



# standard auditel total audience

Report Settimanale

20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

 Auditel

# total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

**9.539.756** ascoltatori medi (AMR)

**1.602.678.968** ore totali (TTS)

**Auditel**

# total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.  
DISCOVERY

## AMR Total Audience

694.906

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

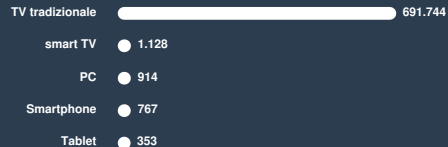
+ 1%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

371.148

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

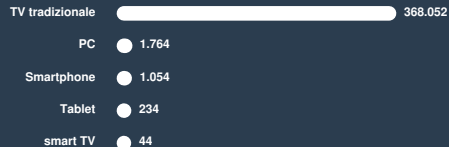
+ 3%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



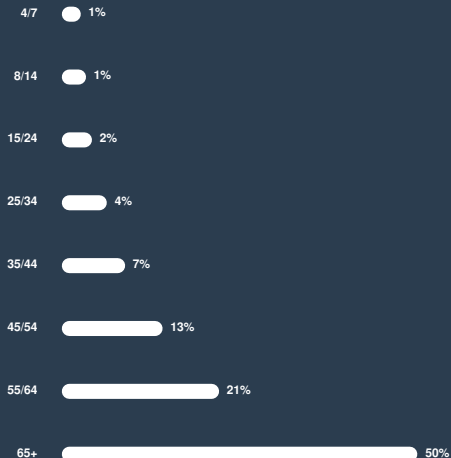
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022



## AMR Total Audience

3.473.787

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

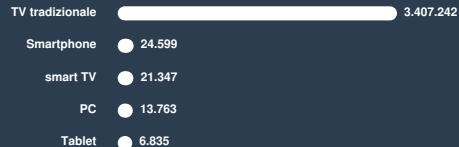
- 1%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

Rai

## AMR Total Audience

3.953.777

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

+ 16%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

sky

## AMR Total Audience

640.596

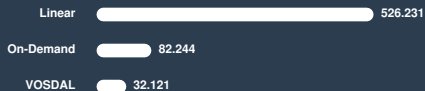
Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 7%

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:**  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

**9.541.093** ascoltatori medi (AMR)

**1.602.903.609** ore totali (TTS)

**Auditel**

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

1.486

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 98%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

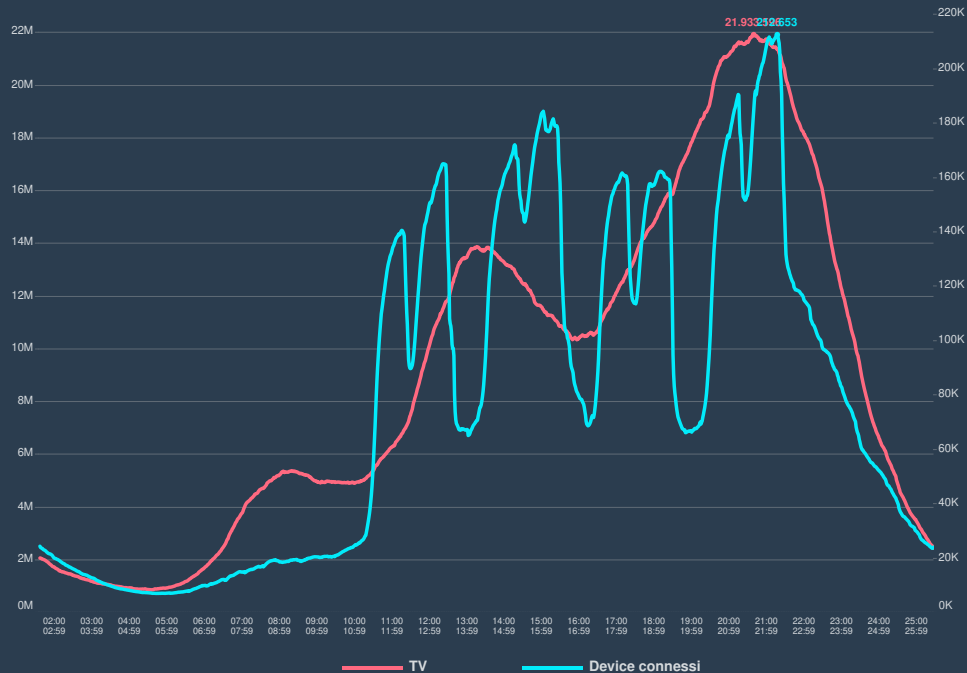
**9.173.531** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

**78.683** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

**Auditel**

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

### Discovery

AMR: 683.371

Donne

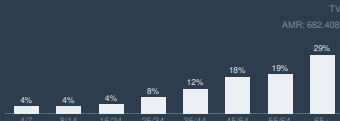
56

%

Uomini

44

%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 963

Donne

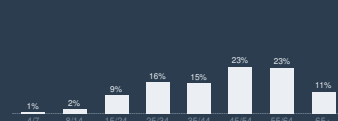
48

%

Uomini

52

%



### NOVE

AMR: 172.879

Donne

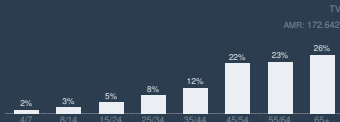
55

%

Uomini

45

%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 237

Donne

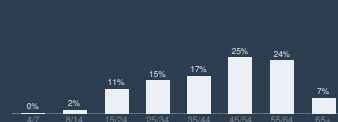
49

%

Uomini

51

%



### REAL TIME

AMR: 123.330

Donne

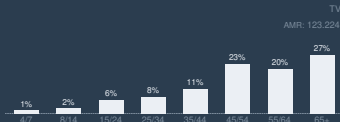
68

%

Uomini

32

%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 105

Donne

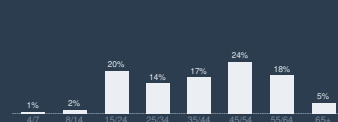
69

%

Uomini

31

%



### GIALLO

AMR: 82.795

Donne

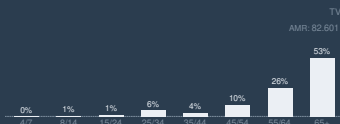
64

%

Uomini

36

%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 194

Donne

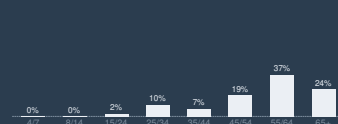
63

%

Uomini

37

%



### DMAX

AMR: 69.072

Donne

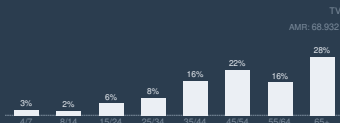
40

%

Uomini

60

%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 140

Donne

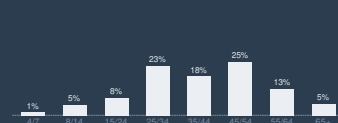
25

%

Uomini

75

%



total  
audience  
linear

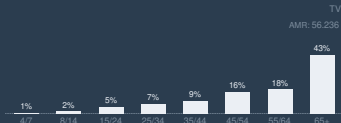
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

FOOD NETWORK  
AMR: 56.256

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



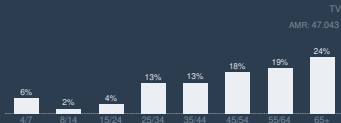
DEVICE CONNESSI  
AMR: 19

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



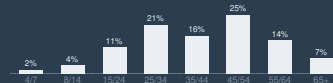
MOTOR TREND  
AMR: 47.121

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



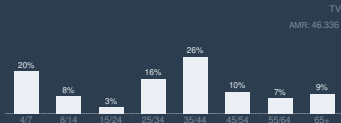
DEVICE CONNESSI  
AMR: 78

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



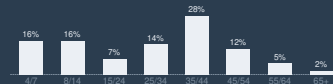
FRISBEE  
AMR: 46.342

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



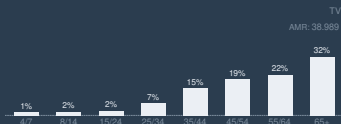
DEVICE CONNESSI  
AMR: 6

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



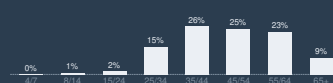
HGTV - HOME & GARDEN  
AMR: 39.020

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



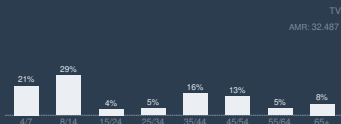
DEVICE CONNESSI  
AMR: 32

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



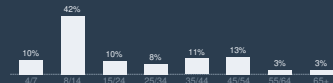
K2  
AMR: 32.498

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 11

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



# total audience linear

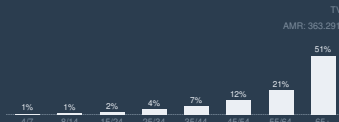
## composizione ascolto per editore per target



**La7**  
AMR: 365.492

Donne  
**53**  
%

Uomini  
**47**  
%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.201

Donne  
**42**  
%

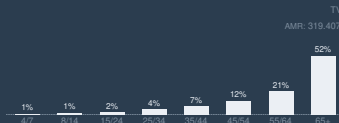
Uomini  
**58**  
%



**LA7**  
AMR: 321.608

Donne  
**51**  
%

Uomini  
**49**  
%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.201

Donne  
**42**  
%

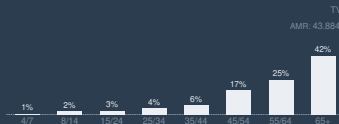
Uomini  
**58**  
%



**LA7D**  
AMR: 43.884

Donne  
**71**  
%

Uomini  
**29**  
%



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target

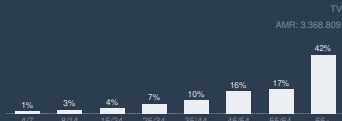


Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

### RTI - Mediaset

AMR: 3.388.550

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 19.741

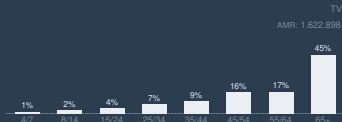
Donne **57**%  
Uomini **43**%



### CANALE 5

AMR: 1.629.505

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 6.608

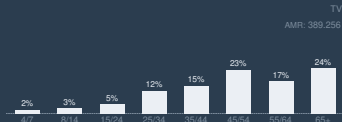
Donne **68**%  
Uomini **32**%



### ITALIA 1

AMR: 390.925

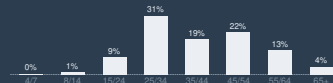
Donne **52**%  
Uomini **48**%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.669

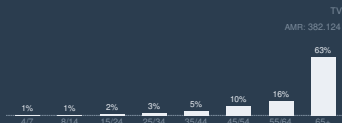
Donne **42**%  
Uomini **58**%



### RETE 4

AMR: 383.175

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.052

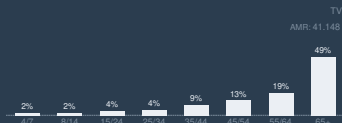
Donne **55**%  
Uomini **45**%



### TGCOM 24

AMR: 43.836

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 2.688

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



**total  
audience  
linear**

**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**

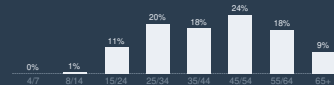


Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

MEDIASET DIGITAL  
AMR: 5.357

DEVICE CONNESSI  
AMR: 5.357

| Donne | Uomini |
|-------|--------|
| 62    | 38     |
| %     | %      |



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

### RAI

AMR: 3.861.321

Donne

**53**  
%

Uomini

**47**  
%



TV  
AMR: 3.812.768

DEVICE CONNESSI  
AMR: 48.553

Donne

**25**  
%

Uomini

**75**  
%



### RAI 1

AMR: 1.724.823

Donne

**54**  
%

Uomini

**46**  
%



TV  
AMR: 1.708.575

DEVICE CONNESSI  
AMR: 16.248

Donne

**28**  
%

Uomini

**72**  
%



### RAI 2

AMR: 796.882

Donne

**43**  
%

Uomini

**57**  
%



TV  
AMR: 772.604

DEVICE CONNESSI  
AMR: 24.279

Donne

**15**  
%

Uomini

**85**  
%



### RAI 3

AMR: 724.626

Donne

**57**  
%

Uomini

**43**  
%



TV  
AMR: 722.650

DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.976

Donne

**57**  
%

Uomini

**43**  
%



### RAI PREMIUM

AMR: 168.301

Donne

**68**  
%

Uomini

**32**  
%



TV  
AMR: 167.988

DEVICE CONNESSI  
AMR: 312

Donne

**78**  
%

Uomini

**22**  
%



total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

RAI 4  
AMR: 120.611

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 454

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



RAI MOVIE  
AMR: 98.089

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



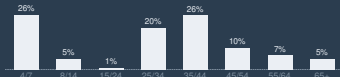
DEVICE CONNESSI  
AMR: 250

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



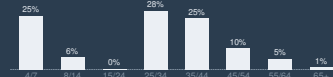
RAI YOYO  
AMR: 72.276

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 59

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



RAI NEWS 24  
AMR: 52.437

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.157

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



RAI SPORT  
AMR: 39.739

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 785

Donne **23**%  
Uomini **77**%



total  
audience  
linear

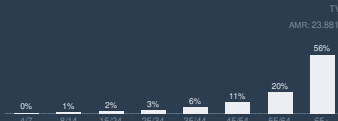
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

RAI 5  
AMR: 23.971

Donne 52%  
Uomini 48%



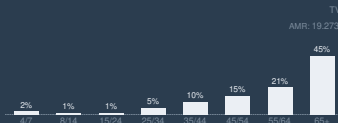
DEVICE CONNESSI

Donne 46%  
Uomini 54%



RAI STORIA  
AMR: 19.410

Donne 40%  
Uomini 60%



DEVICE CONNESSI

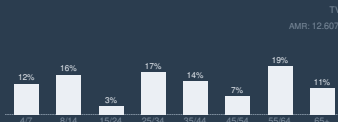
AMR: 137

Donne 34%  
Uomini 66%



RAI GULP  
AMR: 12.624

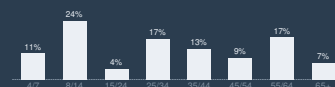
Donne 52%  
Uomini 48%



DEVICE CONNESSI

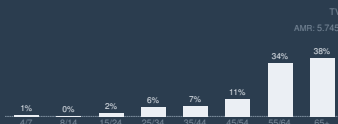
AMR: 17

Donne 42%  
Uomini 58%



RAI SCUOLA  
AMR: 5.789

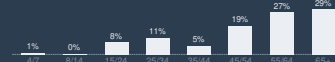
Donne 34%  
Uomini 66%



DEVICE CONNESSI

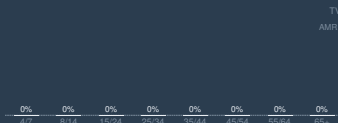
AMR: 44

Donne 21%  
Uomini 79%



RAIPLAY  
AMR: 1.174

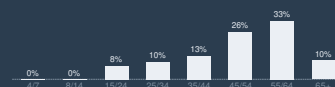
Donne %  
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.174

Donne 48%  
Uomini 52%



# total audience linear

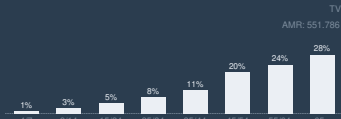
## composizione ascolto per editore per target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

### Sky Italia AMR: 559.011

Donne **50**%  
Uomini **50**%



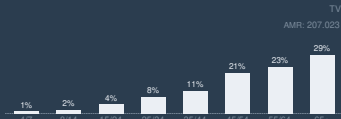
### DEVICE CONNESSI AMR: 7.225

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



### TV8 AMR: 207.807

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



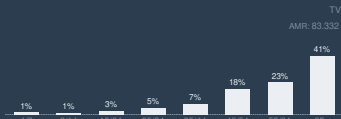
### DEVICE CONNESSI AMR: 784

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



### CIELO AMR: 83.475

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



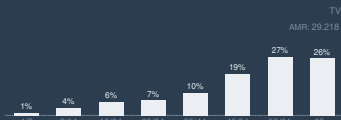
### DEVICE CONNESSI AMR: 143

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



### SKY TG24 AMR: 30.205

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



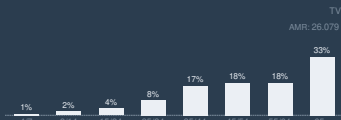
### DEVICE CONNESSI AMR: 987

Donne **29**%  
Uomini **71**%



### SKY TG24 (50) AMR: 26.079

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



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne **%**  
Uomini **%**



# total audience linear

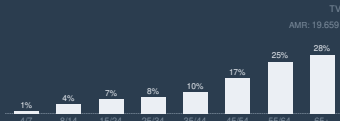
## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

SKY SPORT UNO  
AMR: 21.751

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



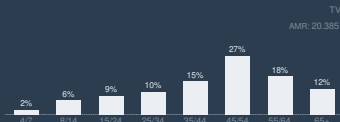
DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.093

Donne **14**%  
Uomini **86**%



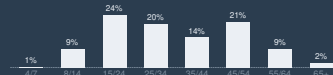
SKY UNO  
AMR: 21.102

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



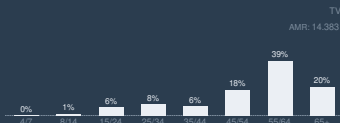
DEVICE CONNESSI  
AMR: 717

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



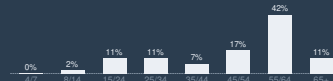
SKY INVESTIGATION  
AMR: 14.464

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



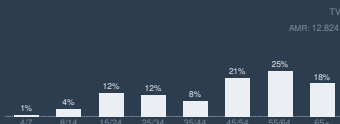
DEVICE CONNESSI  
AMR: 81

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



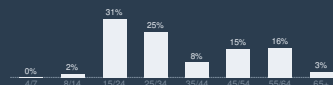
SKY SPORT F1  
AMR: 13.778

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



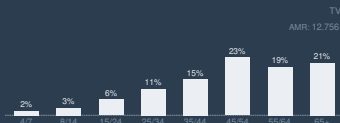
DEVICE CONNESSI  
AMR: 954

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



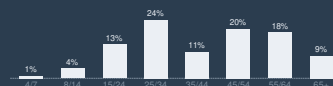
SKY SPORT 24  
AMR: 13.062

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 306

Donne **21**%  
Uomini **79**%



total  
audience  
linear

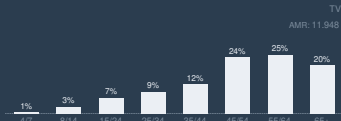
composizione  
ascolto per  
editore per  
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

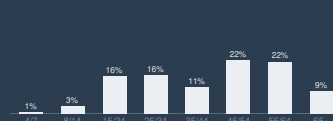
SKY CINEMA UNO/HD  
AMR: 11.996

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



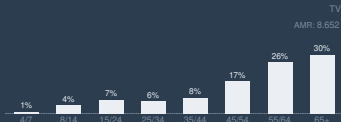
DEVICE CONNESSI  
AMR: 48

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



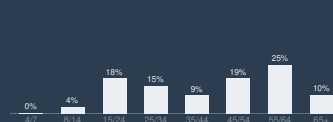
SKY SPORT TENNIS  
AMR: 8.976

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



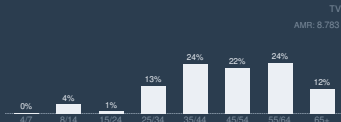
DEVICE CONNESSI  
AMR: 324

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



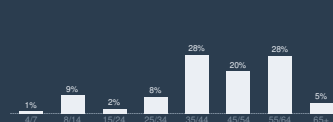
SKY SERIE +1  
AMR: 8.797

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



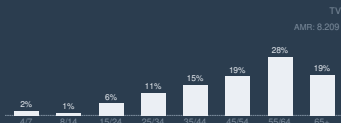
DEVICE CONNESSI  
AMR: 14

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



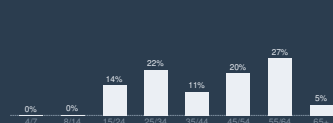
SKY CINEMA ACTION  
AMR: 8.252

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



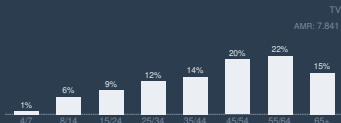
DEVICE CONNESSI  
AMR: 43

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



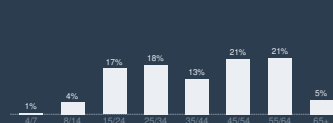
SKY UNO +1  
AMR: 7.848

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 8

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



# 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:**

20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

**9.173.531** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

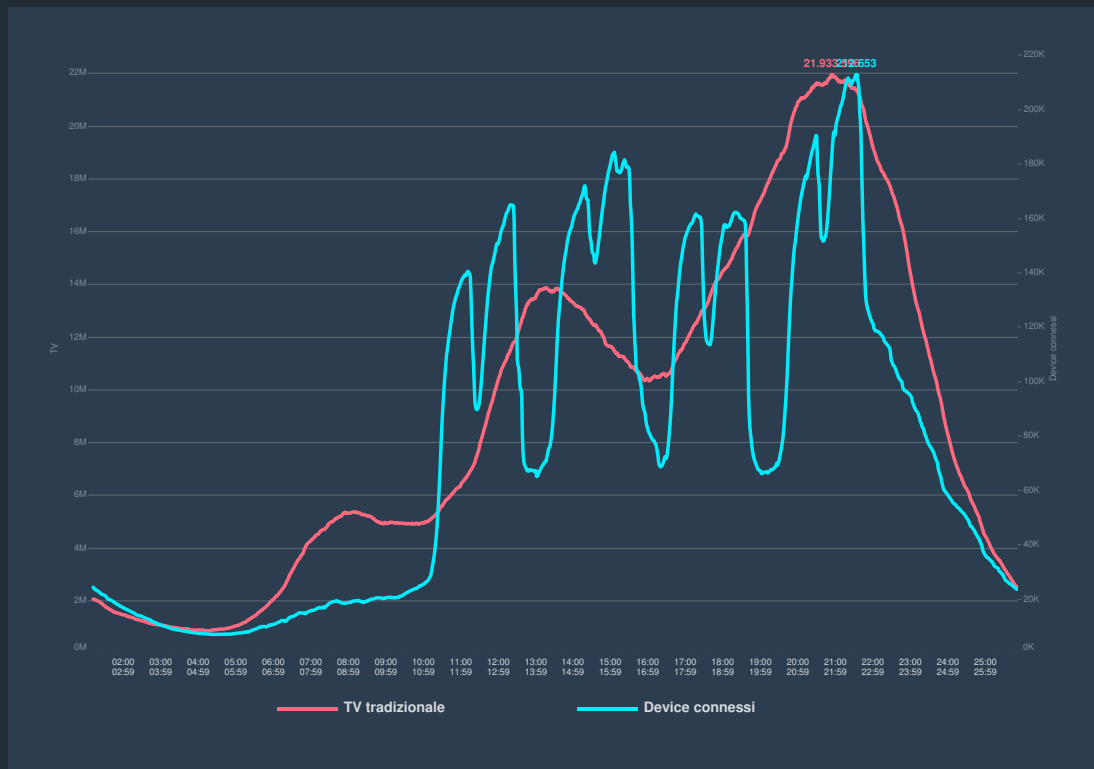
**78.683** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

**Auditel**

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

### DAZN AMR: 107

Donne  
45  
%

Uomini  
55  
%



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne  
%

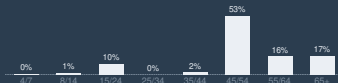
Uomini  
%



### ZONA DAZN AMR: 96

Donne  
47  
%

Uomini  
53  
%



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



### ZONA DAZN 2 AMR: 8

Donne  
39  
%

Uomini  
61  
%



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



### ZONA DAZN 3 AMR: 2

Donne  
%

Uomini  
100  
%



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne  
%

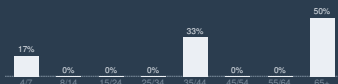
Uomini  
%



### ZONA DAZN 5 AMR: 1

Donne  
39  
%

Uomini  
61  
%



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

ZONA DAZN 4  
AMR: 1

Donne  
61  
%

Uomini  
39  
%



TV  
AMR: 1

DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

**total  
audience  
linear**  
**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

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

**Dati relativi alla settimana Auditel:**

20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

**120.419** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

**Auditel**

# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

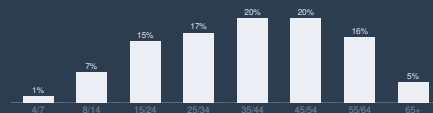
seesso

età

**DAZN**  
AMR: 1.337

Donne  
**7**  
%

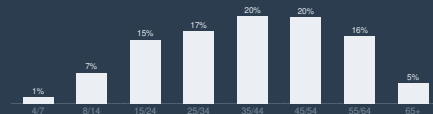
Uomini  
**93**  
%



**DAZN VOD**  
AMR: 1.337

Donne  
**7**  
%

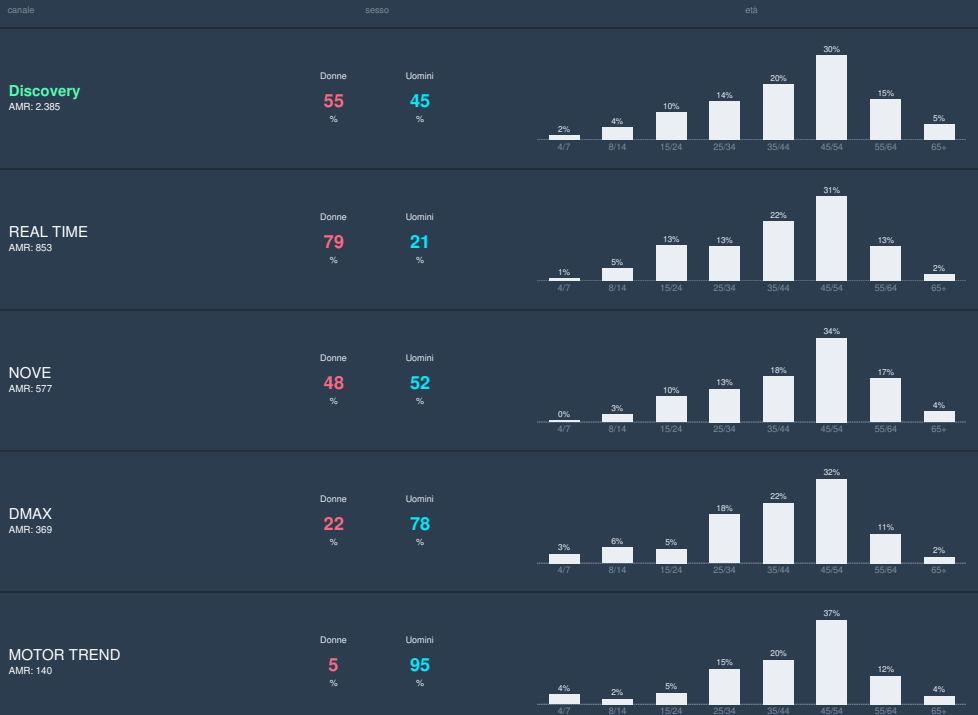
Uomini  
**93**  
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022







# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

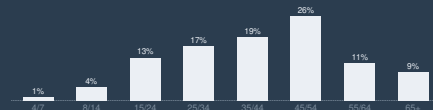
seesso

età

**RTI - Mediaset**  
AMR: 49.438

Donne  
**71**  
%

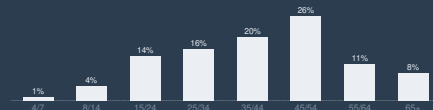
Uomini  
**29**  
%



**CANALE 5**  
AMR: 39.113

Donne  
**77**  
%

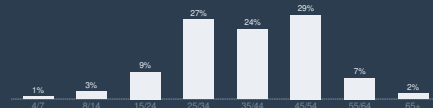
Uomini  
**23**  
%



**ITALIA 1**  
AMR: 4.421

Donne  
**45**  
%

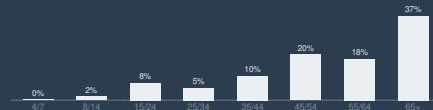
Uomini  
**55**  
%



**RETE 4**  
AMR: 1.361

Donne  
**63**  
%

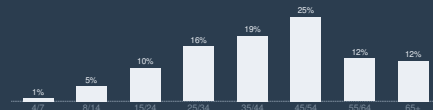
Uomini  
**37**  
%



**MEDIASET DIGITAL**  
AMR: 680

Donne  
**62**  
%

Uomini  
**38**  
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

seesso

età

TGCOM 24  
AMR: 519

Donne

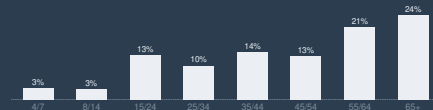
30

%

Uomini

70

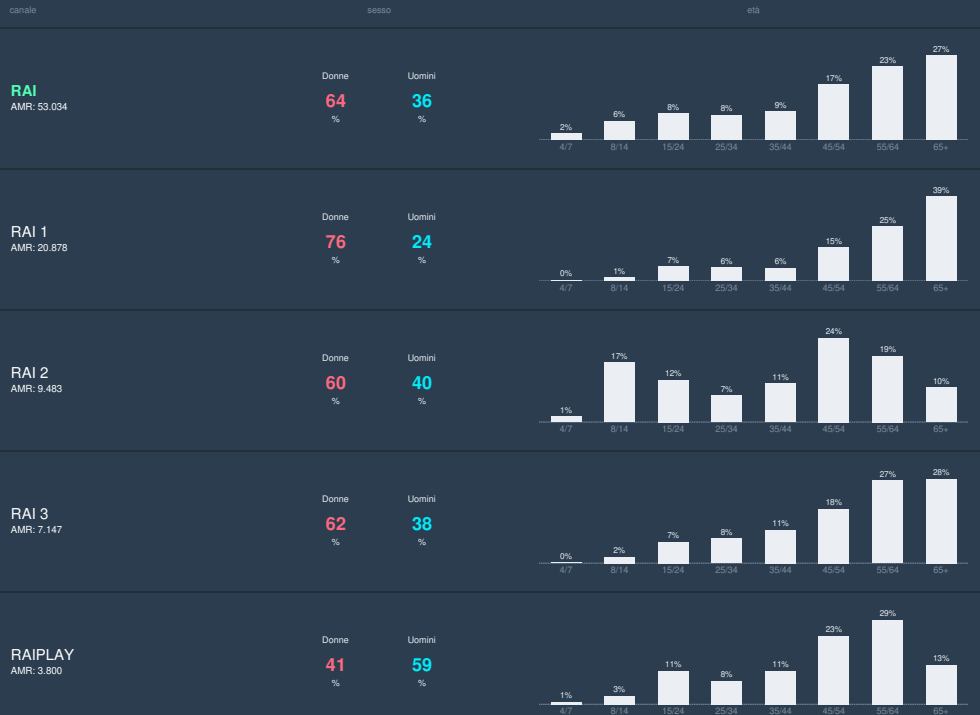
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

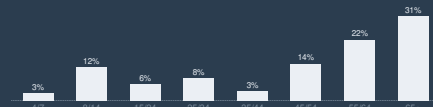
seesso

età

RAI PREMIUM  
AMR: 3.779

Donne  
**81**  
%

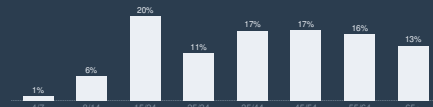
Uomini  
**19**  
%



RAI SPORT  
AMR: 2.220

Donne  
**16**  
%

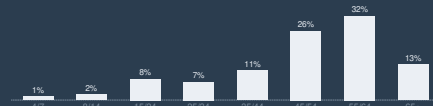
Uomini  
**84**  
%



RAI 4  
AMR: 1.506

Donne  
**46**  
%

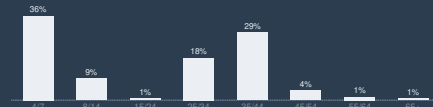
Uomini  
**54**  
%



RAI YOYO  
AMR: 1.189

Donne  
**64**  
%

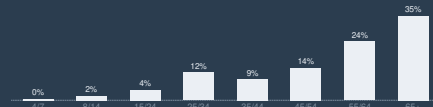
Uomini  
**36**  
%



RAI MOVIE  
AMR: 1.094

Donne  
**42**  
%

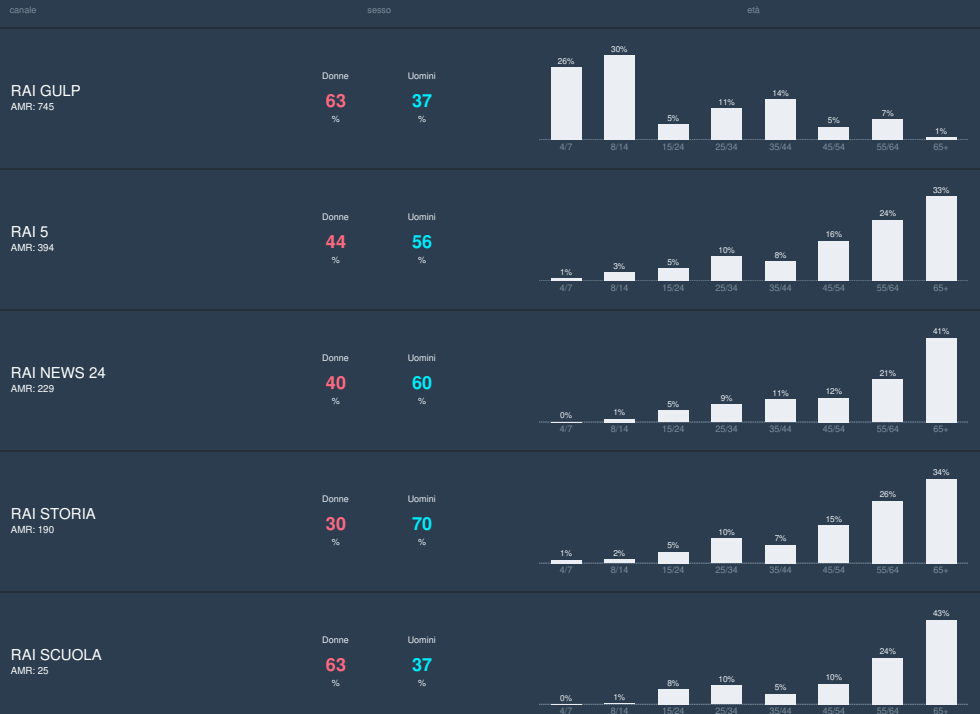
Uomini  
**58**  
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

seesso

età

**Sky Italia**

AMR: 12.873

Donne

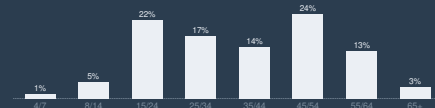
**30**

%

Uomini

**70**

%



**SKY DIGITAL FLUID - ENTERTAINMENT**

AMR: 2.160

Donne

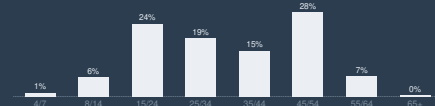
**52**

%

Uomini

**48**

%



**SKY DIGITAL FLUID - NEWS**

AMR: 1.921

Donne

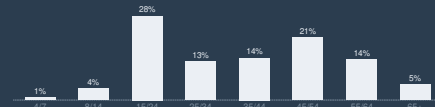
**21**

%

Uomini

**79**

%



**SKY ATLANTIC**

AMR: 1.586

Donne

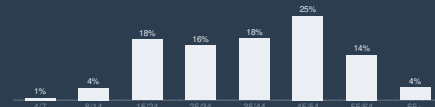
**31**

%

Uomini

**69**

%



**SKY DIGITAL FLUID - SPORT**

AMR: 1.582

Donne

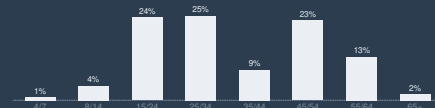
**9**

%

Uomini

**91**

%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

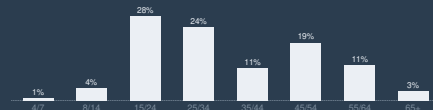
seesso

età

SKY DIGITAL FLUID - CALCIO  
AMR: 1.278

Donne  
**7**  
%

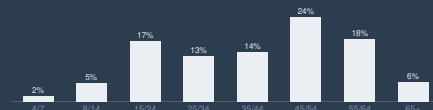
Uomini  
**93**  
%



SKY CINEMA VOD  
AMR: 903

Donne  
**33**  
%

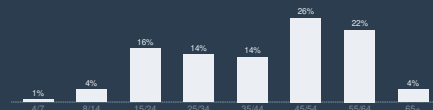
Uomini  
**67**  
%



SKY INVESTIGATION  
AMR: 845

Donne  
**44**  
%

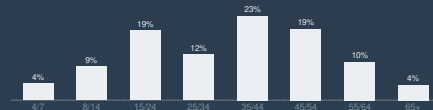
Uomini  
**56**  
%



SKY UNO  
AMR: 775

Donne  
**44**  
%

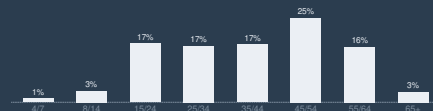
Uomini  
**56**  
%



SKY SERIE  
AMR: 693

Donne  
**40**  
%

Uomini  
**60**  
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
20 novembre 2022 - 26 novembre 2022

canale

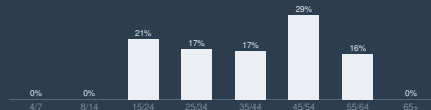
seesso

età

SKY DOCUMENTARIES  
AMR: 103

Donne  
**16**  
%

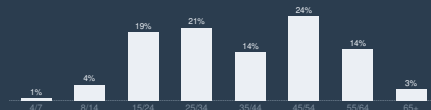
Uomini  
**84**  
%



SKY SPORT VOD  
AMR: 93

Donne  
**18**  
%

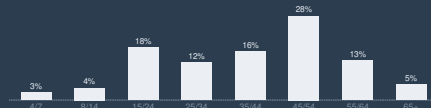
Uomini  
**82**  
%



TV8  
AMR: 56

Donne  
**49**  
%

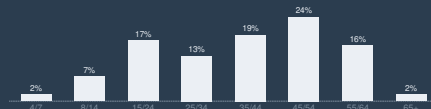
Uomini  
**51**  
%



SKY DIGITAL FLUID - CINEMA  
E SERIE TV  
AMR: 43

Donne  
**33**  
%

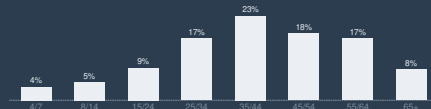
Uomini  
**67**  
%



SKY NATURE  
AMR: 18

Donne  
**21**  
%

Uomini  
**79**  
%



# 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](http://www.auditel.it)

Per maggiori informazioni  
mail: [auditel@auditel.it](mailto: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):

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

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](http://www.auditel.it)

**Per maggiori informazioni**  
mail: [auditel@auditel.it](mailto: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](http://www.auditel.it)

**Per maggiori informazioni**  
mail: [auditel@auditel.it](mailto: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](http://www.auditel.it)  
Tutti i diritti riservati. Copyright © 2022  
RST Milano 235357/6309/7  
CCIAA Milano 1164218  
PI 07483650151

**mail: [auditel@auditel.it](mailto:auditel@auditel.it)**  
**tel: +39 02 5829861 - fax: +39 02 58298632**