

standard auditel total audience

Report Settimanale
15 maggio – 21 maggio 2022



total audience totali della settimana

totale editori digital



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

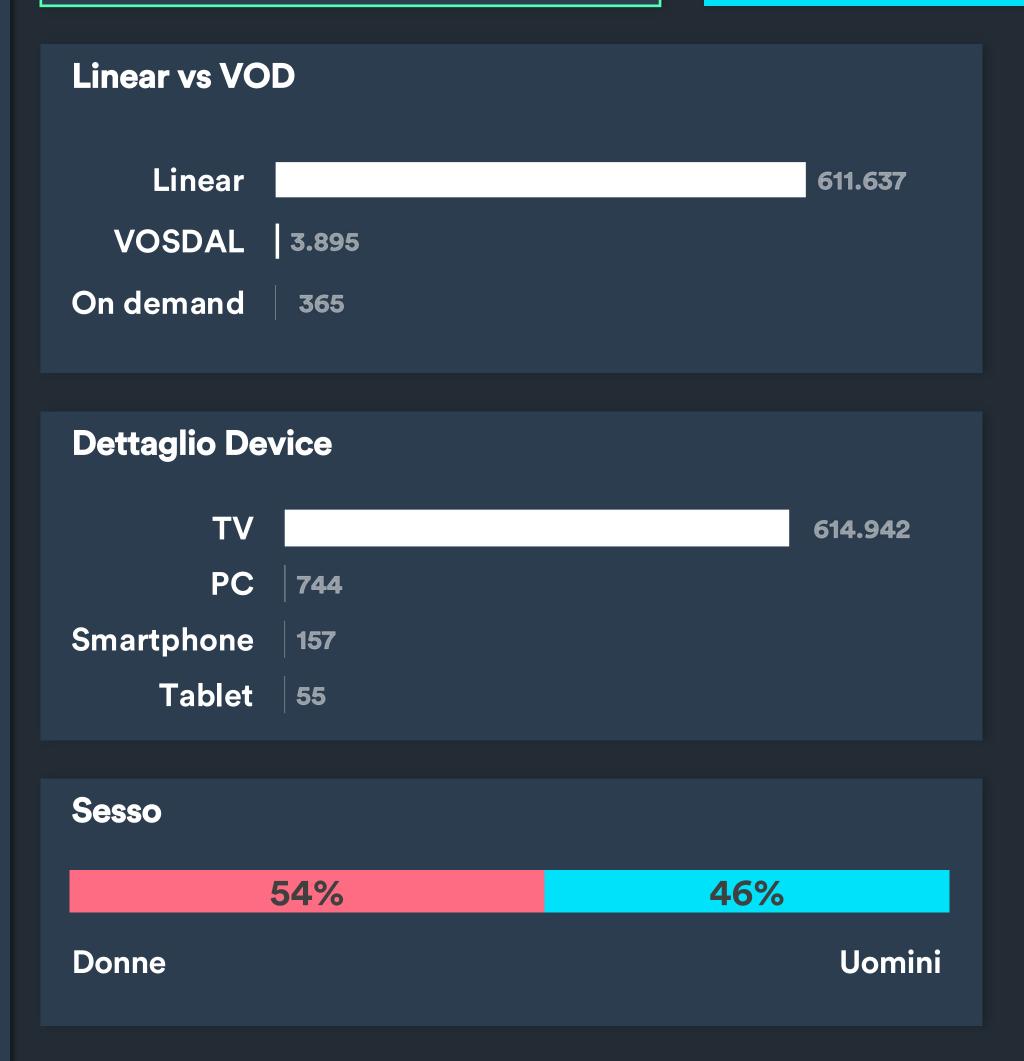
615.898

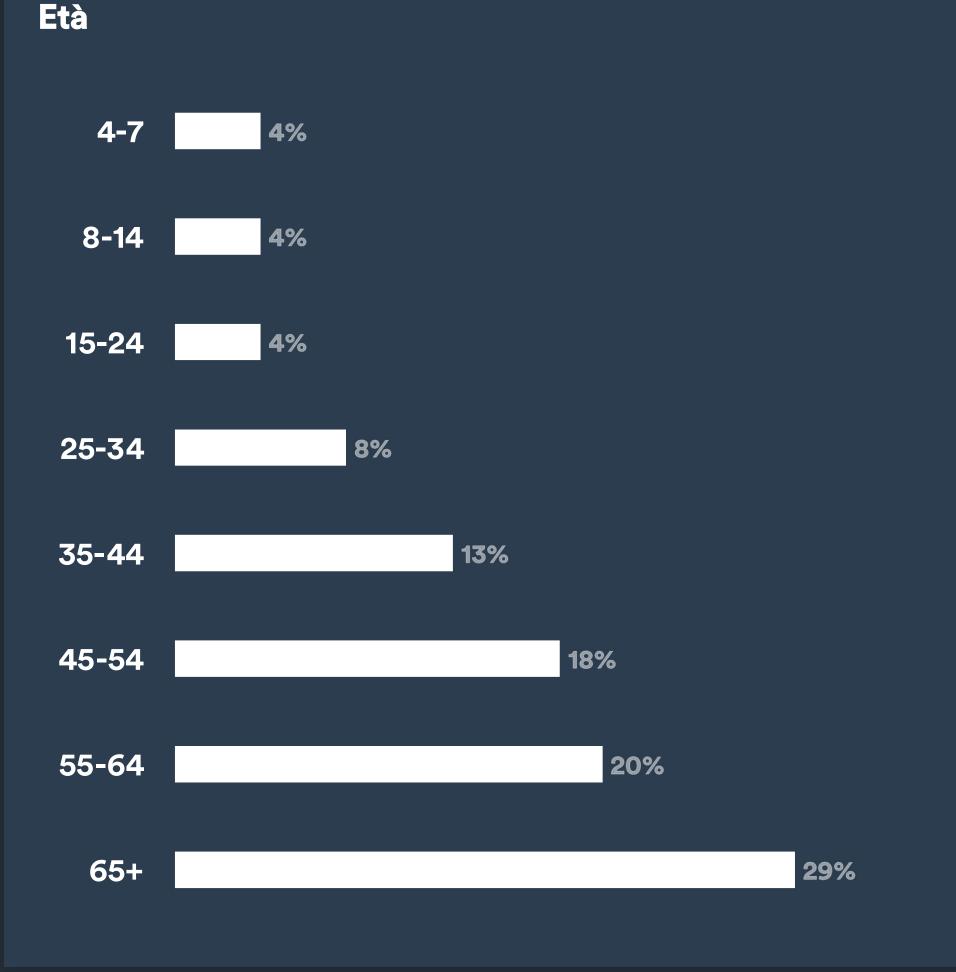
Ascoltatori medi

Andamento AMR

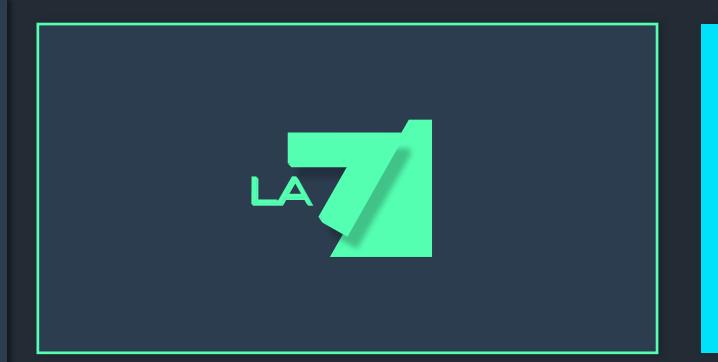
- 2%

Su settimana precedente





total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

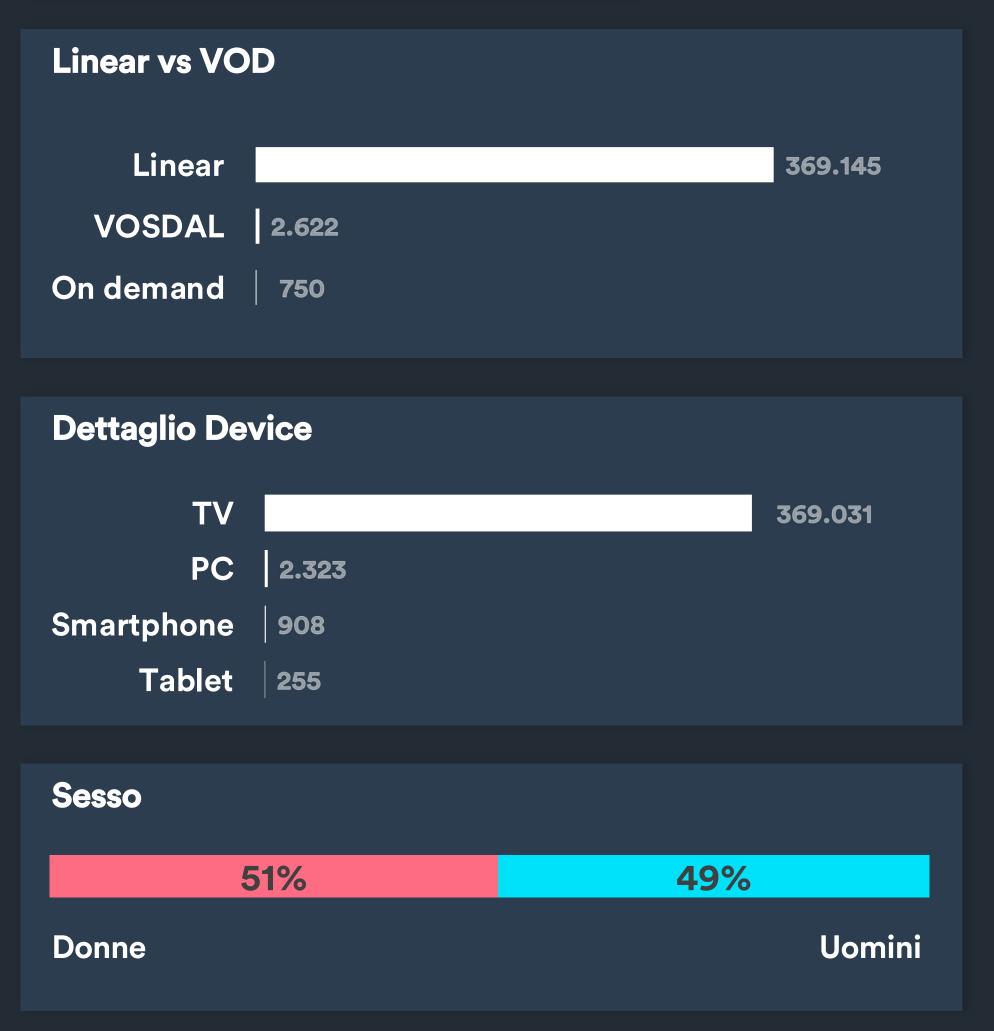
372.517

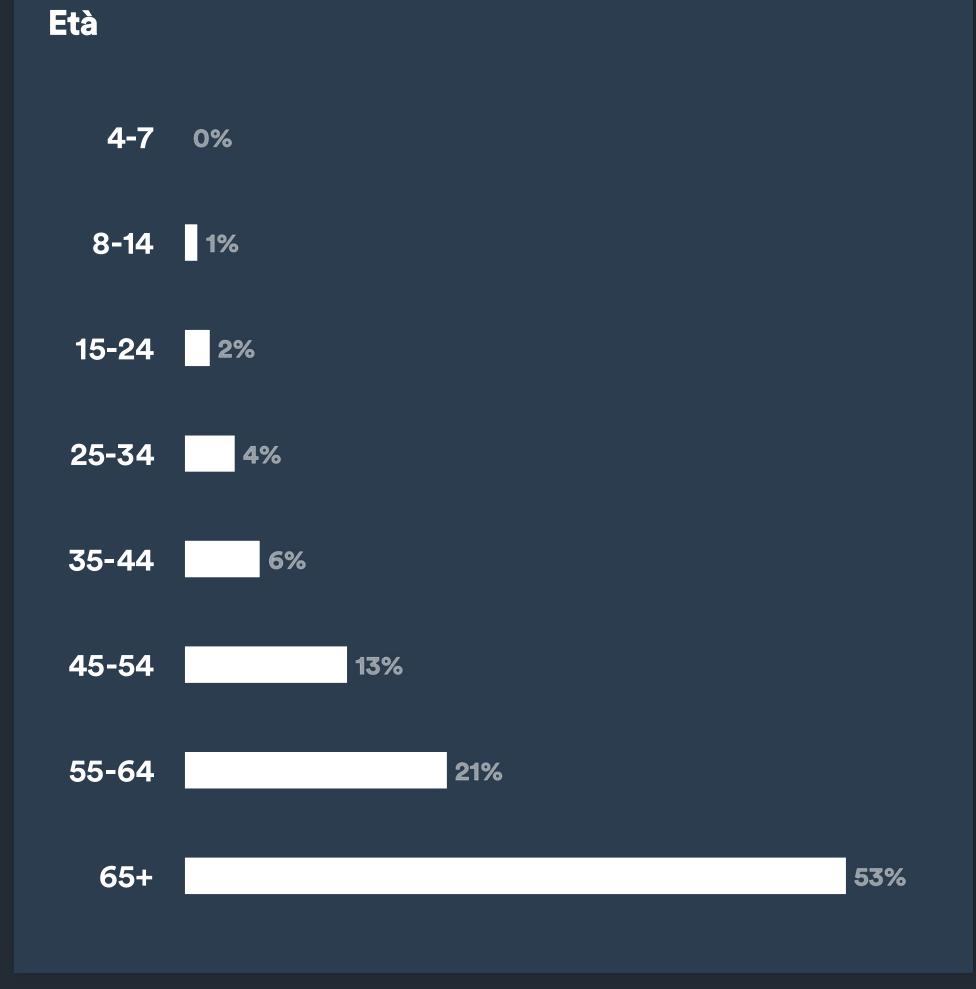
Ascoltatori medi

Andamento AMR

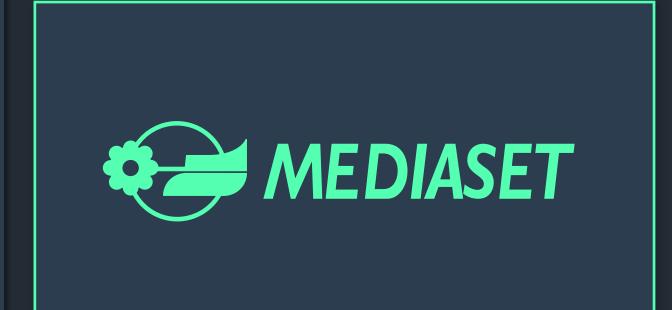
- 5%

Su settimana precedente





total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

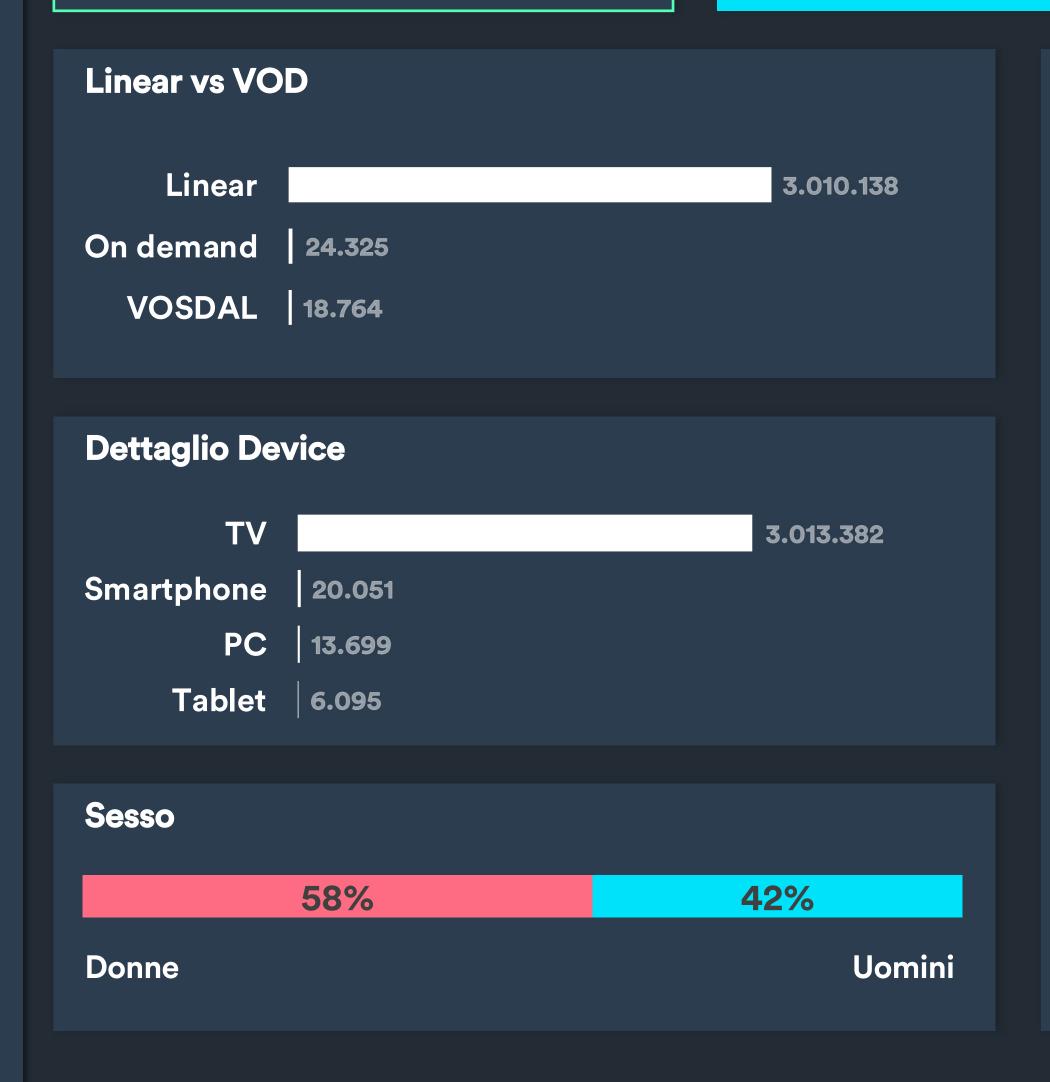
3.053.227

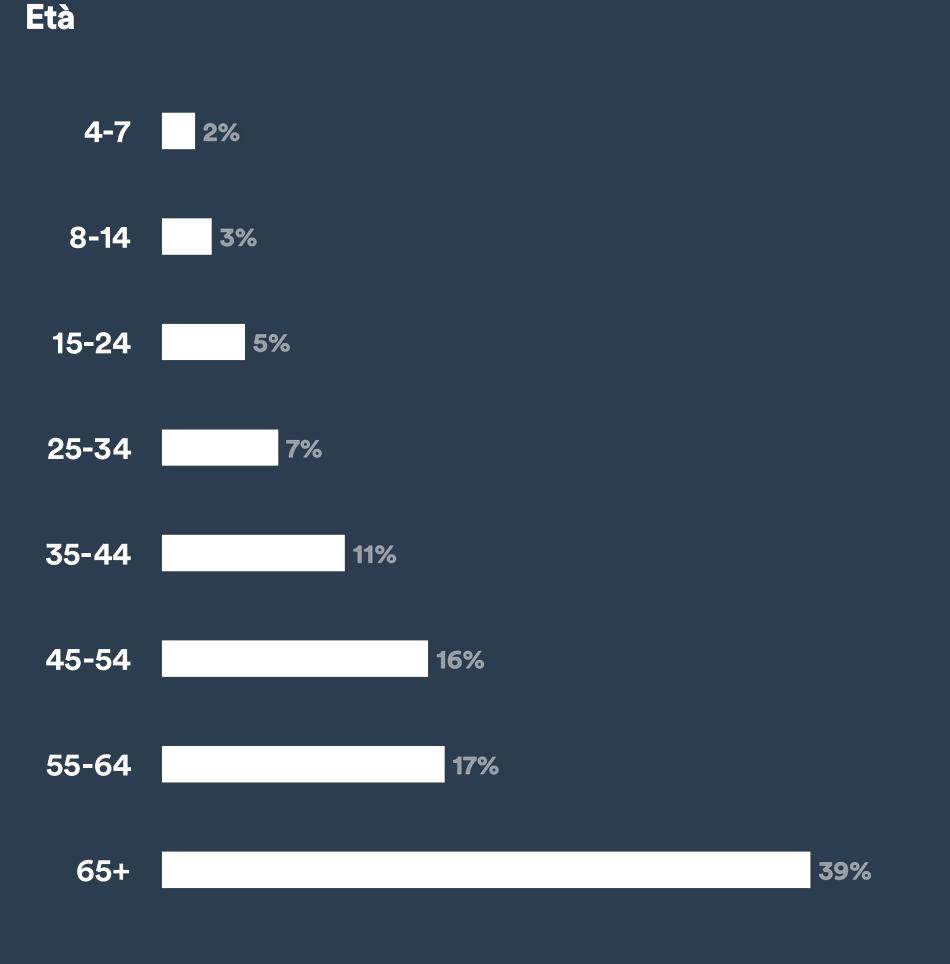
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente





total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

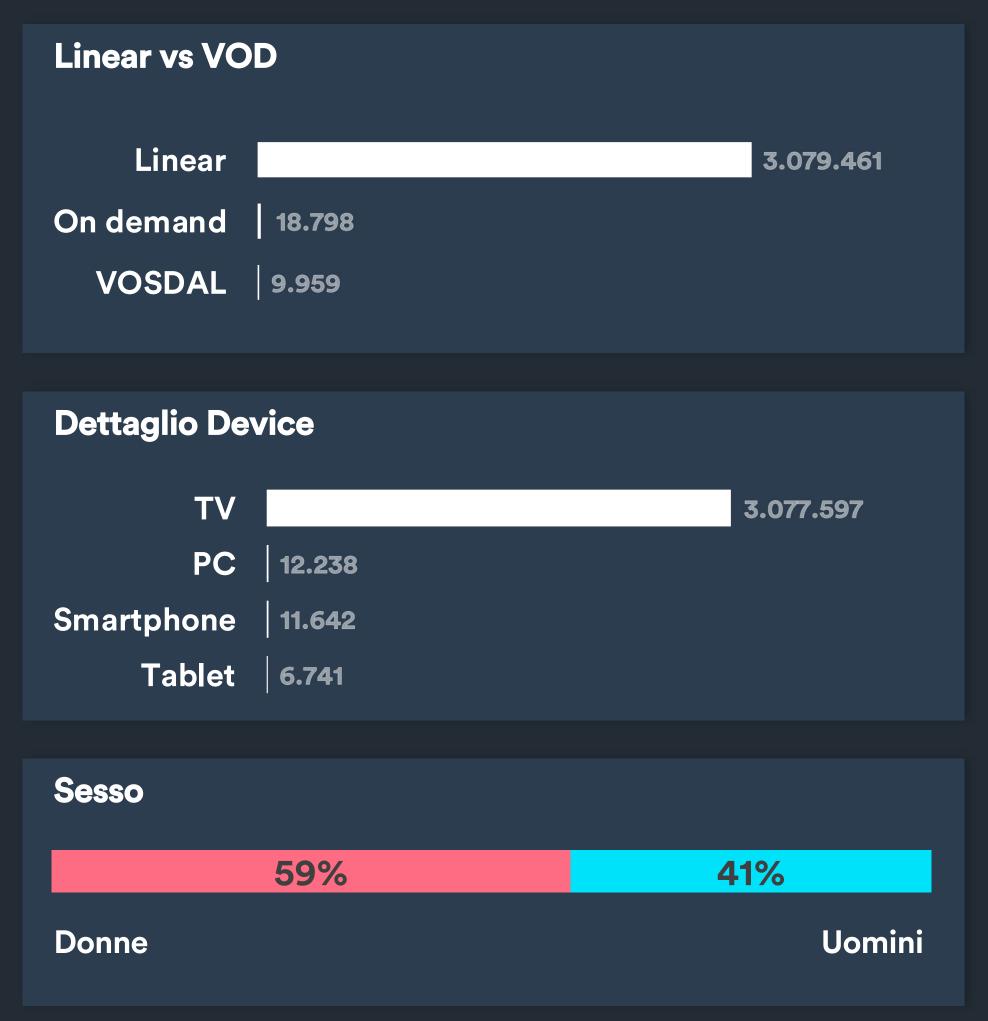
3.108.218

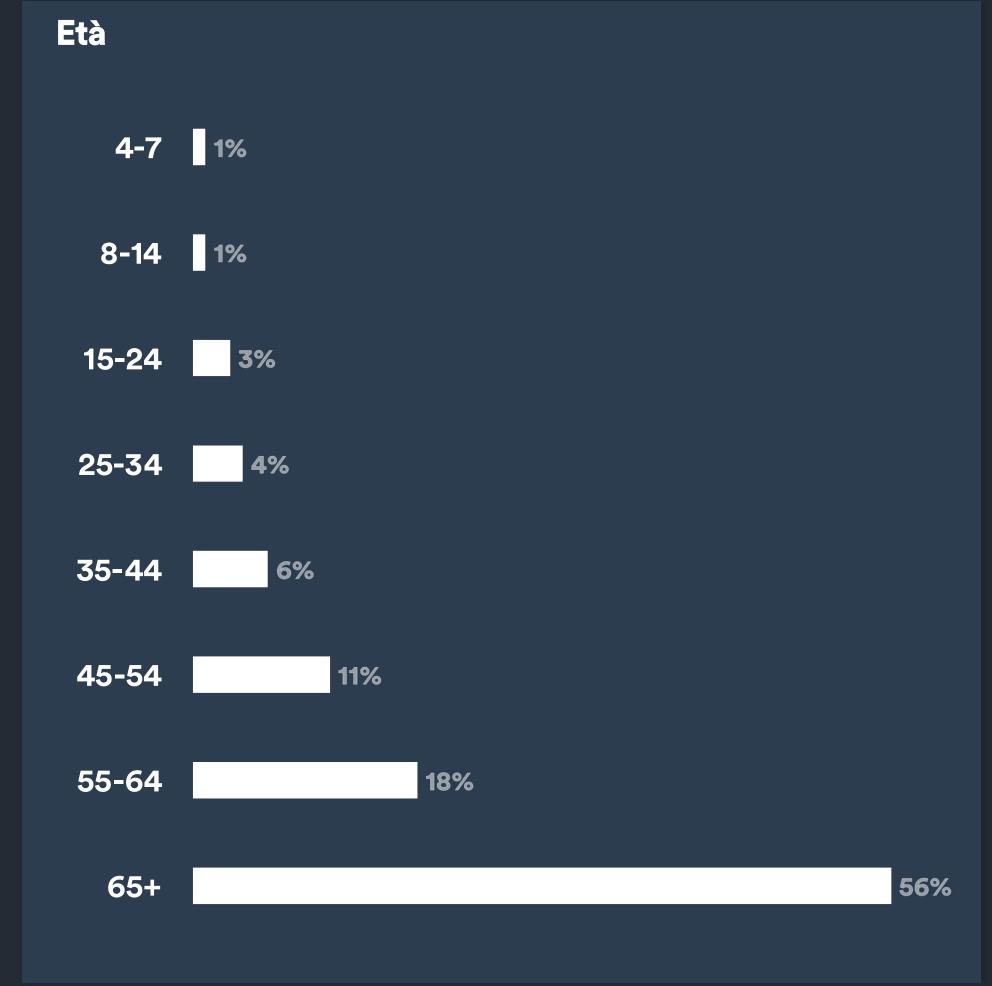
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 5%

Su settimana precedente





total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

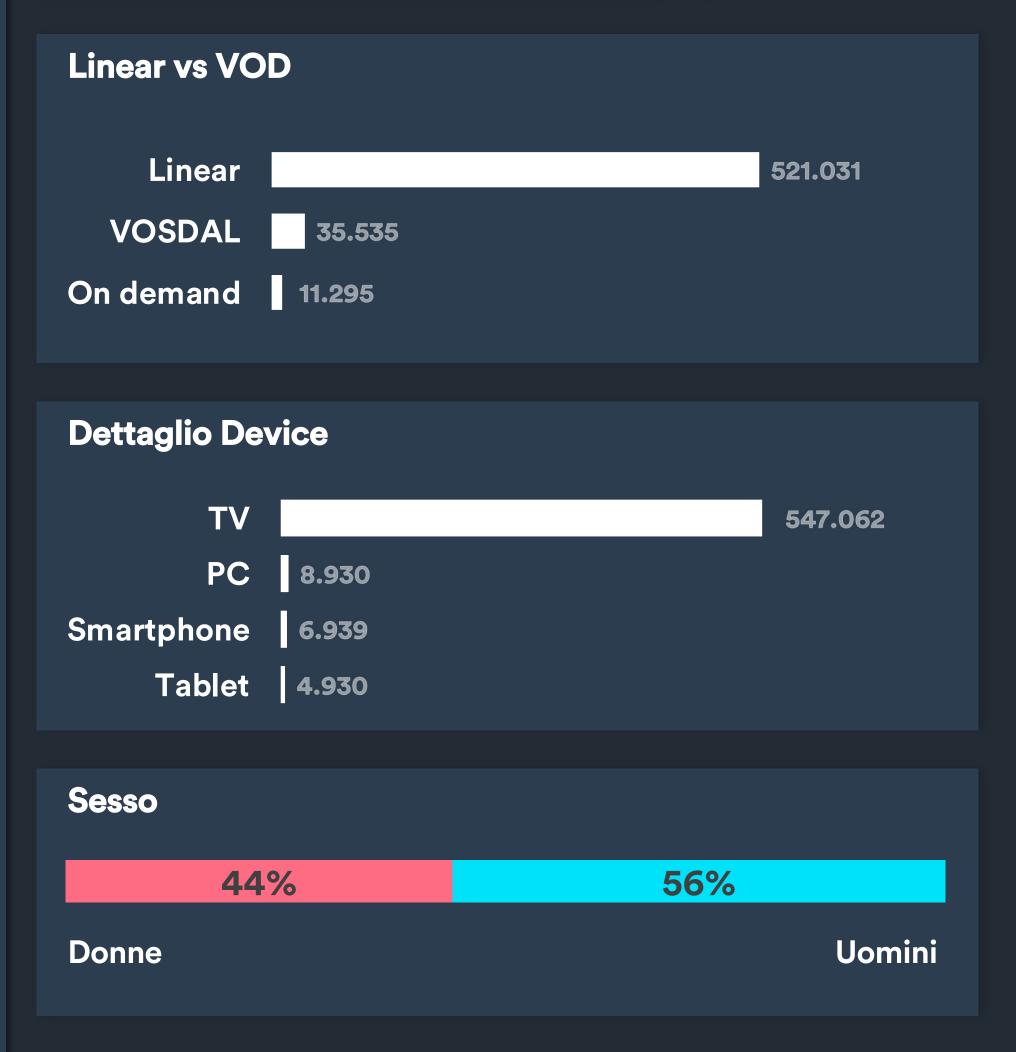
567.861

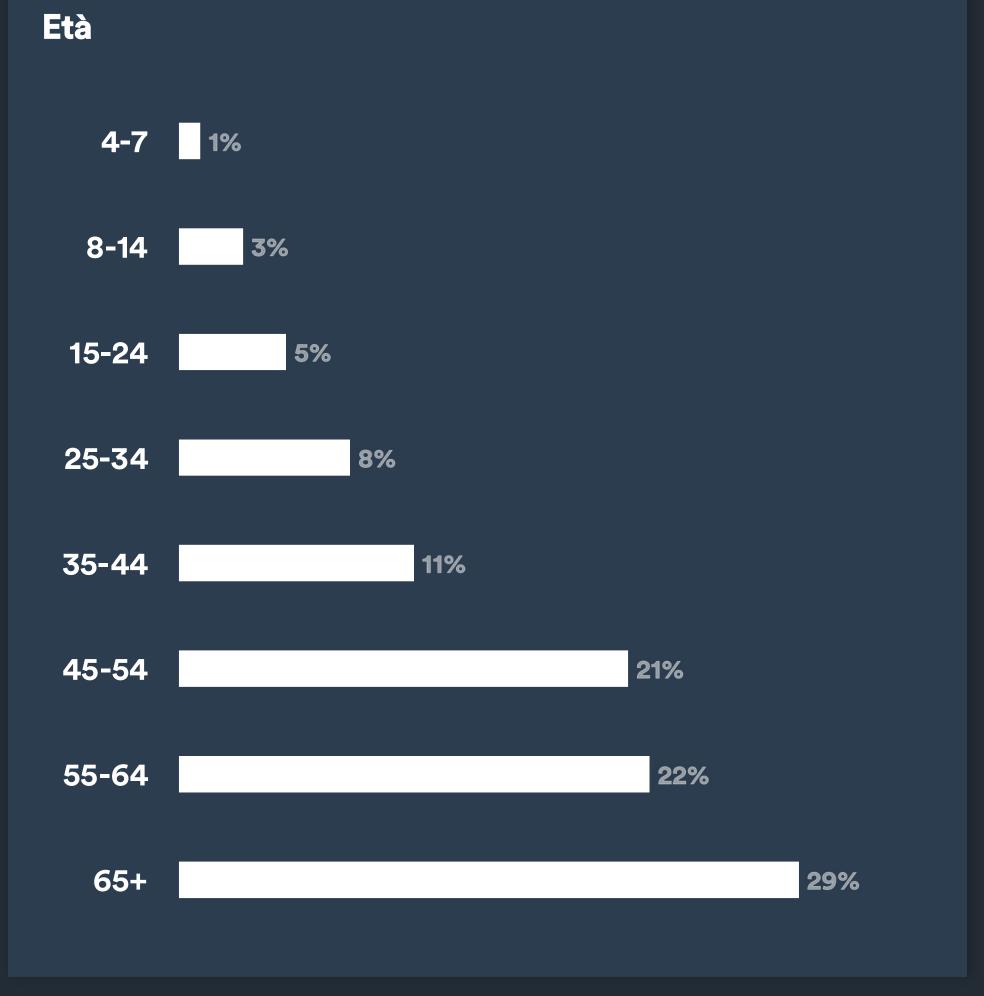
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 5%

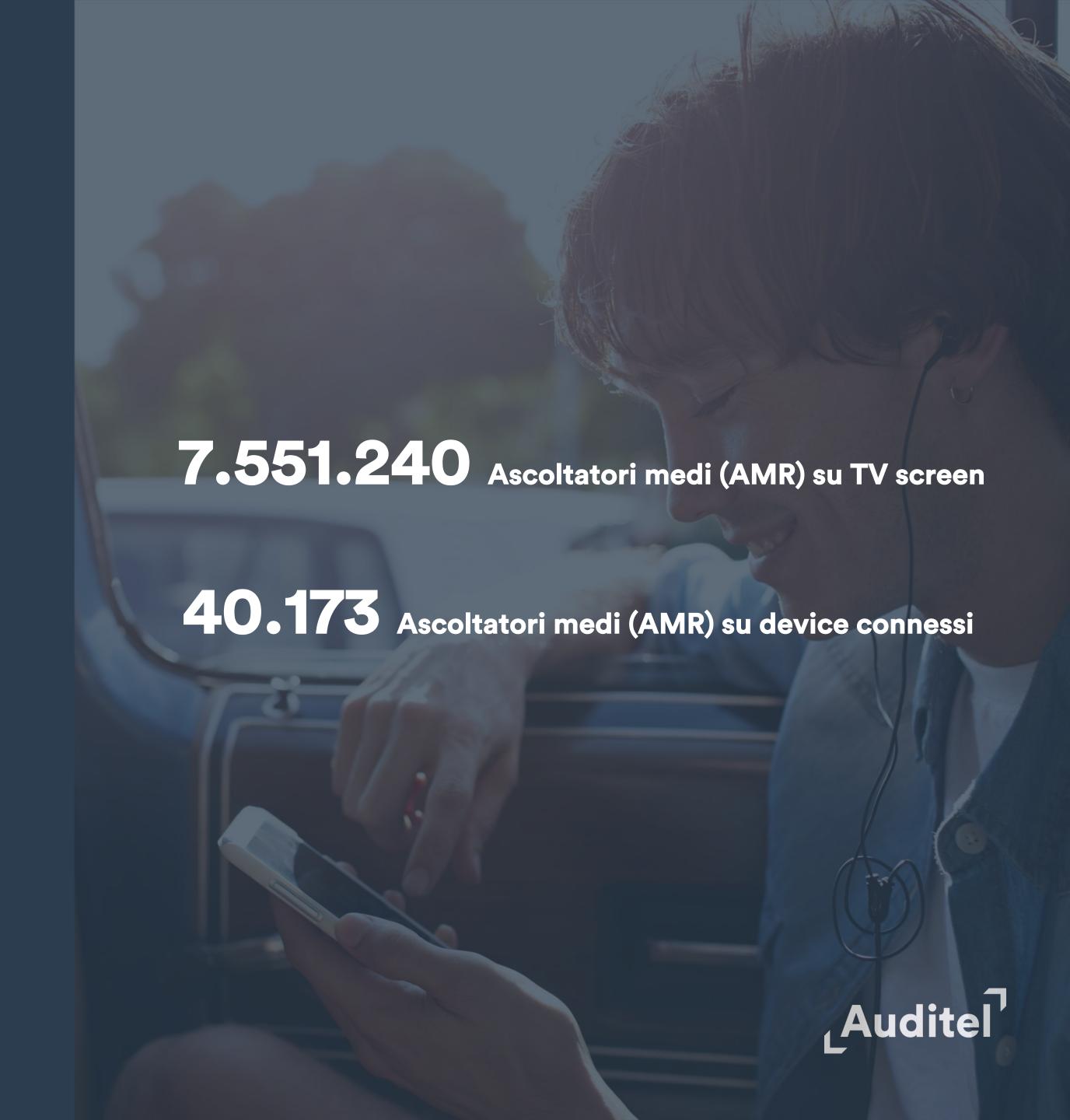
Su settimana precedente





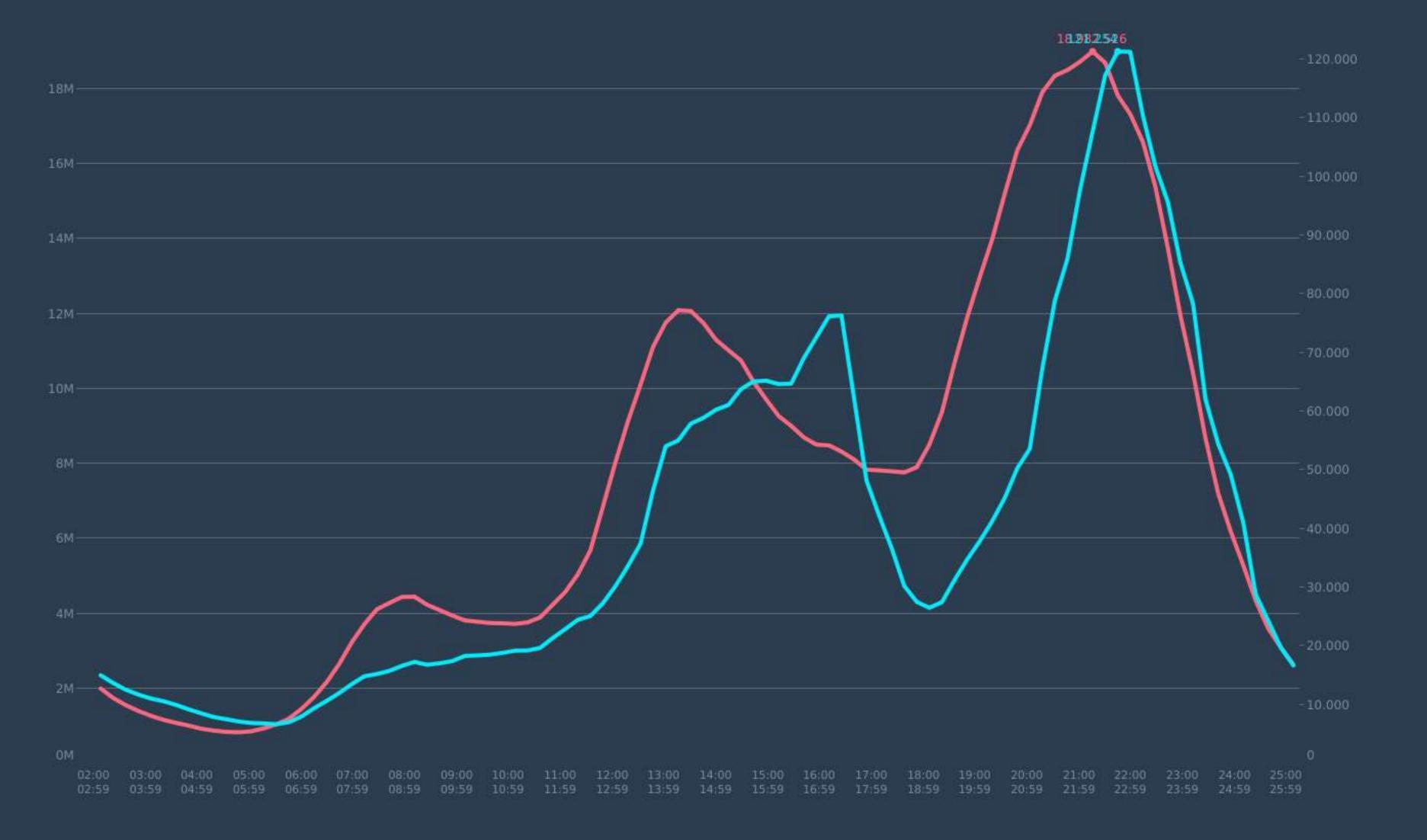
total audience linear totali dela settimana

totale editori digital

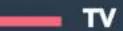


total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori digital

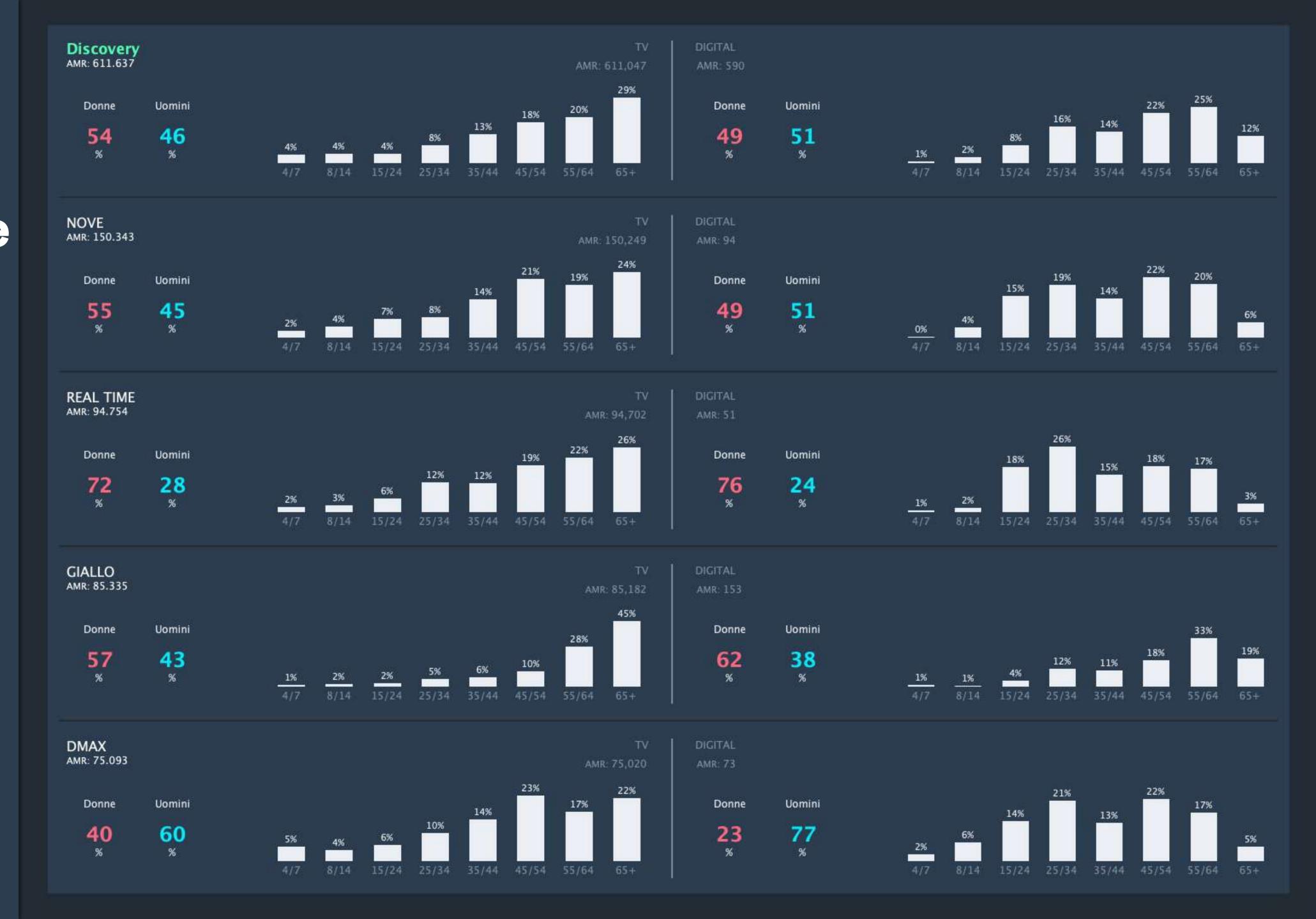


Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022

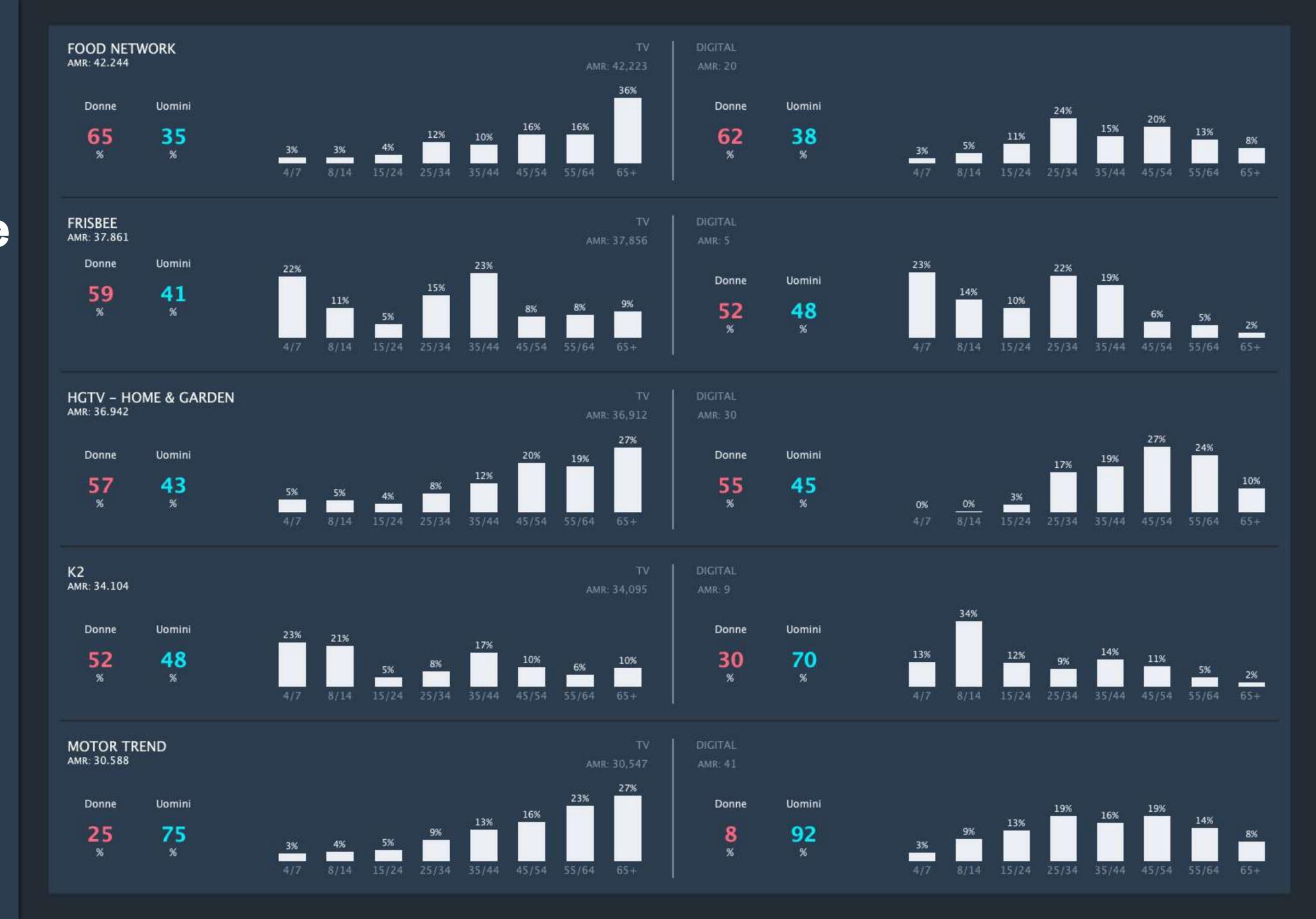


Device connessi





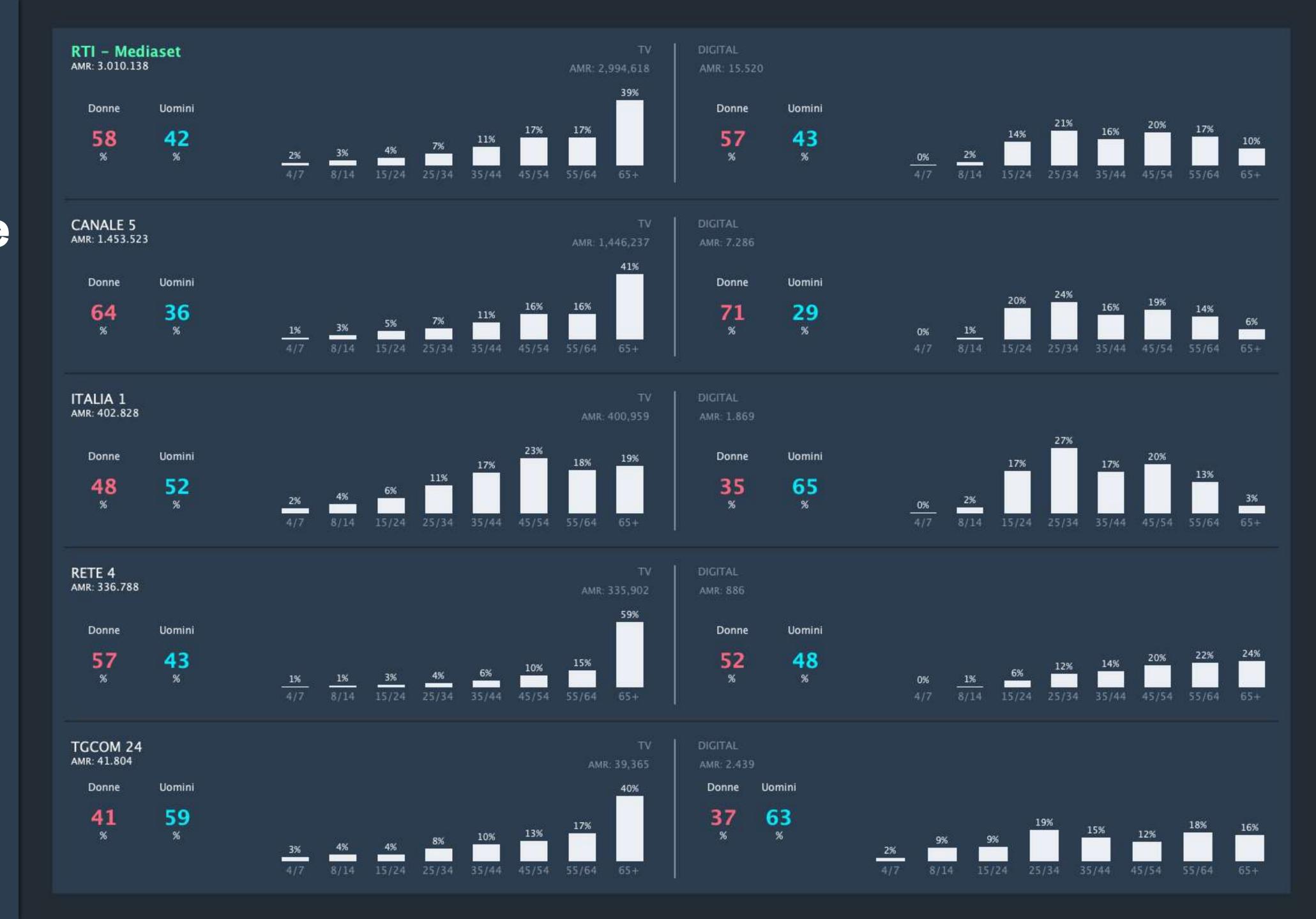




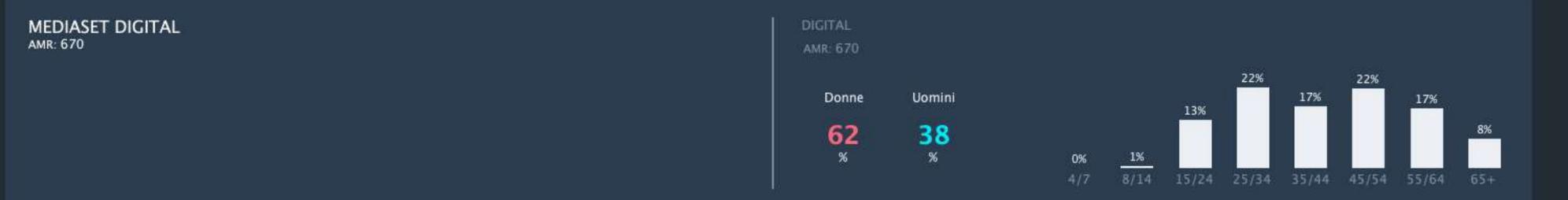




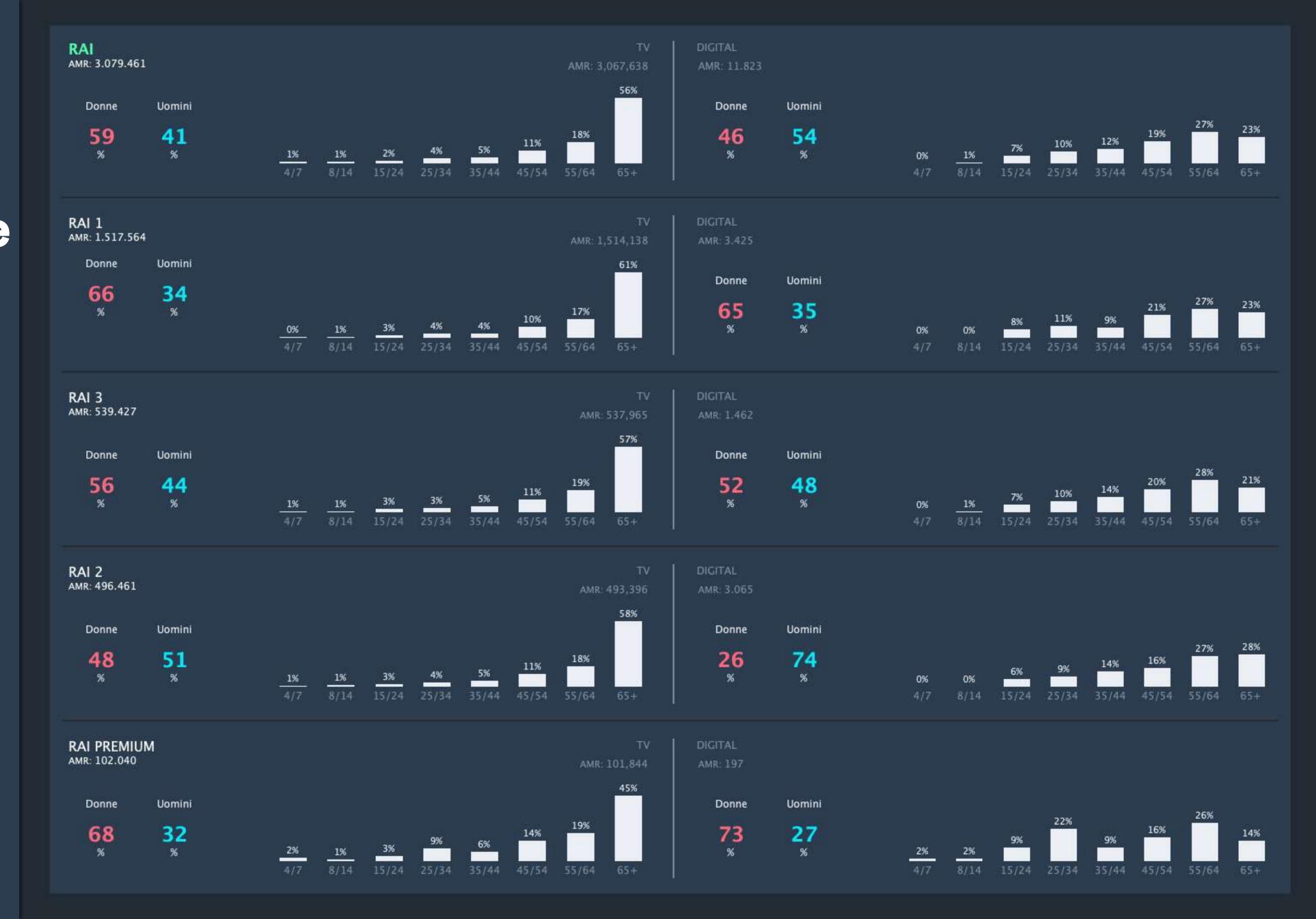




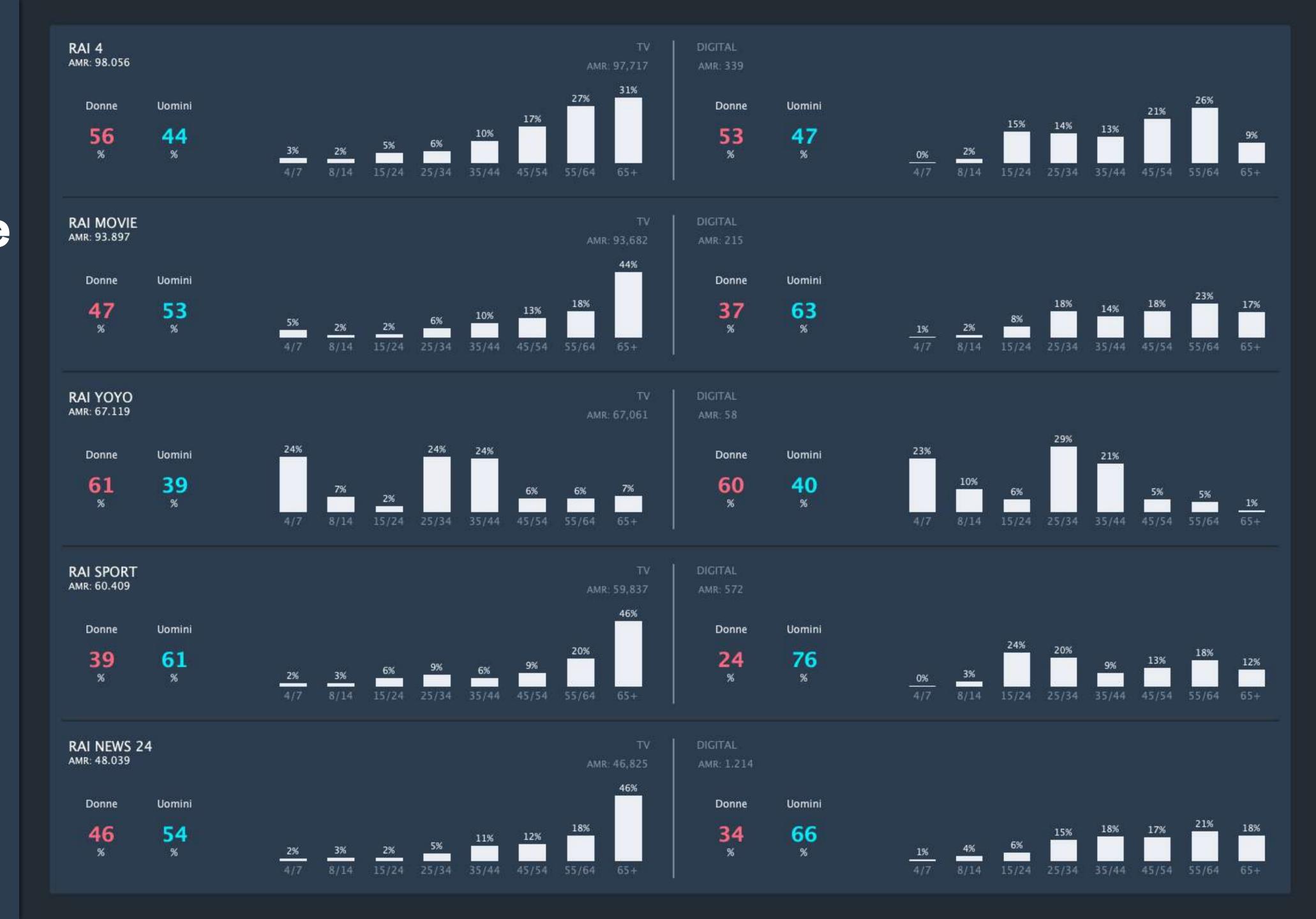




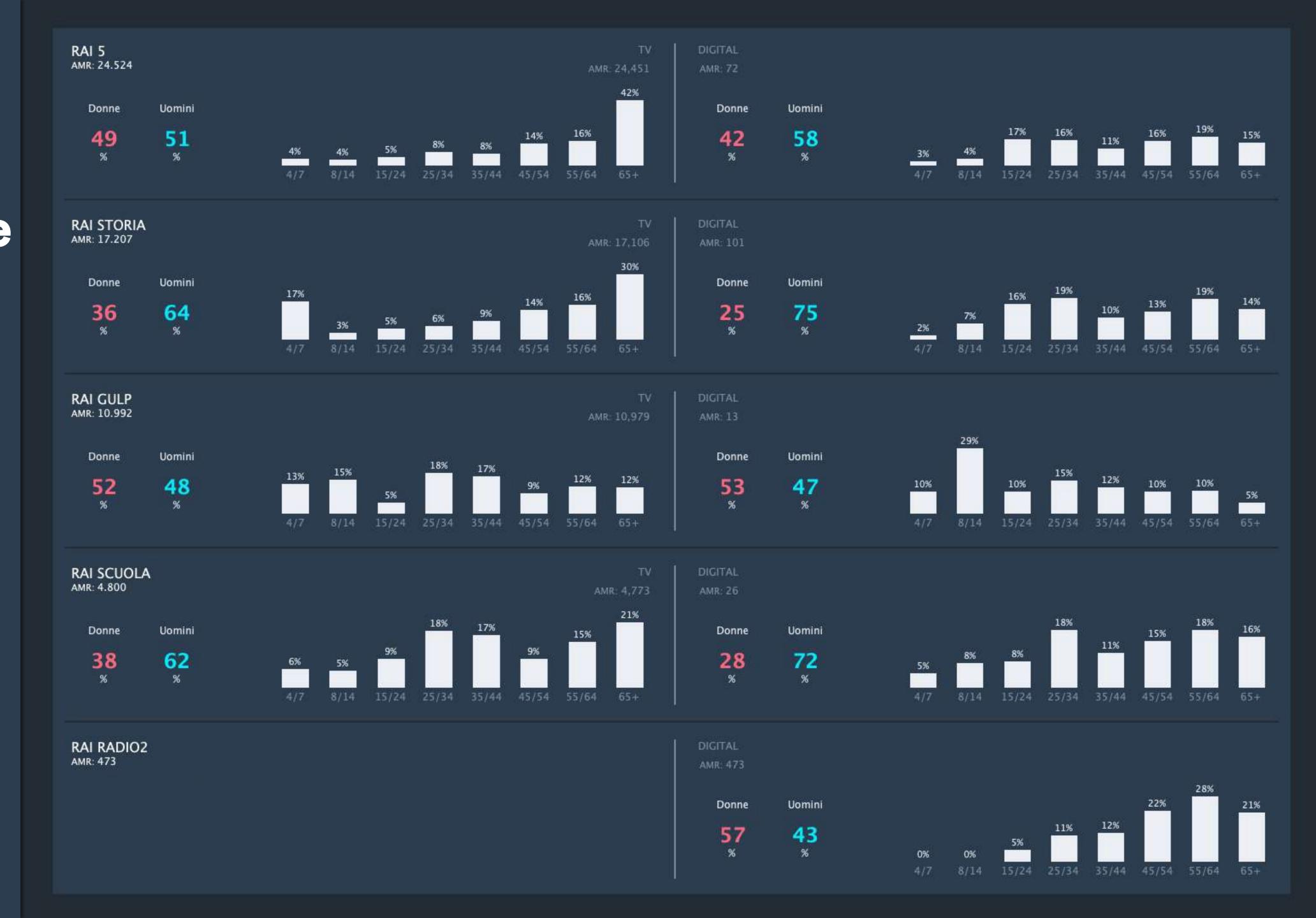




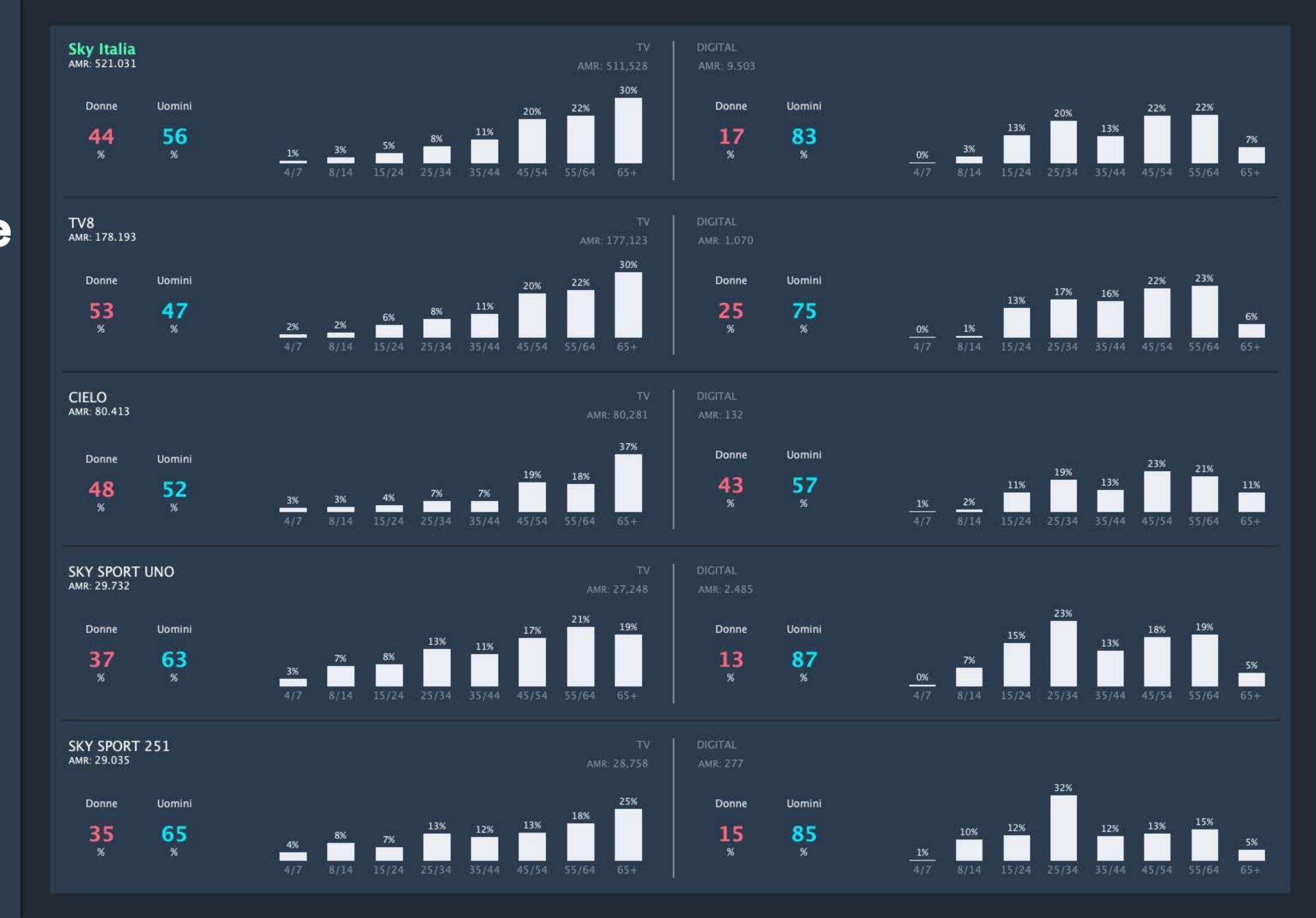




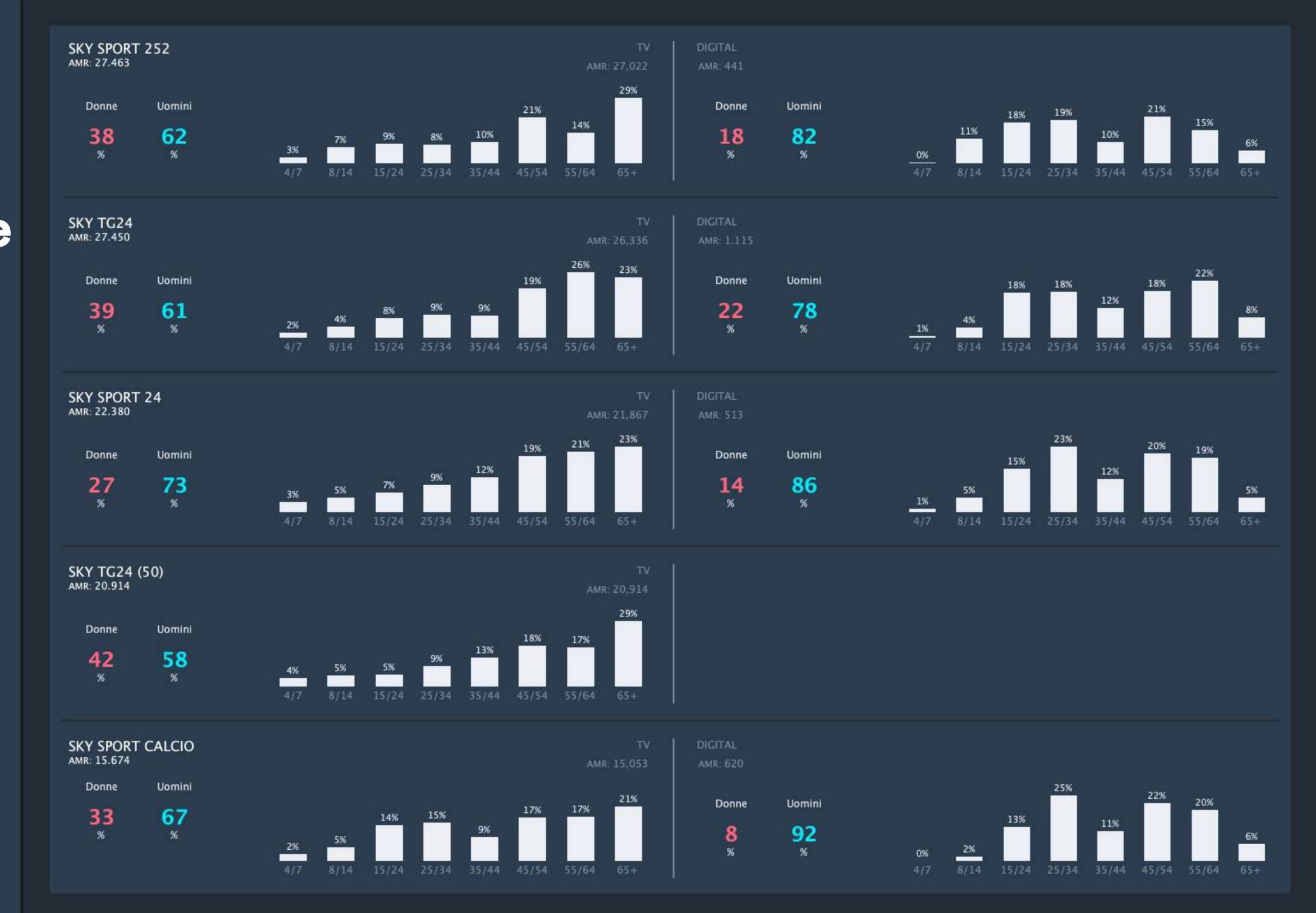




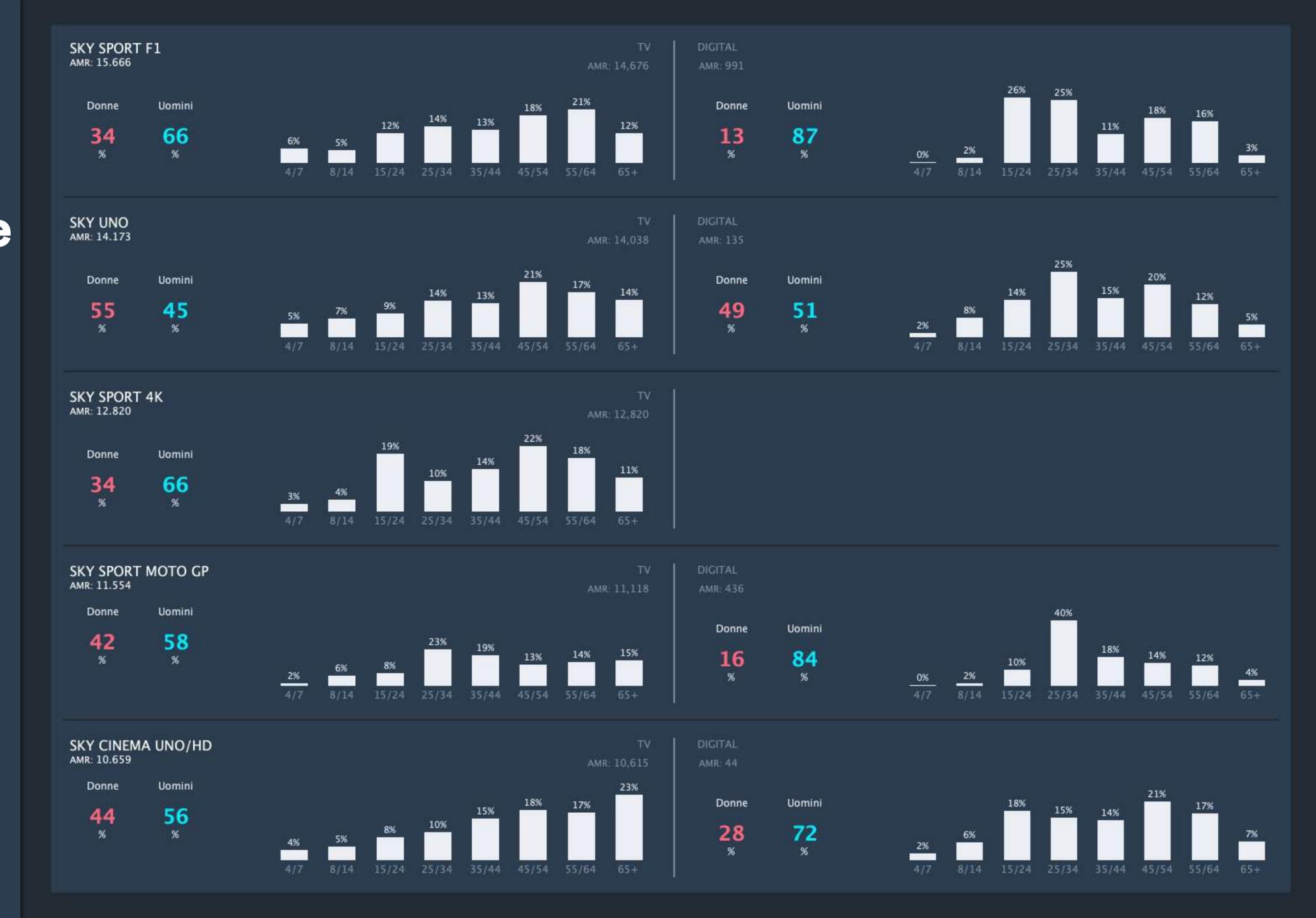






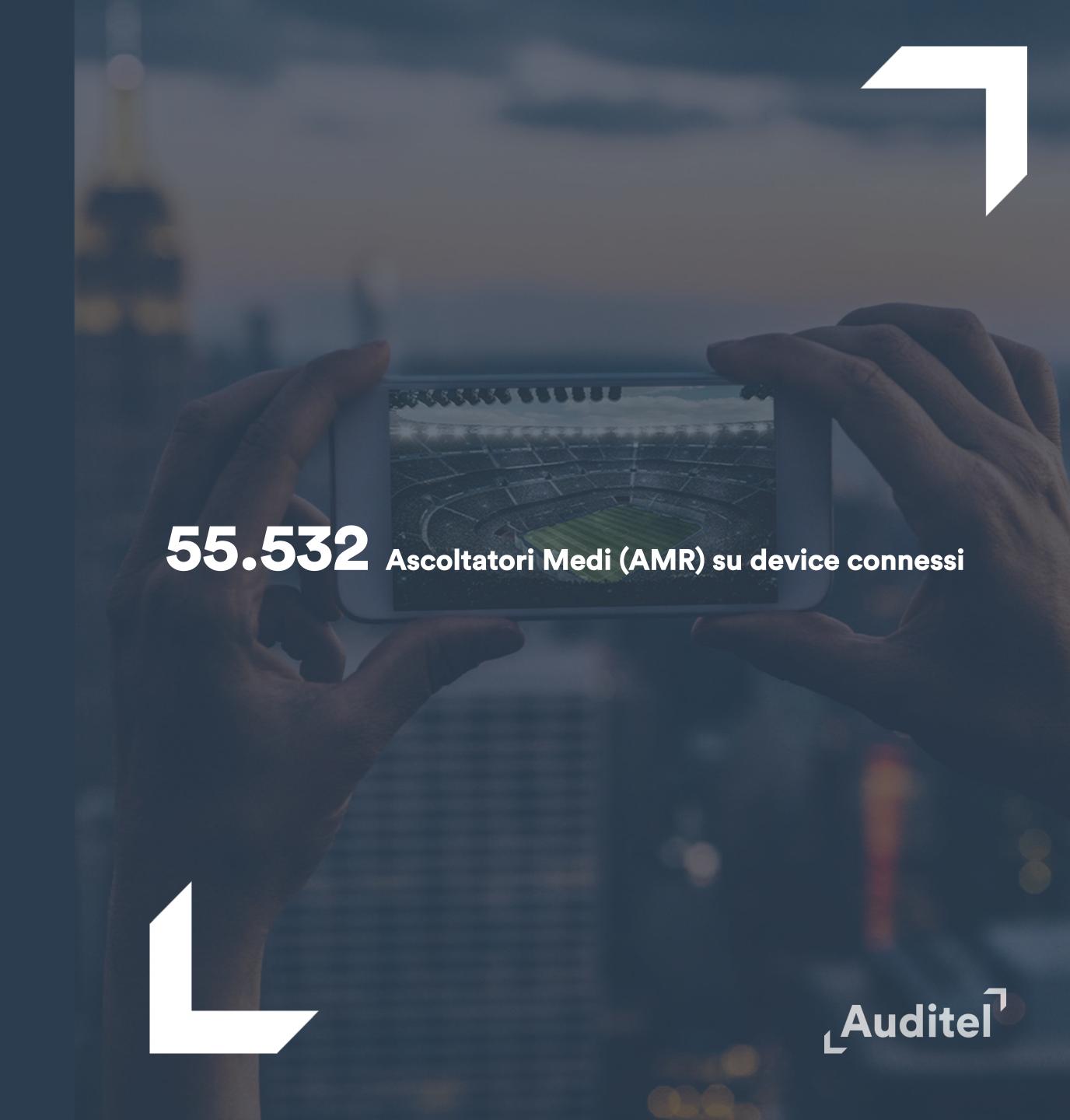






tota audience on demand total cela settimana

totale editori digital



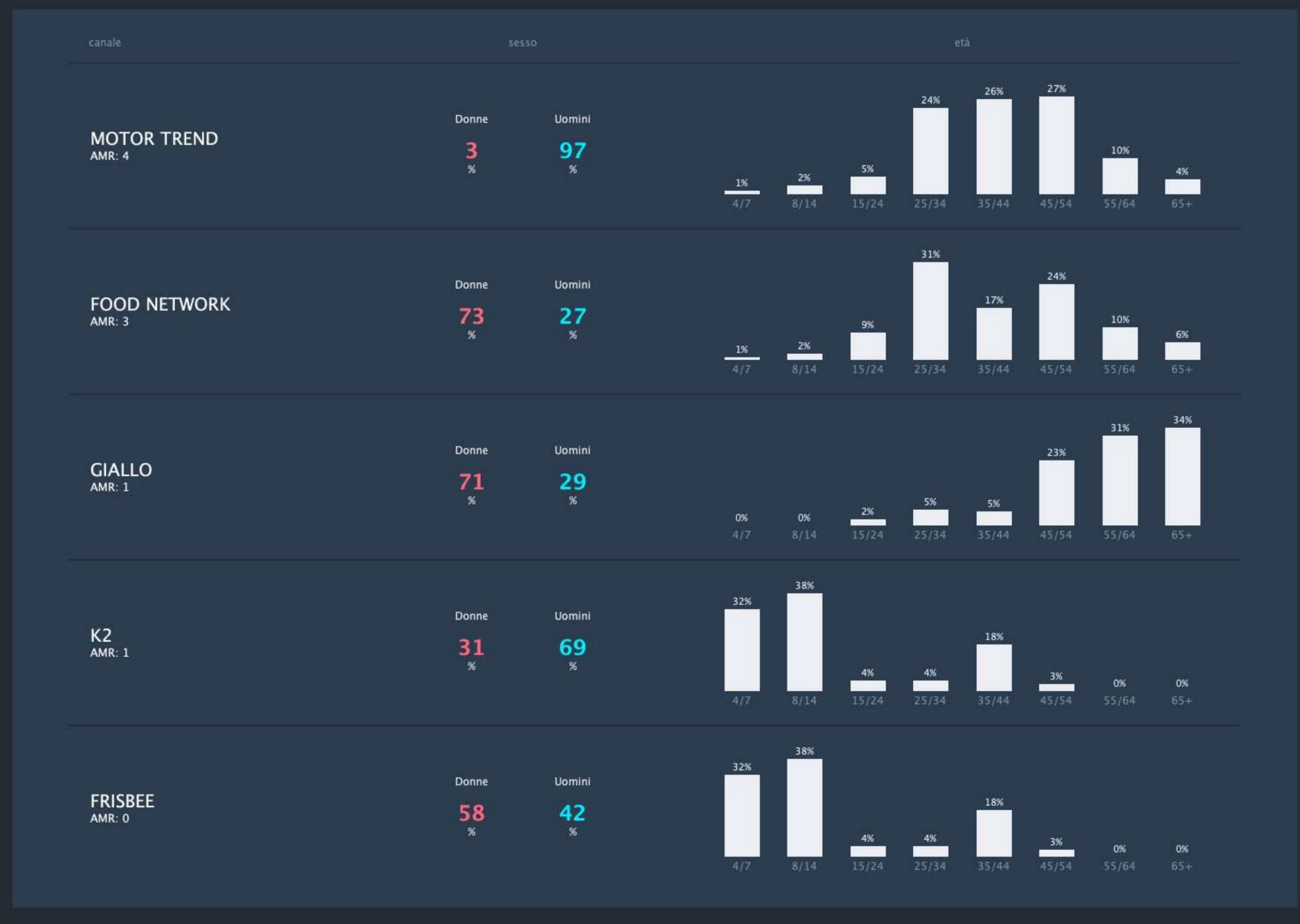
•Discovery ITALIA

Dati relativi alla settimana Auditel:

15 maggio – 21 maggio 2022

canale Donne Uomini Discovery 60 40 AMR: 365 Donne Uomini **REAL TIME** 16 AMR: 101 Uomini Donne NOVE 55 45 AMR: 50 Donne **DMAX** 16 84 11% AMR: 26 25/34 35/44 Donne Uomini **HGTV - HOME & GARDEN** 39 61

•Discovery ITALIA









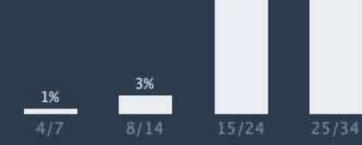
Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio - 21 maggio 2022

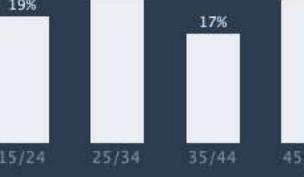
RTI - Mediaset AMR: 24.325

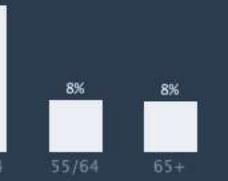
Donne 72

28

Uomini







CANALE 5 AMR: 17.747

Donne 81

19

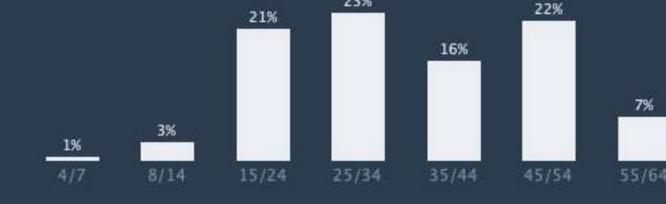
Uomini

59

Uomini

48

Uomini



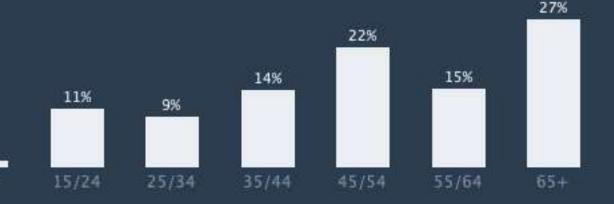
ITALIA 1 AMR: 3.039

Donne 41



RETE 4 AMR: 588

Donne 52



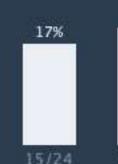
MEDIASET DIGITAL AMR: 561

59

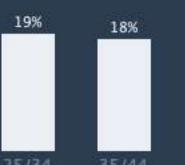
Donne

41



















Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022

canale Donne Uomini RAI 67 33 AMR: 18.798 Uomini RAI 1 23 AMR: 8.460 Uomini RAI 3 59 * 41 AMR: 2.994 Uomini **RAI PREMIUM** 84 16 AMR: 2.410 Uomini RAI 2 53 AMR: 2.323



Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022

Donne Uomini **RAI MOVIE** 35 65 AMR: 471 Donne Uomini RAIPLAY 60 40 AMR: 469 Donne Uomini RAI 4 66 AMR: 364 Donne Uomini **RAI YOYO** 59 41 AMR: 330 8/14 Donne Uomini **RAI GULP** 63 37 AMR: 292



Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022 canale sesso età

RAI 5 AMR: 170 Donne

62

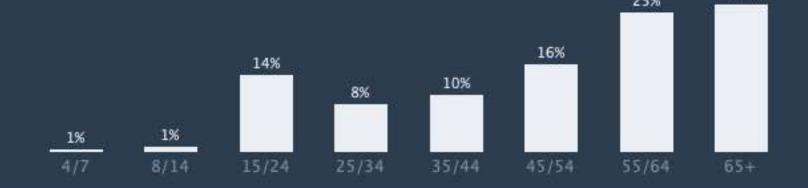
Uomini

15% 17% 19% 11% 10% 10% 17% 4/7 8/14 15/24 25/34 35/44 45/54 55/64 65+

RAI STORIA AMR: 90 Donne

83 *

Uomini

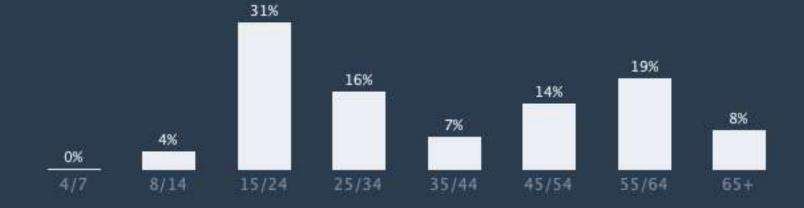


RAI SPORT

Donne

85

Uomini



RAI SCUOLA

Donne

91



Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022

canale

Sky Italia AMR: 11.294

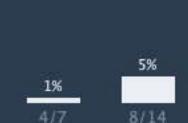
28

Donne

Uomini

72







35/44

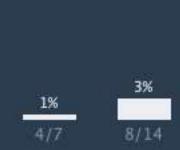


SKY DIGITAL FLUID - SPORT AMR: 1.716

Donne

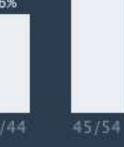
93

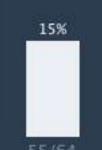
Uomini









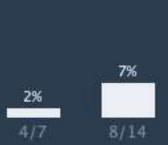


SKY ATLANTIC AMR: 1.664

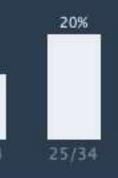
Donne 22

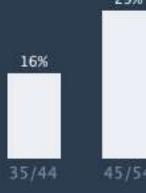
78

Uomini











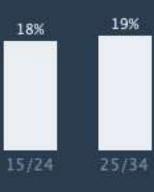
SKY DIGITAL FLUID - NEWS AMR: 1.426

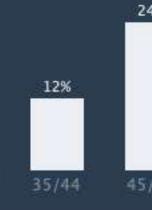
12

Donne

Uomini 88











SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

Donne

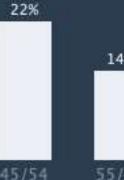
94

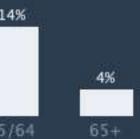














Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022

canale

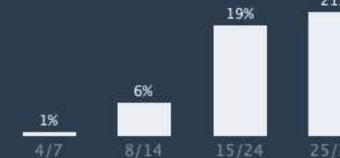
SKY DIGITAL FLUID -**ENTERTAINMENT** AMR: 1.239

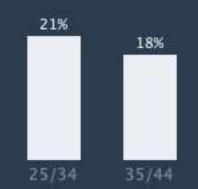
67

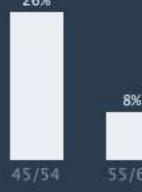
Donne

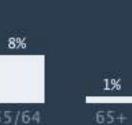
33

Uomini









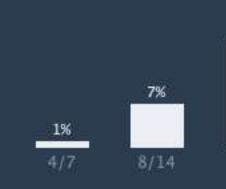
SKY CINEMA VOD AMR: 944

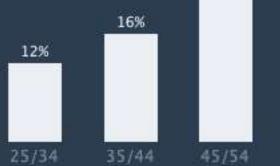
26

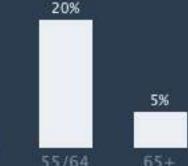
Donne

74

Uomini





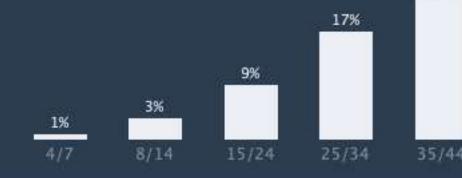


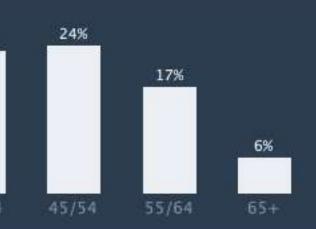
SKY SERIE AMR: 914

Donne 43

57

Uomini

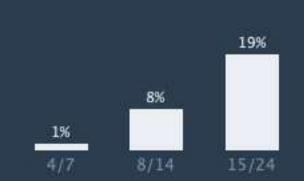


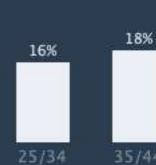


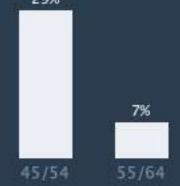
SKY UNO AMR: 605

45

55





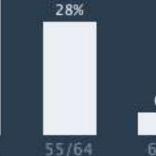


SKY INVESTIGATION AMR: 577

57

Donne

43



sky

Dati relativi alla settimana Auditel: 15 maggio – 21 maggio 2022 canale Donne **Uomini SKY DOCUMENTARIES** 20 80 12% AMR: 82 Donne Uomini TV8 57 43 AMR: 67 Donne Uomini SKY SPORT VOD 93 AMR: 66 Donne Uomini SKY CINEMA DUE +24 78 AMR: 28 Donne Uomini SKY DIGITAL FLUID - CINEMA **E SERIE TV** 72 28 AMR: 23

Informazioni utili note metodologiche FAQ



note metodologiche FAQ

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

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.

note metodologiche FAQ

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.

note metodologiche FAQ

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.

note metodologiche FAQ

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

note metodologiche FAQ

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".



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