



standard auditel total audience

Report Settimanale

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

9.599.849 ascoltatori medi (AMR)

1.612.774.652 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

711.828

Ascoltatori medi

Andamento AMR

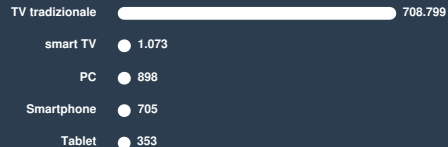
+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



AMR Total Audience

366.515

Ascoltatori medi

Andamento AMR

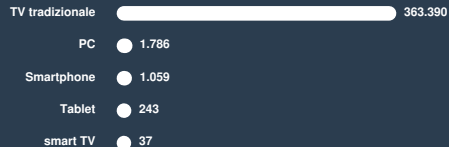
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



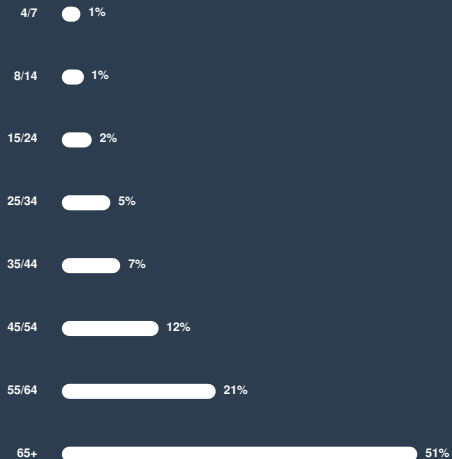
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

3.496.604

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



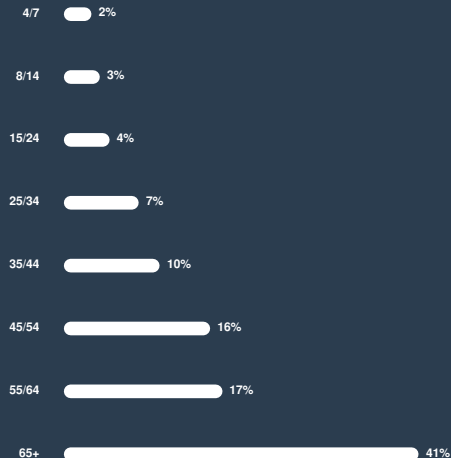
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

Rai

AMR Total Audience

3.869.963

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

sky

AMR Total Audience

716.001

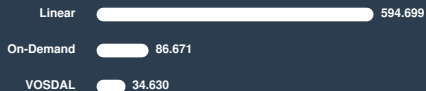
Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 15%

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:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

9.601.649 ascoltatori medi (AMR)

1.613.077.011 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

1.924

Ascoltatori medi

Andamento AMR

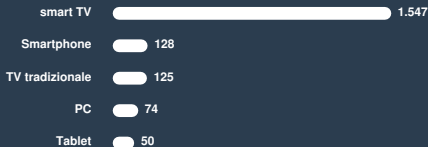
+ 40%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



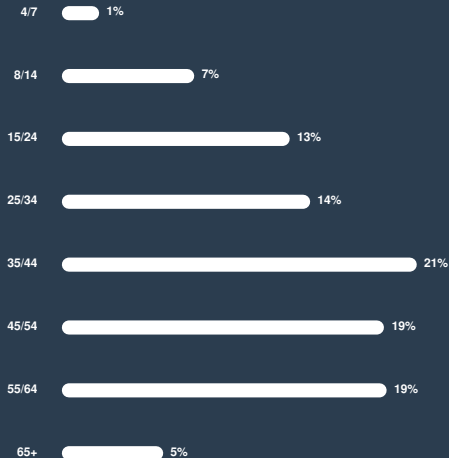
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

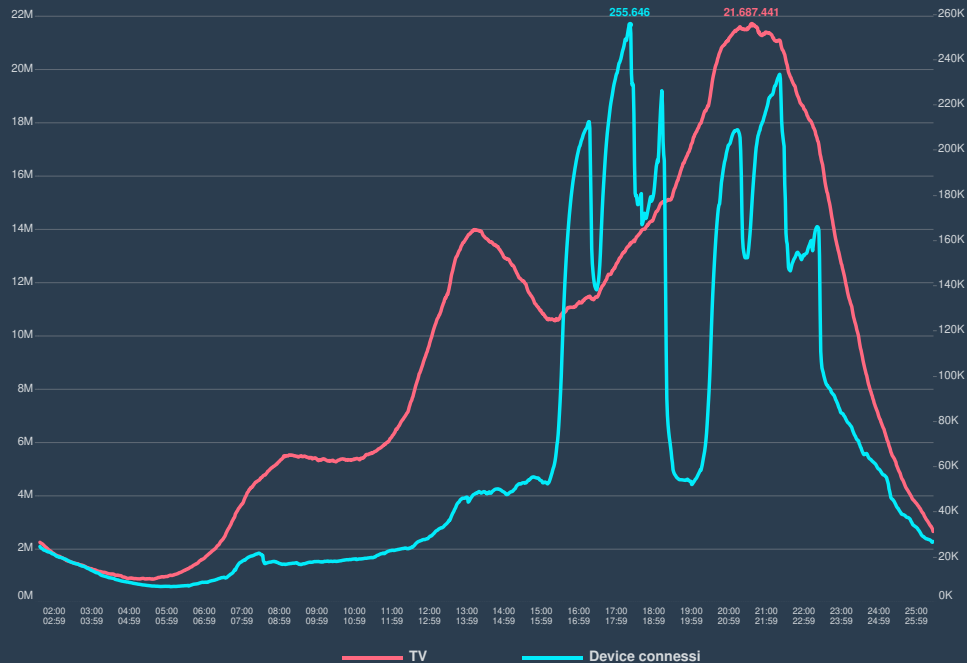
9.213.454 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

70.009 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

total audience linear

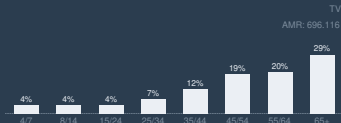
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

Discovery AMR: 697.054

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



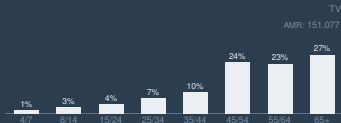
DEVICE CONNESSI AMR: 937

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



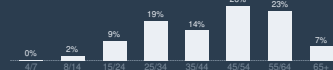
NOVE AMR: 151.291

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



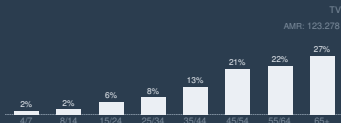
DEVICE CONNESSI AMR: 214

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



REAL TIME AMR: 123.372

Donne **67**%
Uomini **33**%



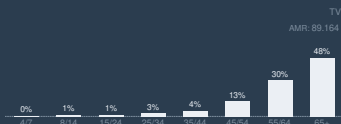
DEVICE CONNESSI AMR: 94

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



GIALLO AMR: 89.370

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



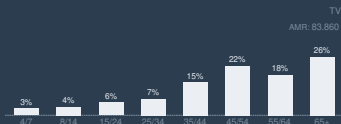
DEVICE CONNESSI AMR: 206

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



DMAX AMR: 83.996

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



DEVICE CONNESSI AMR: 136

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



total audience linear

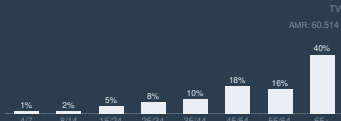
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

FOOD NETWORK
AMR: 60.535

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



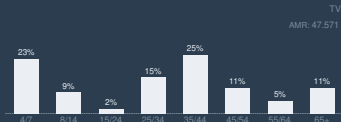
DEVICE CONNESSI
AMR: 21

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



FRISBEE
AMR: 47.577

Donne **67**%
Uomini **33**%



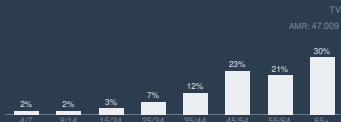
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



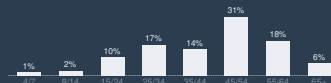
MOTOR TREND
AMR: 47.088

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



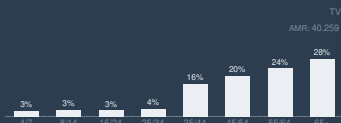
DEVICE CONNESSI
AMR: 79

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



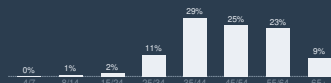
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 40.289

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



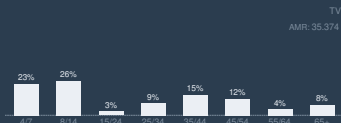
DEVICE CONNESSI
AMR: 29

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



K2
AMR: 35.385

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 12

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



total
audience
linear

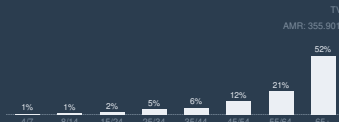
composizione
ascolto per
editore per
target



La7
AMR: 357.768

Donne
53
%

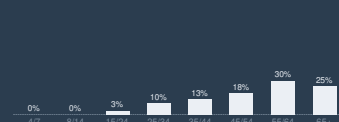
Uomini
47
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.867

Donne
40
%

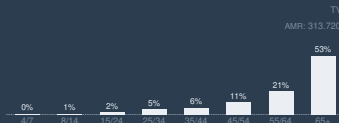
Uomini
60
%



LA7
AMR: 315.587

Donne
50
%

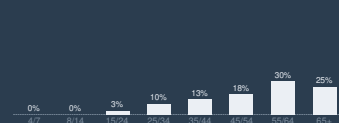
Uomini
50
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.867

Donne
40
%

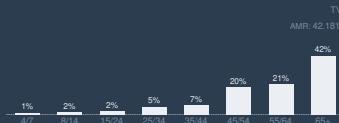
Uomini
60
%



LA7D
AMR: 42.181

Donne
69
%

Uomini
31
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

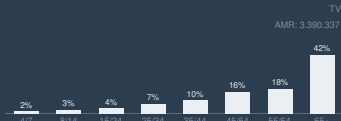


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

RTI - Mediaset

AMR: 3.409.612

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 19.276

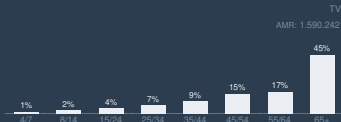
Donne **57**%
Uomini **43**%



CANALE 5

AMR: 1.596.552

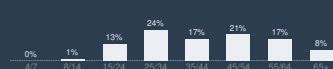
Donne **63**%
Uomini **37**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 6.310

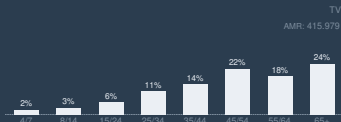
Donne **67**%
Uomini **33**%



ITALIA 1

AMR: 417.612

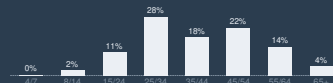
Donne **53**%
Uomini **47**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.633

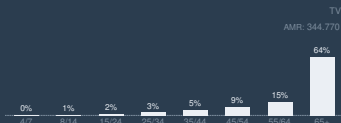
Donne **43**%
Uomini **57**%



RETE 4

AMR: 345.656

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 886

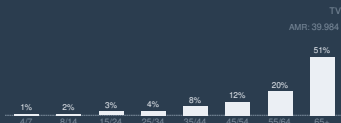
Donne **57**%
Uomini **43**%



TGCOM 24

AMR: 42.336

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.352

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

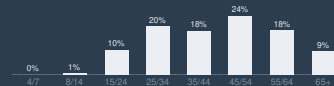


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

MEDIASET DIGITAL
AMR: 5.684

DEVICE CONNESSI
AMR: 5.684

Donne	Uomini
63	37
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

RAI

AMR: 3.769.398

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 3.726.325

DEVICE CONNESSI
AMR: 43.073

Donne

27
%

Uomini

73
%



RAI 1

AMR: 1.946.635

Donne

50
%

Uomini

50
%



TV
AMR: 1.911.300

DEVICE CONNESSI
AMR: 35.335

Donne

22
%

Uomini

78
%



RAI 3

AMR: 728.855

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV
AMR: 727.043

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.812

Donne

55
%

Uomini

45
%



RAI 2

AMR: 463.394

Donne

59
%

Uomini

41
%



TV
AMR: 462.167

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.226

Donne

57
%

Uomini

43
%



RAI PREMIUM

AMR: 152.137

Donne

67
%

Uomini

33
%



TV
AMR: 151.829

DEVICE CONNESSI
AMR: 308

Donne

79
%

Uomini

21
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

RAI 4
AMR: 131.636

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 506

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



RAI MOVIE
AMR: 110.085

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



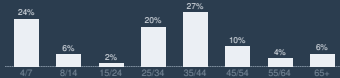
DEVICE CONNESSI
AMR: 322

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



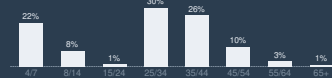
RAI YOYO
AMR: 72.608

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



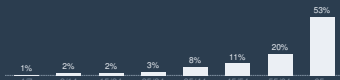
DEVICE CONNESSI
AMR: 61

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



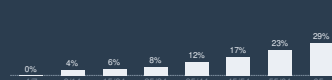
RAI NEWS 24
AMR: 51.923

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



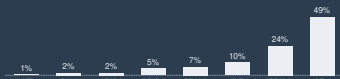
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.665

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



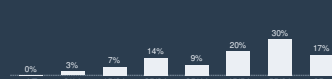
RAI SPORT
AMR: 40.988

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 290

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



total
audience
linear

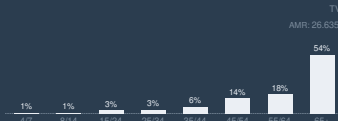
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

RAI 5
AMR: 26.731

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



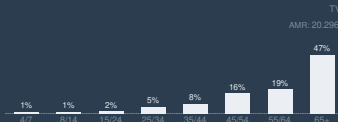
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 20.439

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



DEVICE CONNESSI

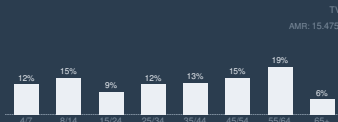
AMR: 144

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



RAI GULP
AMR: 15.494

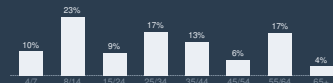
Donne **52**%
Uomini **48**%



DEVICE CONNESSI

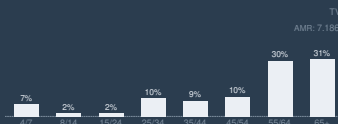
AMR: 19

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



RAI SCUOLA
AMR: 7.233

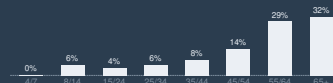
Donne **41**%
Uomini **59**%



DEVICE CONNESSI

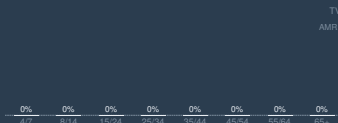
AMR: 48

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



RAIPLAY
AMR: 791

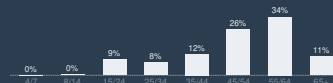
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 791

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



total
audience
linear

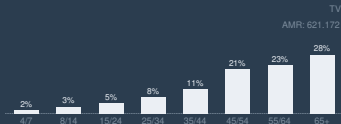
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

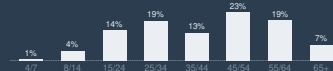
Sky Italia
AMR: 626.028

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



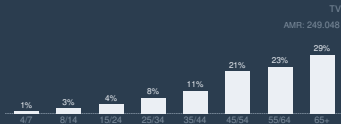
DEVICE CONNESSI
AMR: 4.856

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



TV8
AMR: 249.837

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



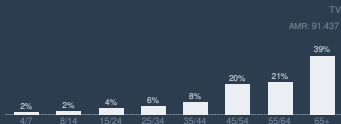
DEVICE CONNESSI
AMR: 789

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



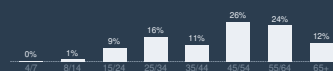
CIELO
AMR: 91.575

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



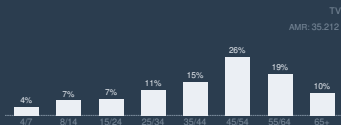
DEVICE CONNESSI
AMR: 138

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



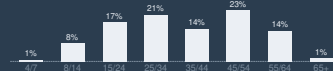
SKY UNO
AMR: 36.226

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



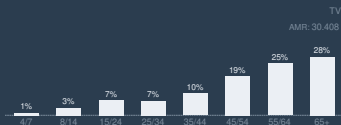
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.014

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



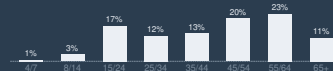
SKY TG24
AMR: 31.184

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 777

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



total
audience
linear

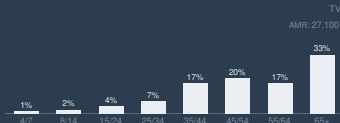
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

SKY TG24 (50)
AMR: 27.100

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



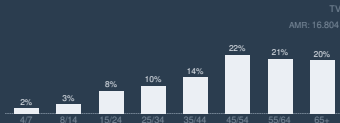
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



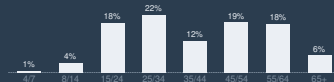
SKY SPORT 24
AMR: 17.131

Donne **33**%
Uomini **67**%



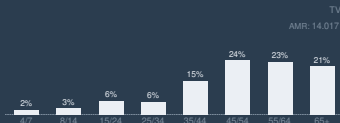
DEVICE CONNESSI
AMR: 327

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



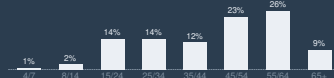
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 14.081

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



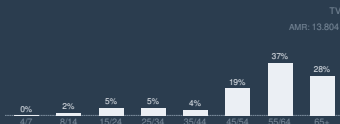
DEVICE CONNESSI
AMR: 64

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



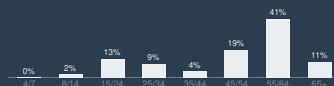
SKY INVESTIGATION
AMR: 13.883

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



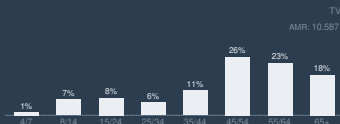
DEVICE CONNESSI
AMR: 79

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



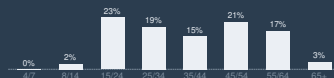
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 10.622

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 35

Donne **33**%
Uomini **67**%



total audience linear

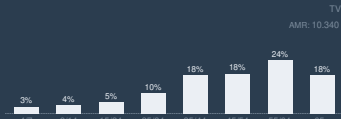
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

SKY CINEMA ACTION AMR: 10.388

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



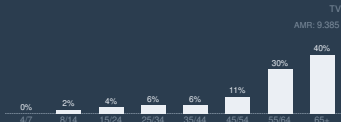
DEVICE CONNESSI AMR: 49

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



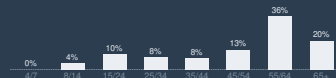
SKY INVESTIGATION +1 AMR: 9.394

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



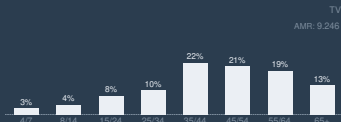
DEVICE CONNESSI AMR: 8

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



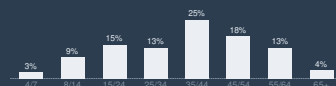
SKY SERIE +1 AMR: 9.258

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



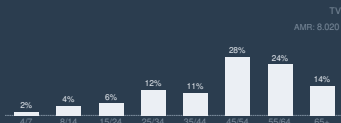
DEVICE CONNESSI AMR: 13

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



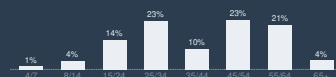
SKY UNO +1 AMR: 8.029

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



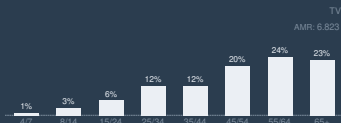
DEVICE CONNESSI AMR: 9

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



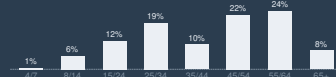
SKY SPORT UNO AMR: 7.236

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



DEVICE CONNESSI AMR: 413

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



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:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

9.213.454 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

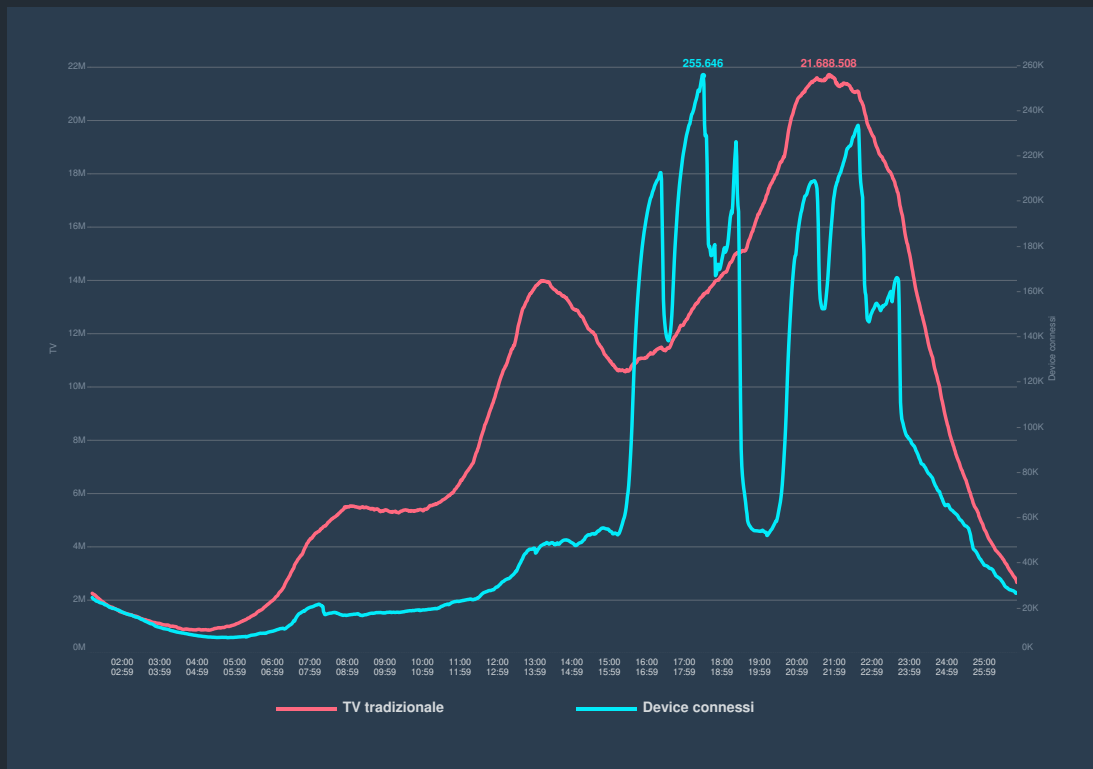
70.009 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

DAZN
AMR: 106

Donne

42
%

Uomini

58
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN
AMR: 99

Donne

44
%

Uomini

56
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 3
AMR: 2

Donne

31
%

Uomini

69
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 2
AMR: 2

Donne

6
%

Uomini

94
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 5
AMR: 2

Donne

3
%

Uomini

97
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



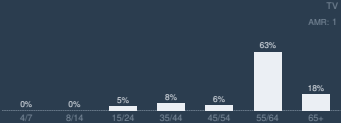
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



ZONA DAZN 4
AMR: 1

Donne
42 %
Uomini
58 %



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%
Uomini
%



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



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 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:

4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

102.799 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

canale

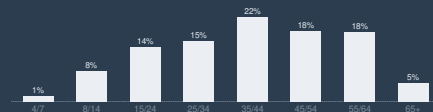
seesso

età

DAZN
AMR: 1.800

Donne
7
%

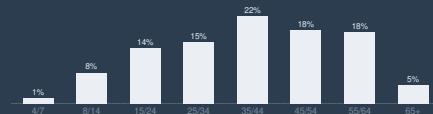
Uomini
93
%



DAZN VOD
AMR: 1.800

Donne
7
%

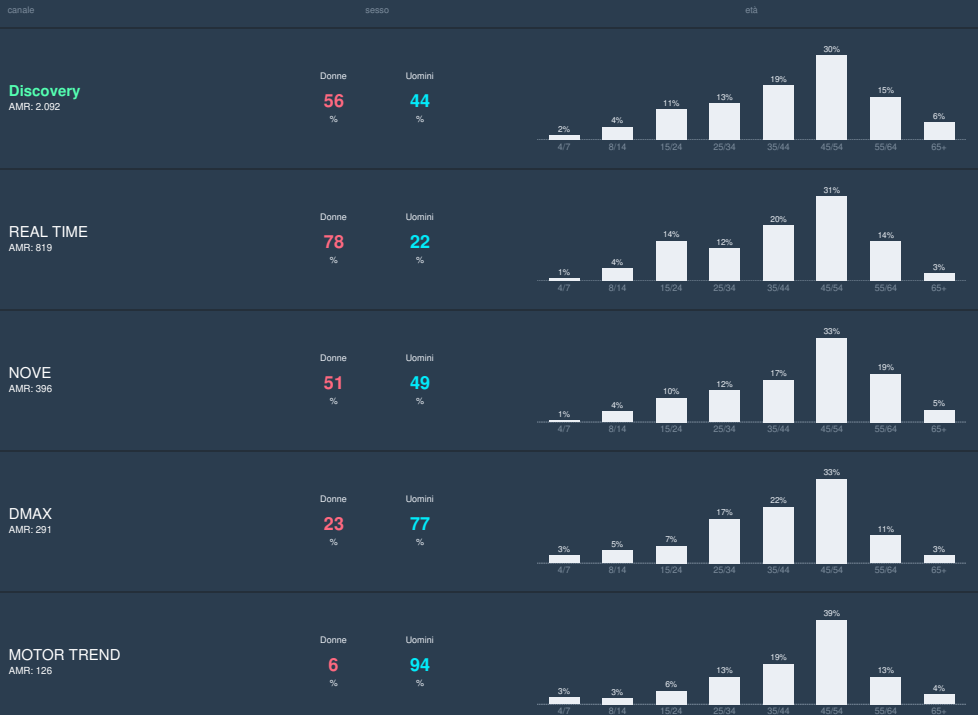
Uomini
93
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



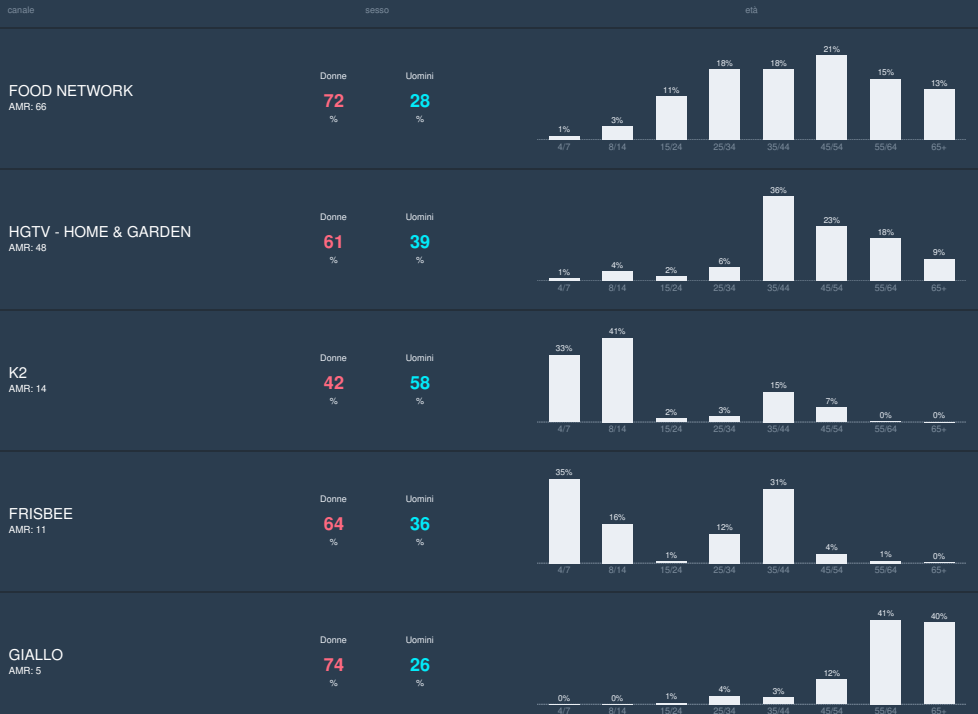
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

canale

seesso

età

La7

AMR: 1.258

Donne

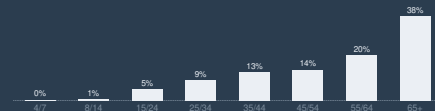
41

%

Uomini

59

%



LA7

AMR: 1.257

Donne

41

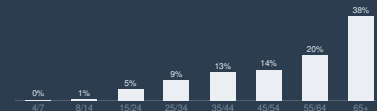
%

Uomini

59

%

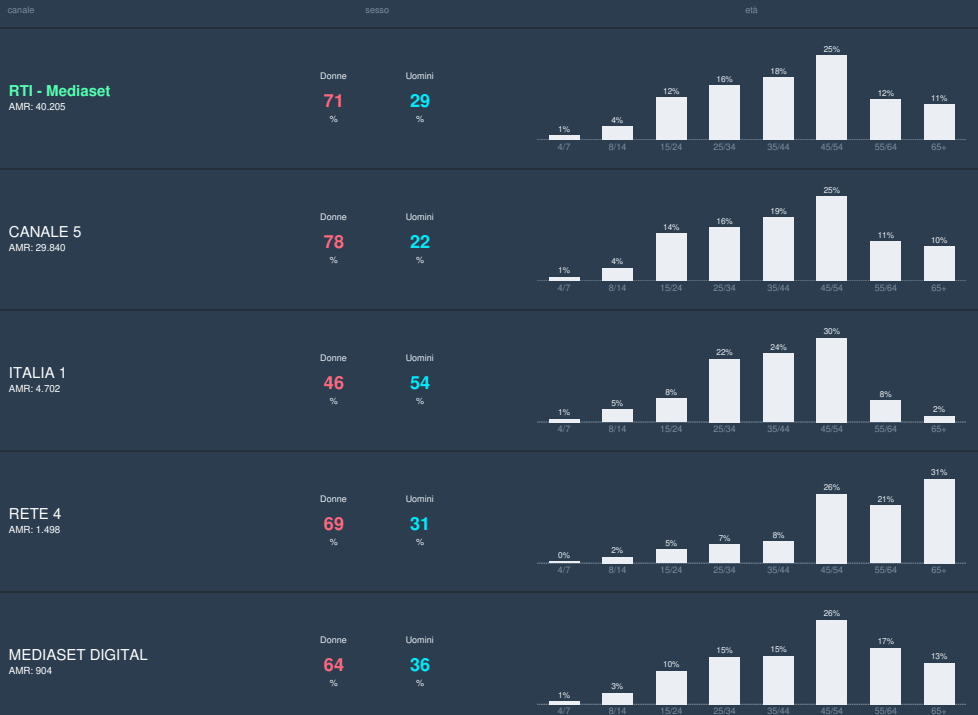
LA7



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 474

Donne

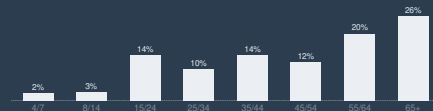
31

%

Uomini

69

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

canale

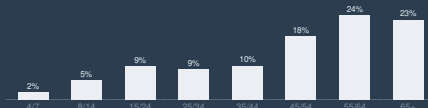
seesso

età

RAI
AMR: 44.955

Donne
62
%

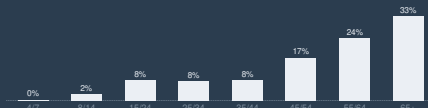
Uomini
38
%



RAI 1
AMR: 13.356

Donne
74
%

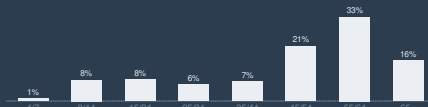
Uomini
26
%



RAI 2
AMR: 9.543

Donne
62
%

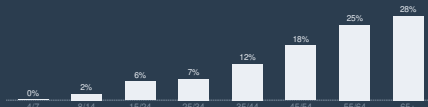
Uomini
38
%



RAI 3
AMR: 6.207

Donne
62
%

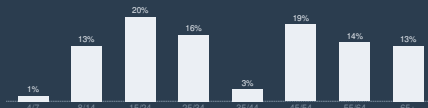
Uomini
38
%



RAI PREMIUM
AMR: 3.859

Donne
82
%

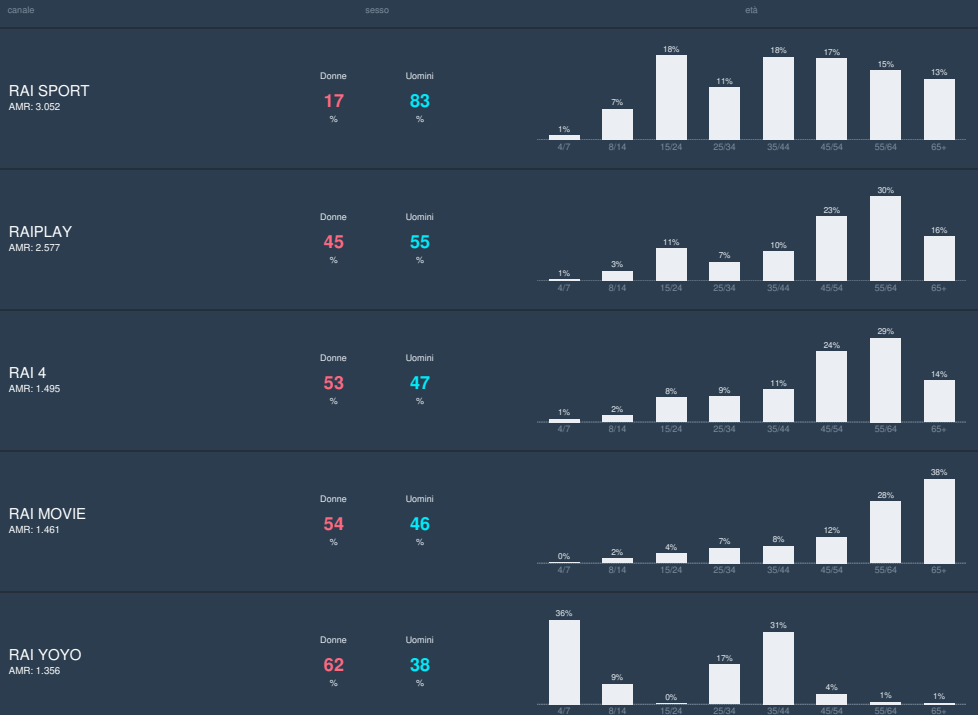
Uomini
18
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



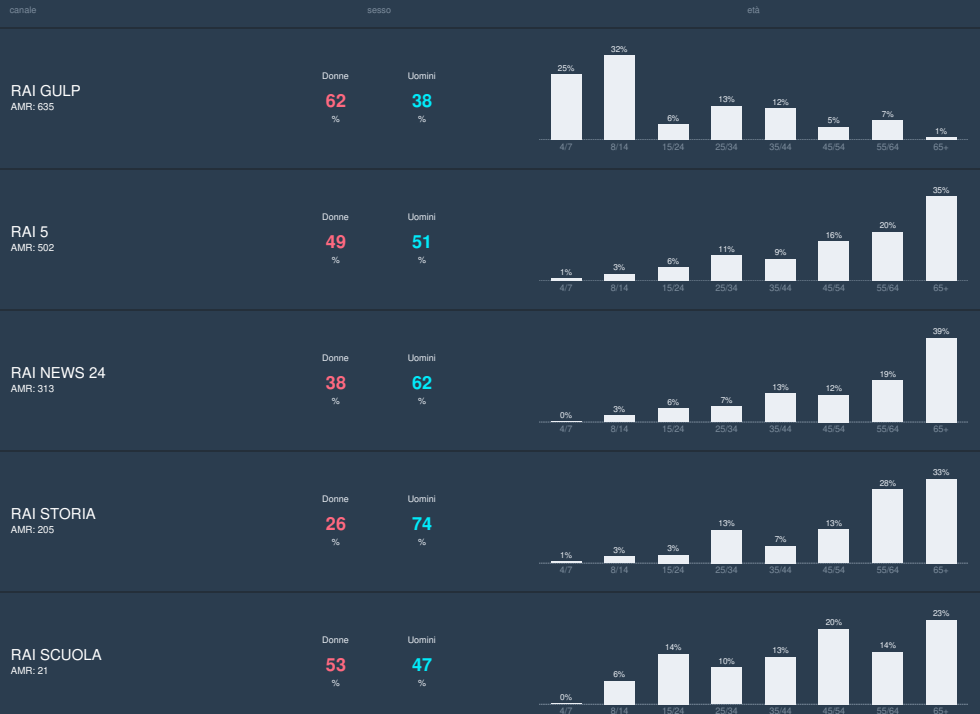
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 12.491

Donne

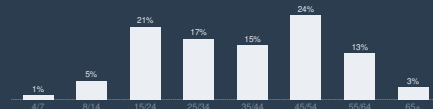
32

%

Uomini

68

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 2.096

Donne

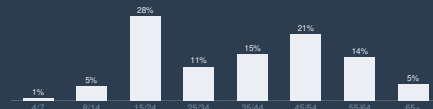
22

%

Uomini

78

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 1.982

Donne

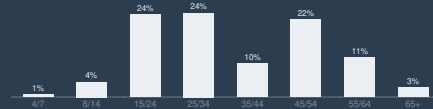
7

%

Uomini

93

%



SKY DIGITAL FLUID - ENTERTAINMENT

AMR: 1.760

Donne

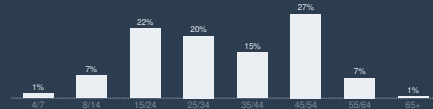
56

%

Uomini

44

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.611

Donne

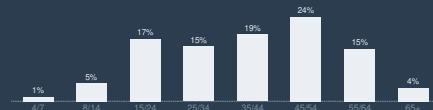
32

%

Uomini

68

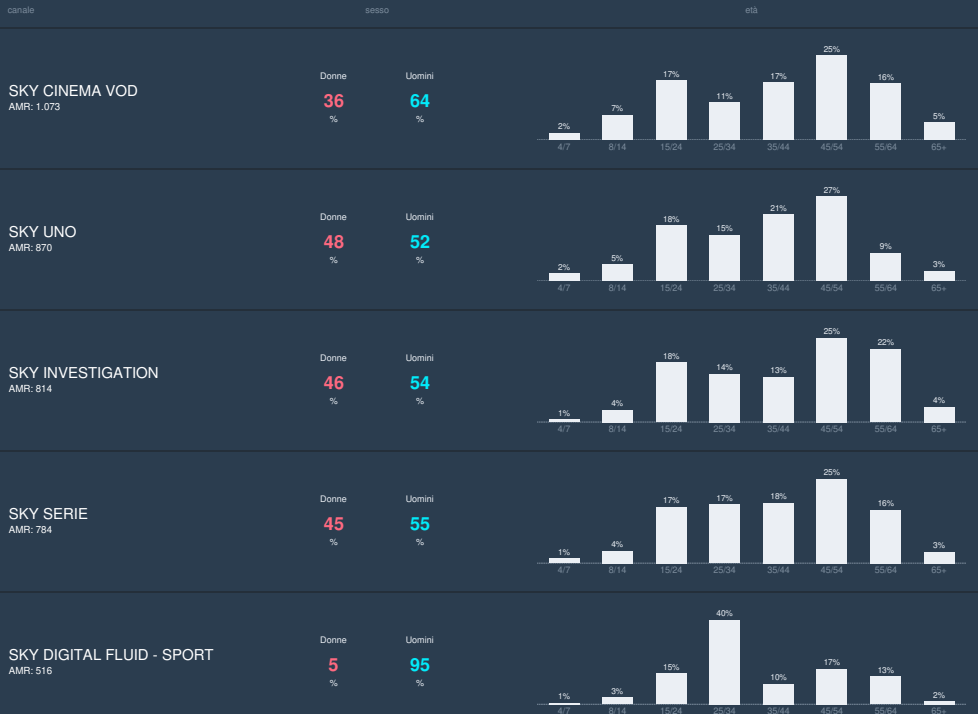
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



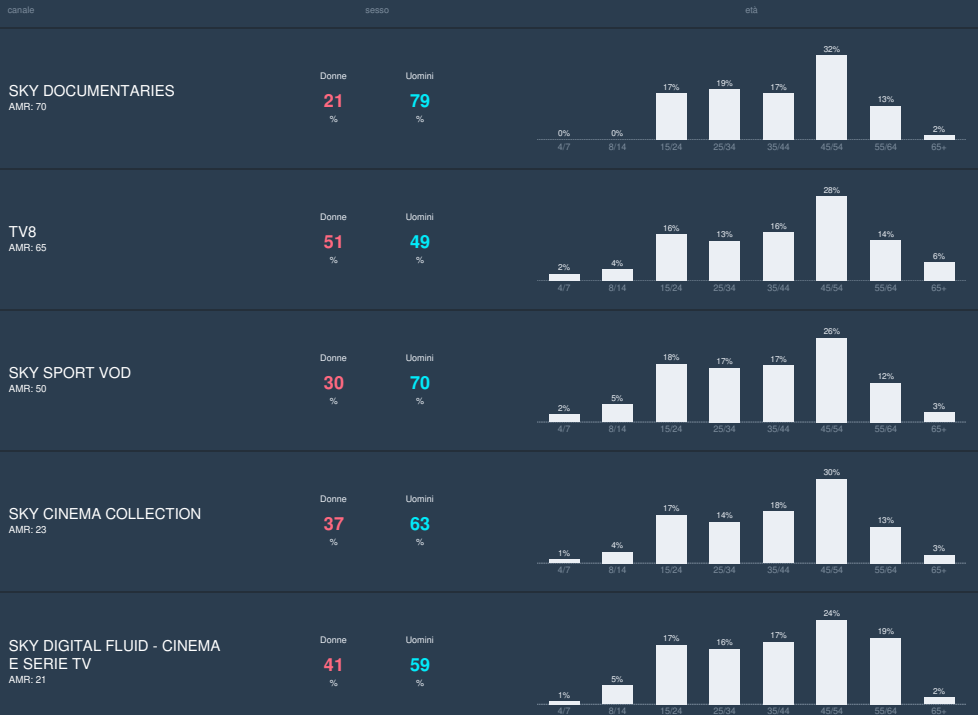
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 dicembre 2022 - 10 dicembre 2022



Informazioni utili note metodologiche FAQ

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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



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

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