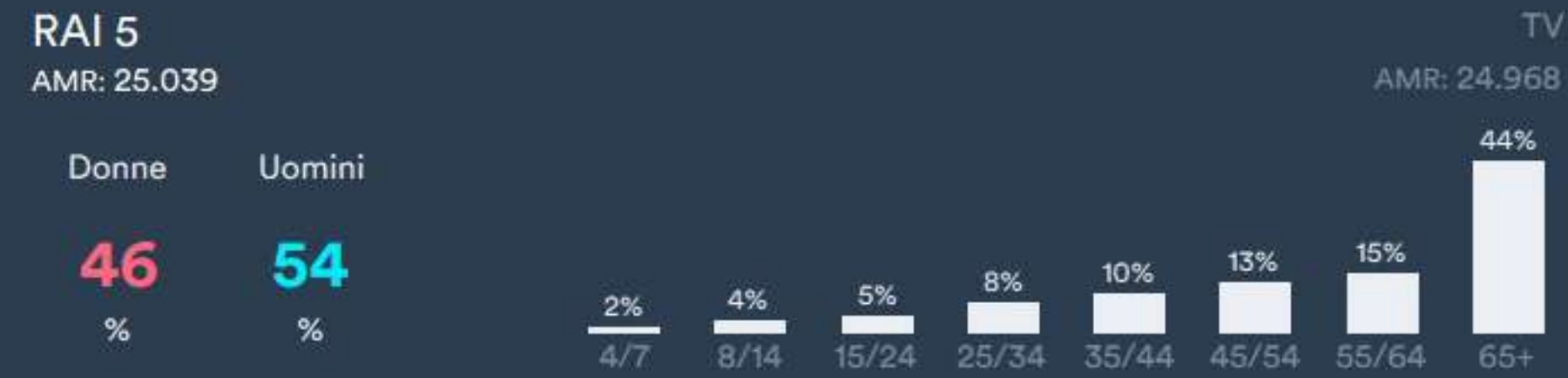


total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

Sky Italia

AMR: 551.717

Donne

44

%

Uomini

56

%

1%
4/7

3%
8/14

4%
15/24

8%
25/34

11%
35/44

20%
45/54

22%
55/64

31%
65+
TV
AMR: 539.590

DIGITAL

AMR: 12.127

Donne

18

%

Uomini

82

%

0%
4/7

2%
8/14

14%
15/24

22%
25/34

13%
35/44

20%
45/54

21%
55/64

8%
65+

TV8

AMR: 173.862

Donne

53

%

Uomini

47

%

2%
4/7

3%
8/14

4%
15/24

8%
25/34

11%
35/44

21%
45/54

20%
55/64

30%
65+
TV
AMR: 172.961

DIGITAL

AMR: 901

Donne

27

%

Uomini

73

%

0%
4/7

1%
8/14

5%
15/24

23%
25/34

17%
35/44

23%
45/54

22%
55/64

7%
65+

CIELO

AMR: 91.051

Donne

50

%

Uomini

50

%

2%
4/7

3%
8/14

4%
15/24

7%
25/34

9%
35/44

18%
45/54

19%
55/64

38%
65+
TV
AMR: 90.905

DIGITAL

AMR: 146

Donne

42

%

Uomini

58

%

1%
4/7

1%
8/14

13%
15/24

18%
25/34

13%
35/44

22%
45/54

20%
55/64

11%
65+

SKY SPORT UNO

AMR: 40.970

Donne

36

%

Uomini

64

%

3%
4/7

5%
8/14

9%
15/24

12%
25/34

10%
35/44

16%
45/54

21%
55/64

25%
65+
TV
AMR: 36.871

DIGITAL

AMR: 4.099

Donne

16

%

Uomini

84

%

1%
4/7

2%
8/14

18%
15/24

25%
25/34

12%
35/44

17%
45/54

19%
55/64

6%
65+

SKY TG24

AMR: 30.108

Donne

35

%

Uomini

65

%

2%
4/7

4%
8/14

7%
15/24

10%
25/34

12%
35/44

18%
45/54

23%
55/64

25%
65+
TV
AMR: 28.781

DIGITAL

AMR: 1.327

Donne

19

%

Uomini

81

%

1%
4/7

4%
8/14

12%
15/24

21%
25/34

15%
35/44

17%
45/54

20%
55/64

9%
65+

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

SKY TG24 (50)

AMR: 24.517

Donne

44

%

Uomini

56

%

3%

4/7

4%

8/14

3%

15/24

12%

25/34

12%

35/44

18%

45/54

16%

55/64

31%

65+

TV

AMR: 24.517

SKY SPORT F1

AMR: 24.253

Donne

38

%

Uomini

62

%

4%

4/7

6%

8/14

15%

15/24

13%

25/34

17%

35/44

15%

45/54

17%

55/64

13%

65+

TV

AMR: 22.622

DIGITAL

AMR: 1.631

Donne

15

%

Uomini

85

%

1%

4/7

2%

8/14

25%

15/24

21%

25/34

17%

35/44

17%

45/54

14%

55/64

3%

65+

SKY SPORT TENNIS

AMR: 23.912

Donne

38

%

Uomini

62

%

4%

4/7

5%

8/14

9%

15/24

15%

25/34

9%

35/44

16%

45/54

18%

55/64

23%

65+

TV

AMR: 22.815

DIGITAL

AMR: 1.097

Donne

20

%

Uomini

80

%

1%

4/7

4%

8/14

17%

15/24

30%

25/34

10%

35/44

16%

45/54

16%

55/64

6%

65+

SKY SPORT 24

AMR: 20.232

Donne

24

%

Uomini

76

%

2%

4/7

7%

8/14

7%

15/24

11%

25/34

11%

35/44

19%

45/54

18%

55/64

24%

65+

TV

AMR: 19.794

DIGITAL

AMR: 438

Donne

11

%

Uomini

89

%

1%

4/7

6%

8/14

15%

15/24

27%

25/34

11%

35/44

19%

45/54

15%

55/64

5%

65+

SKY UNO

AMR: 14.945

Donne

53

%

Uomini

47

%

5%

4/7

10%

8/14

12%

15/24

13%

25/34

14%

35/44

17%

45/54

16%

55/64

13%

65+

TV

AMR: 14.586

DIGITAL

AMR: 359

Donne

51

%

Uomini

49

%

1%

4/7

7%

8/14

24%

15/24

27%

25/34

16%

35/44

13%

45/54

9%

55/64

2%

65+

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

RACE CONTROL (F1) / ON BOARD MIX (MOTOGP) / HL

AMR: 13.613

TV
AMR: 13.613

Donne

39

%

Uomini

61

%



SKY SPORT 251

AMR: 12.421

TV
AMR: 12.321

Donne

36

%

Uomini

64

%



DIGITAL

AMR: 100

Donne

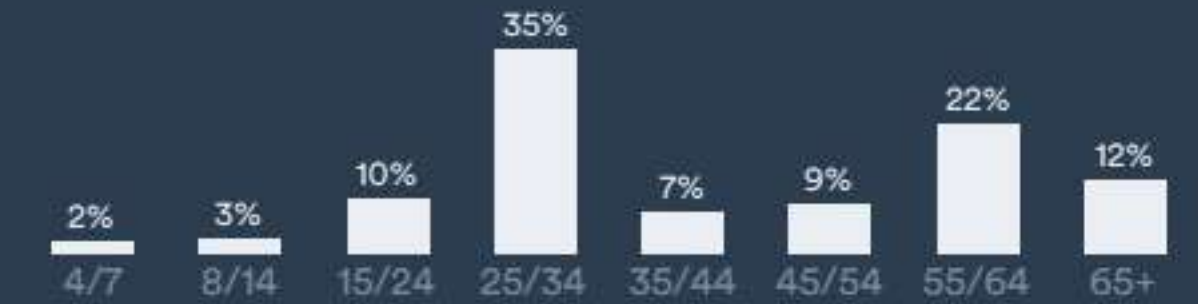
12

%

Uomini

88

%



SKY SPORT CALCIO

AMR: 11.097

TV
AMR: 10.723

Donne

35

%

Uomini

65

%



DIGITAL

AMR: 375

Donne

8

%

Uomini

92

%



SKY SPORT 4K

AMR: 10.970

TV
AMR: 10.970

Donne

44

%

Uomini

56

%



SKY INVESTIGATION

AMR: 9.734

TV
AMR: 9.667

Donne

52

%

Uomini

48

%



DIGITAL

AMR: 67

Donne

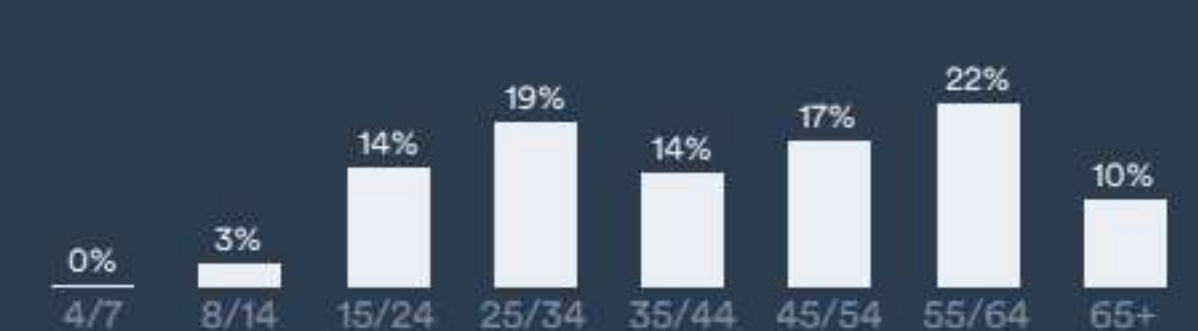
48

%

Uomini

52

%



**total
audience
on demand
totali della
settimana**

totale editori digital

Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

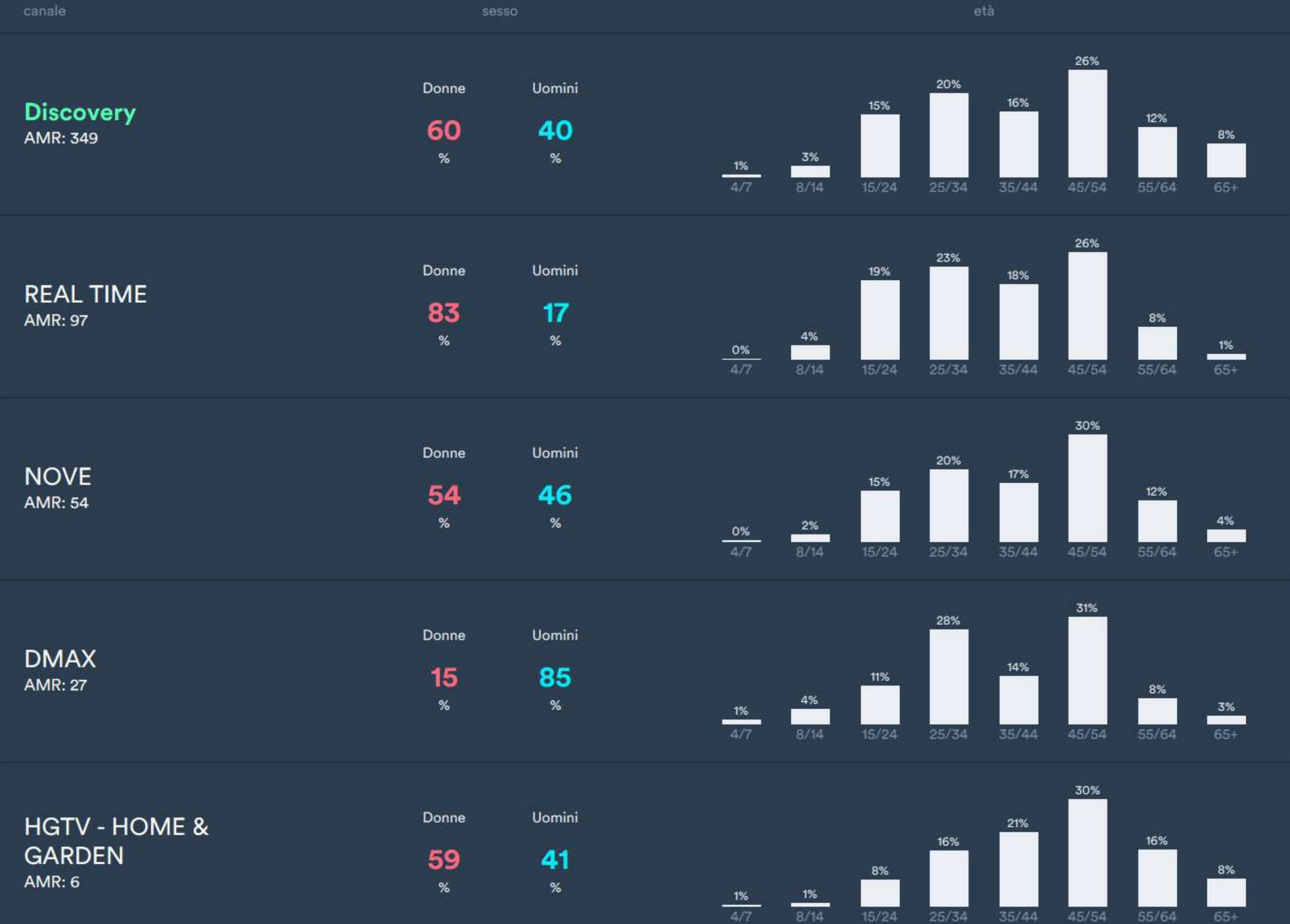
58.335 Ascoltatori Medi (AMR) su device connessi

Auditel

total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



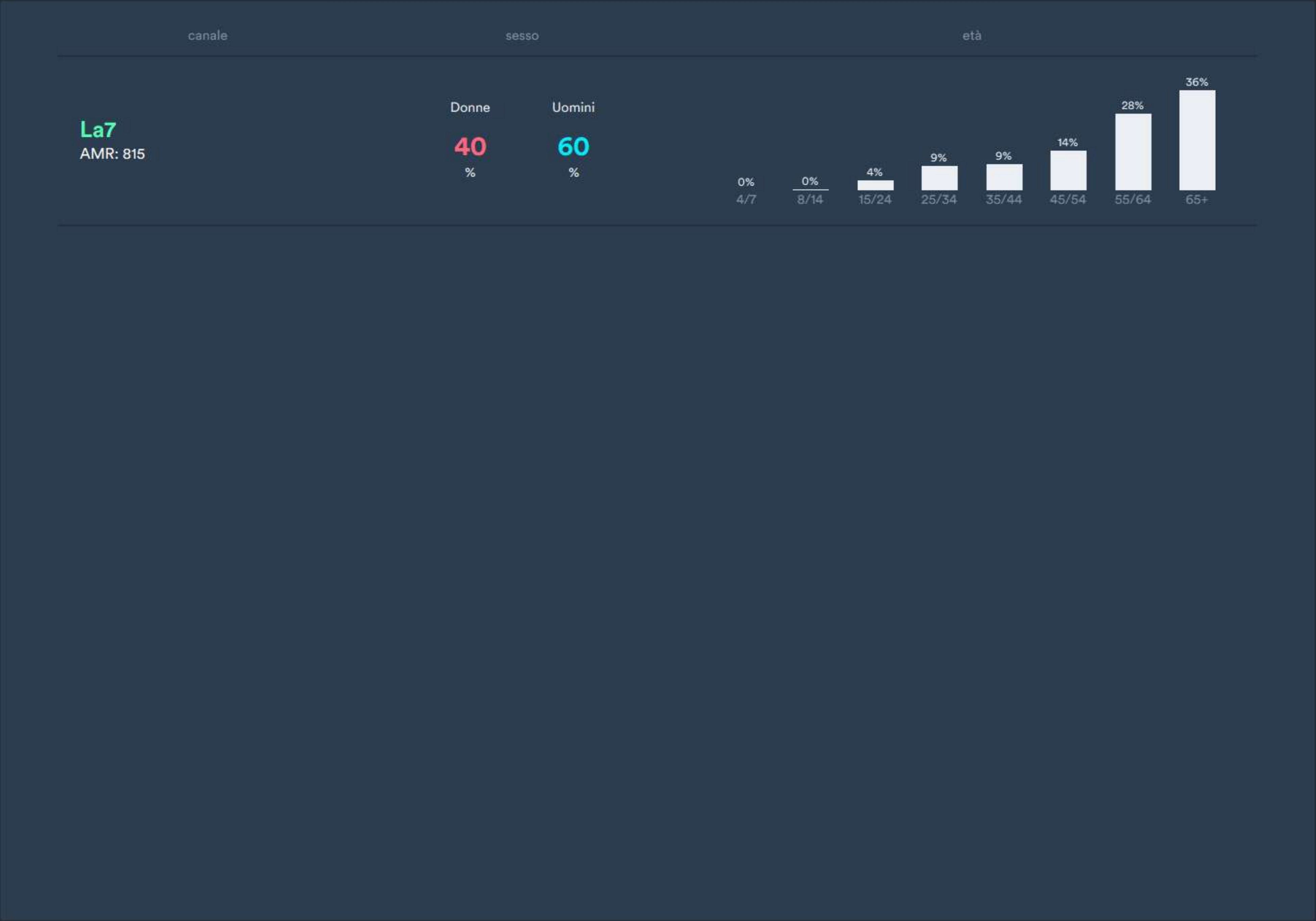
total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target

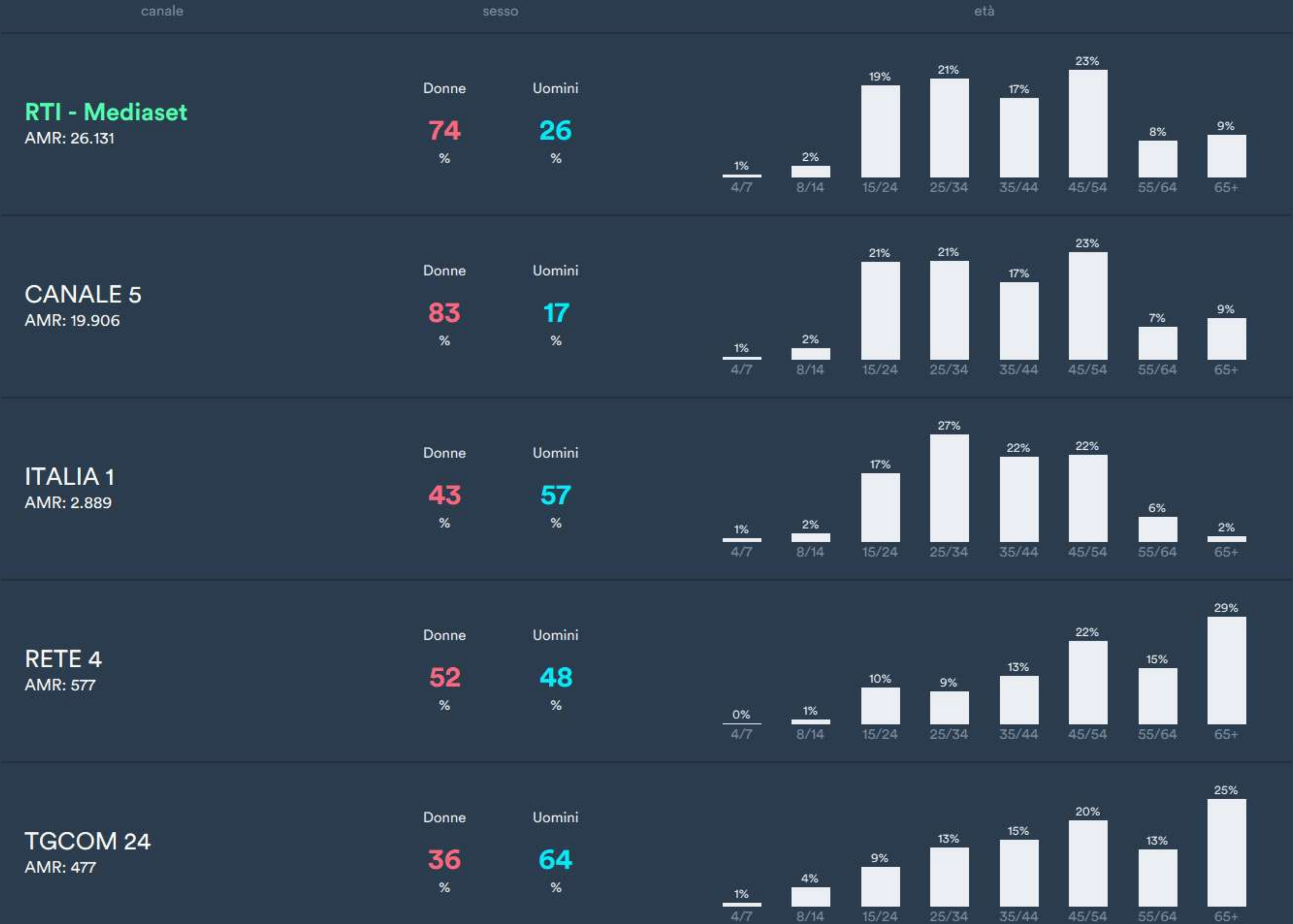


Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022

total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



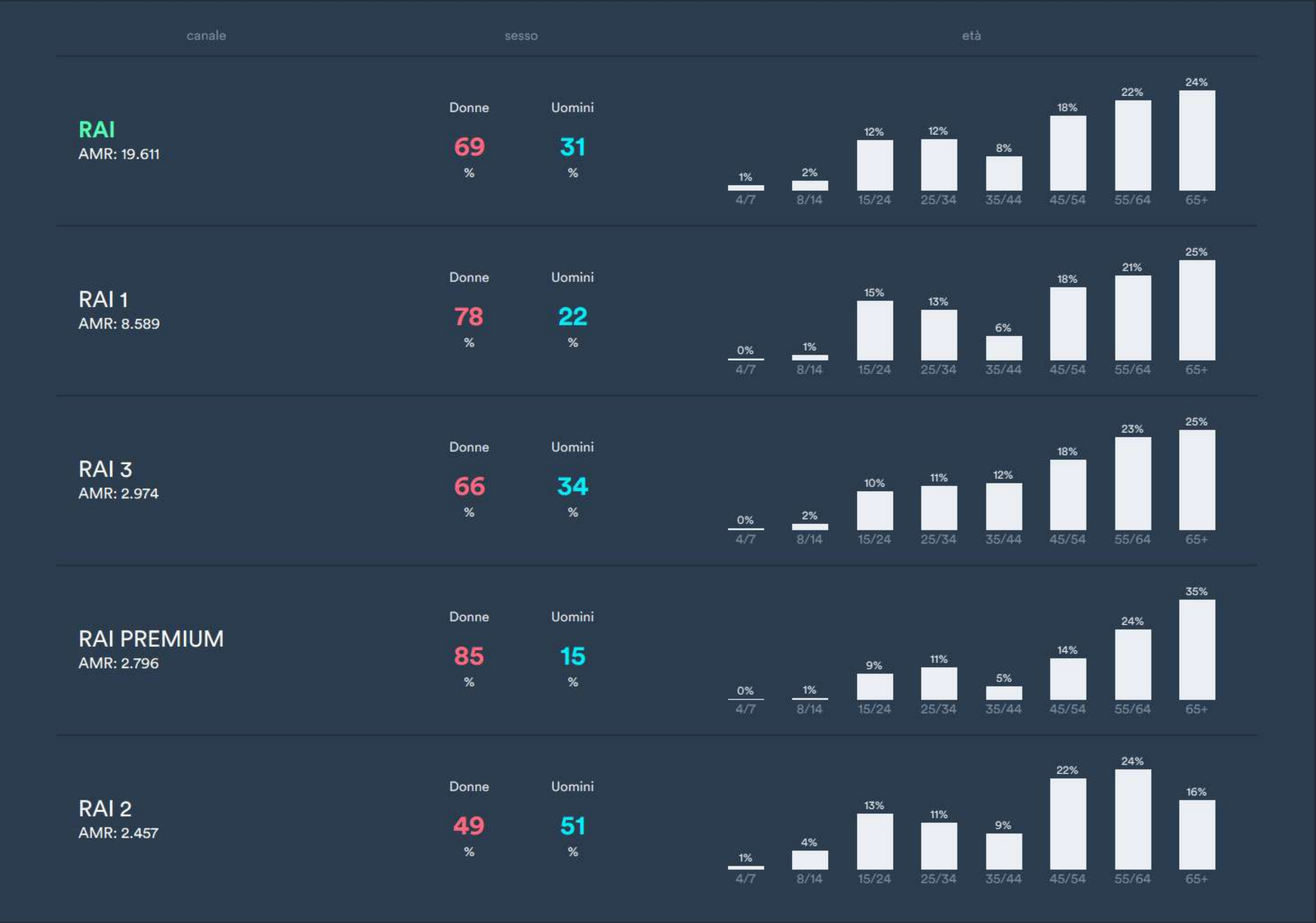
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



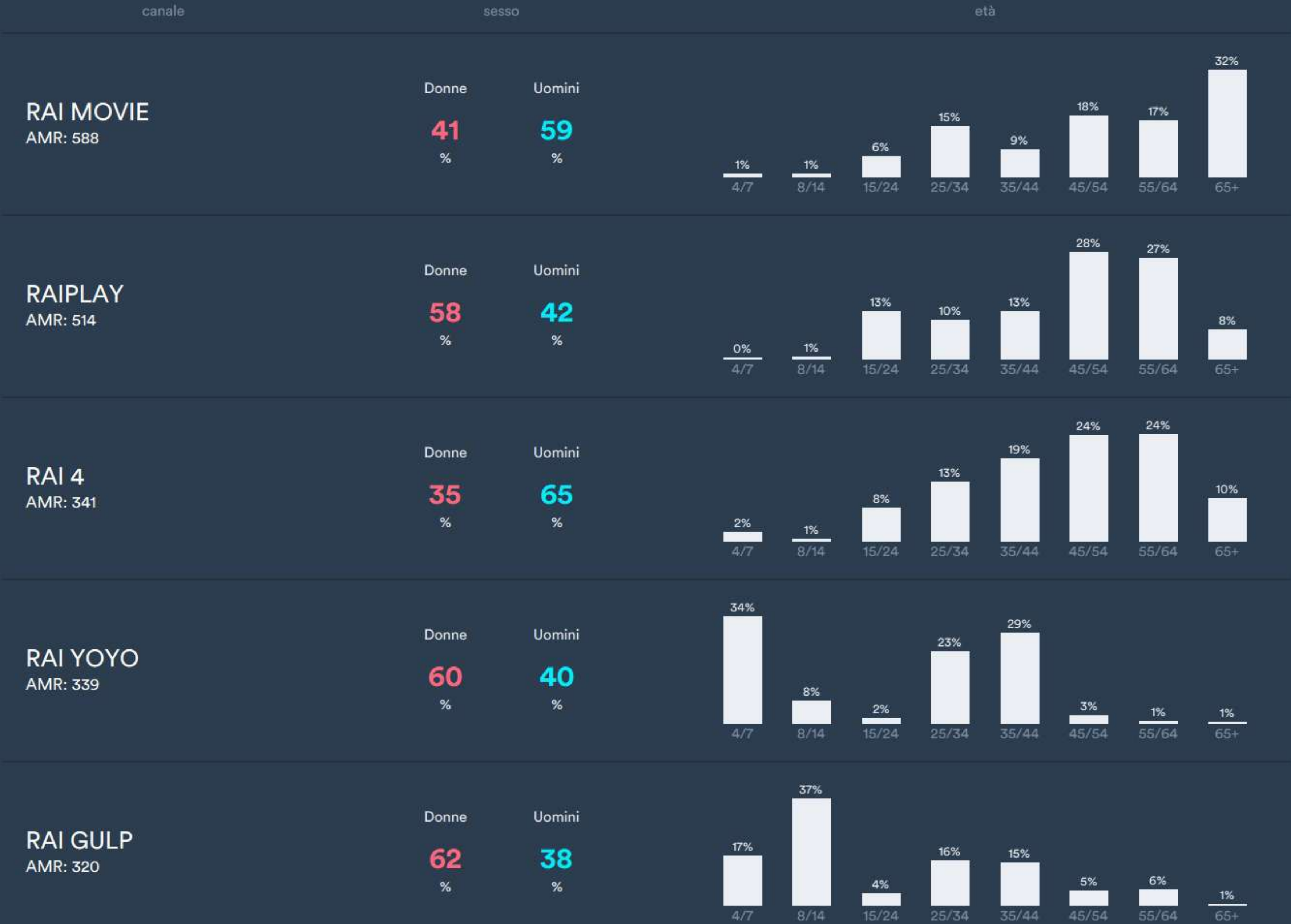
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



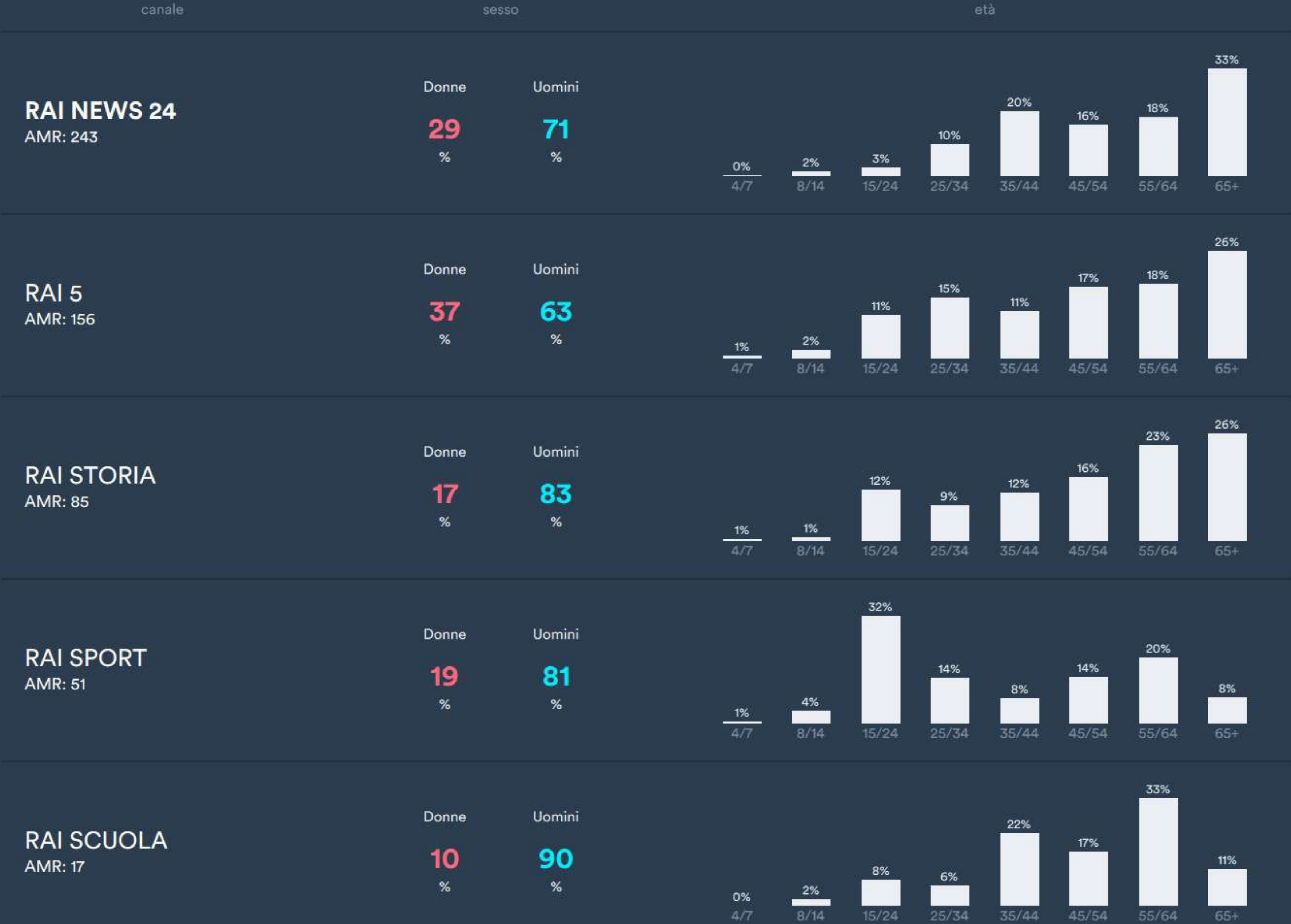
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



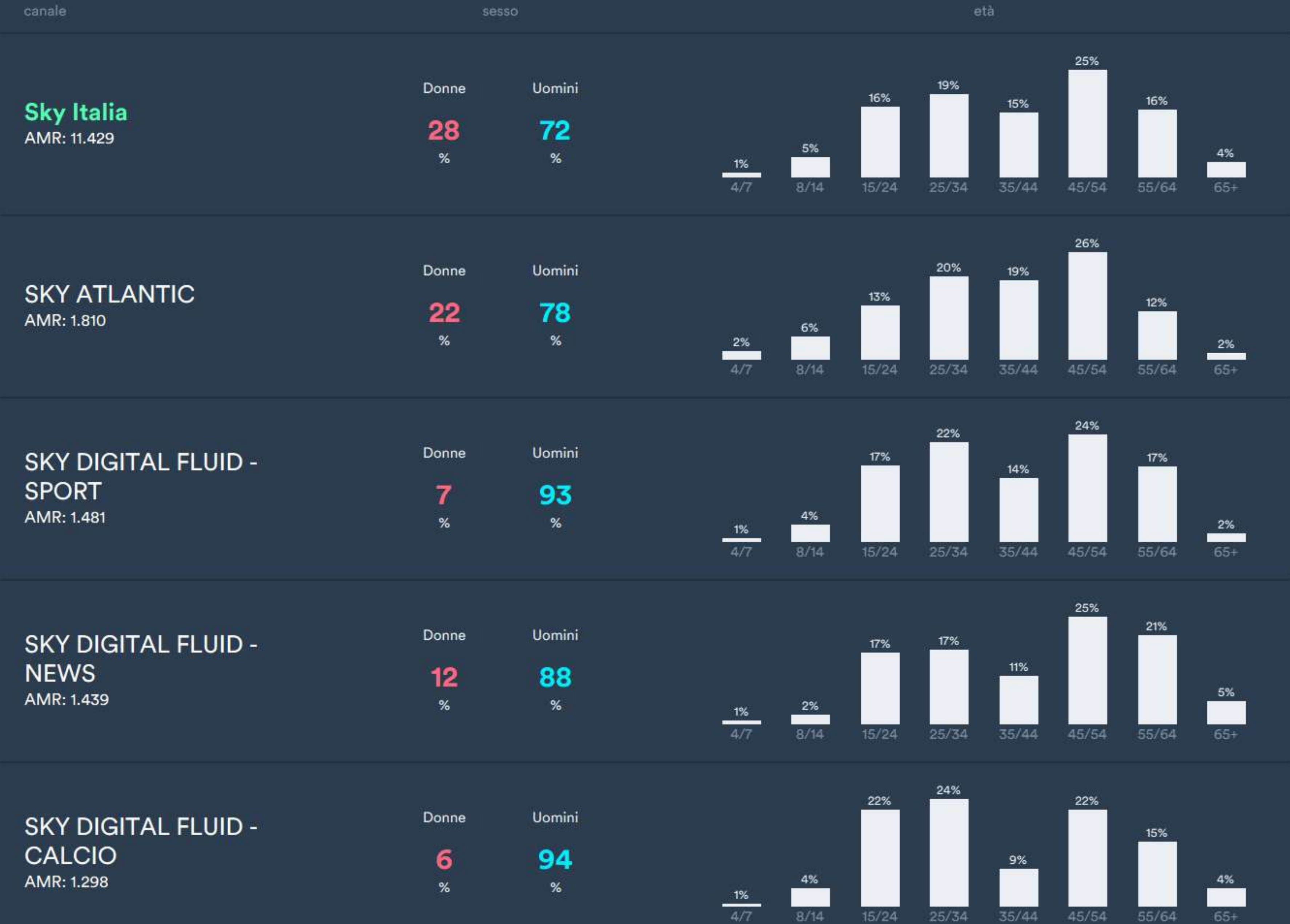
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



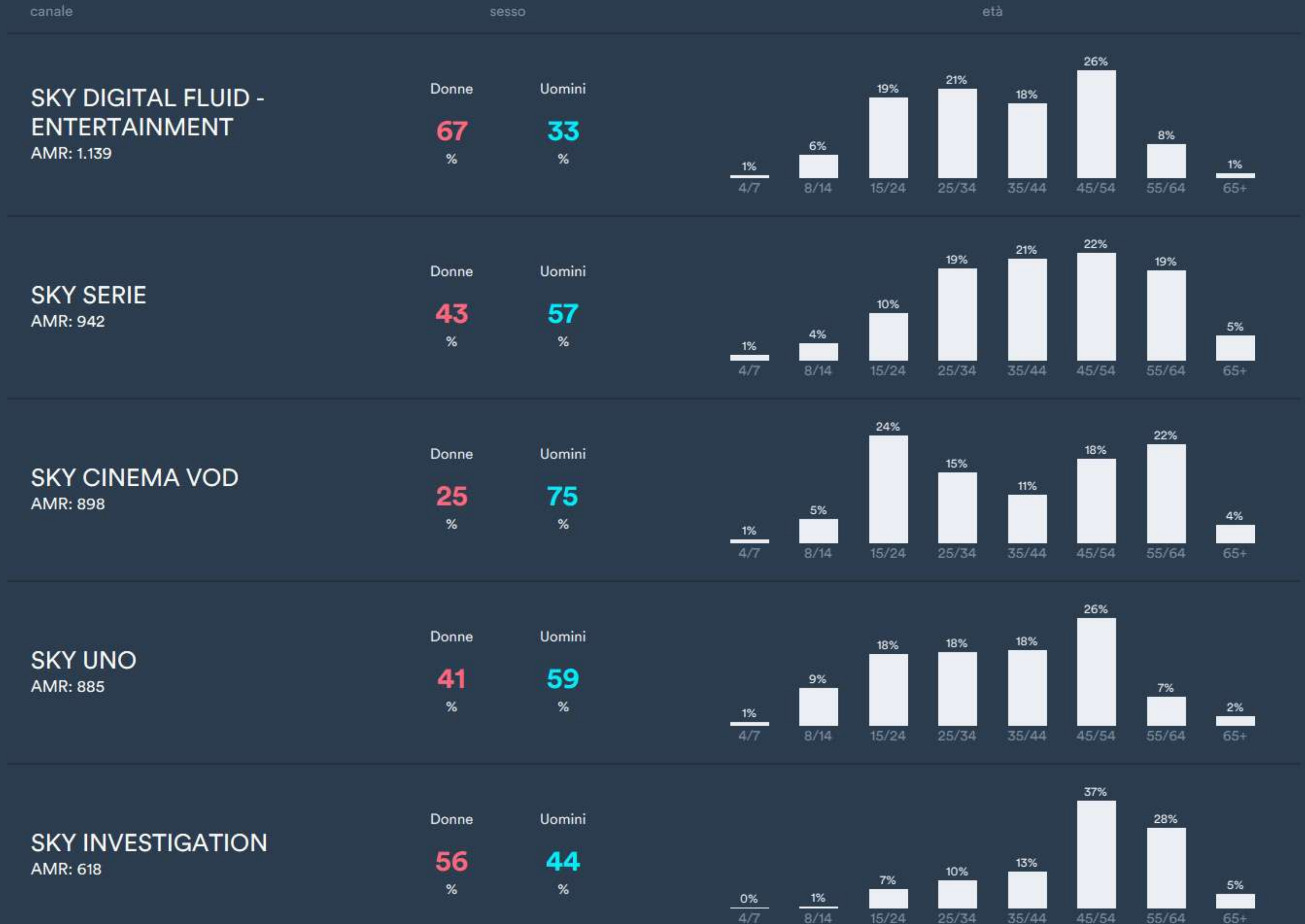
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



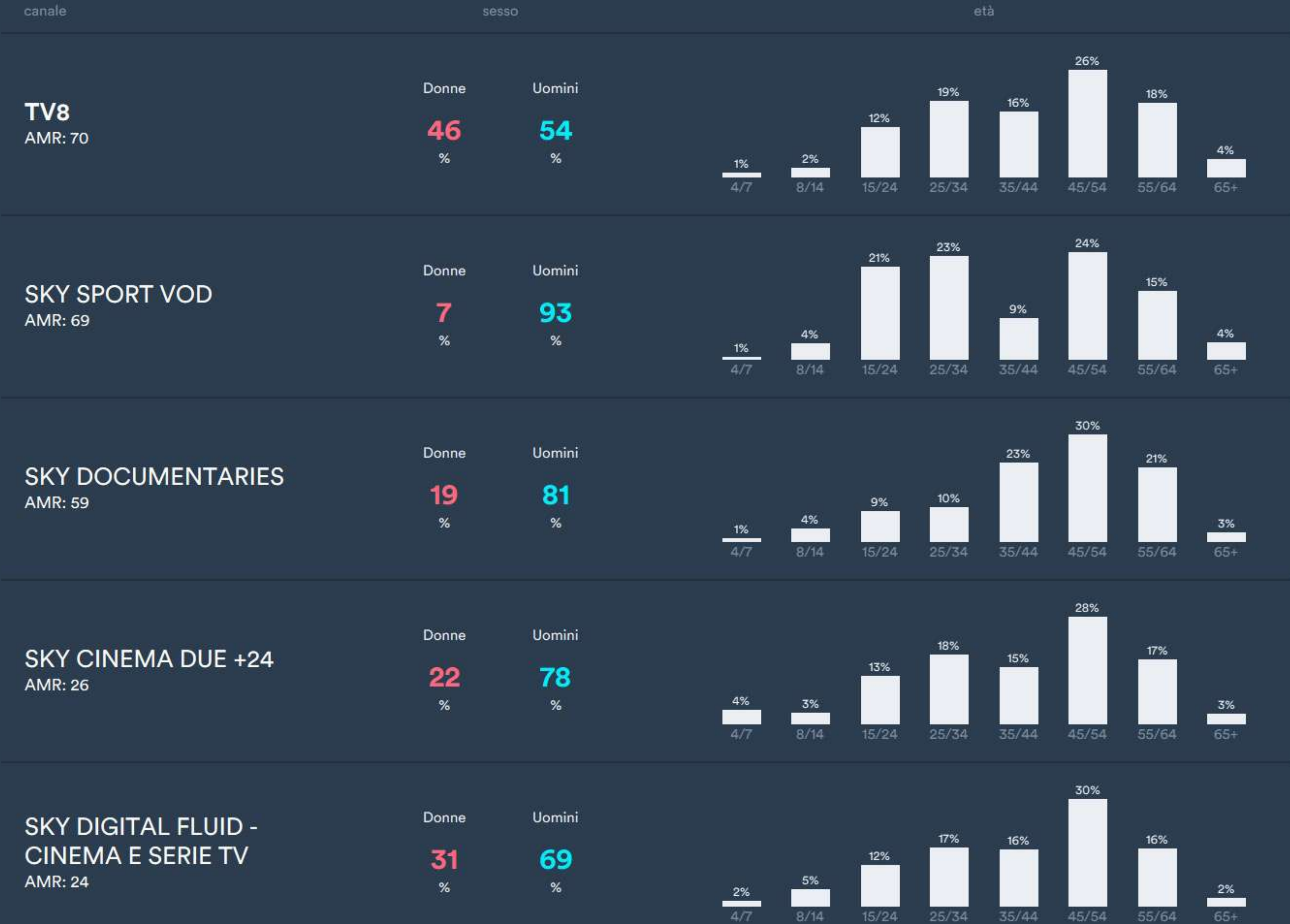
Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
08 maggio – 14 maggio 2022



Informazioni utili
note metodologiche
FAQ

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.

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

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

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.

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

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

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 x 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 queste F.A.Q., vi preghiamo di fare riferimento al Glossario disponibile al 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 queste F.A.Q., vi preghiamo di fare riferimento al Glossario disponibile al 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".

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

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



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