



# standard auditel total audience

Report Settimanale

22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

 Auditel

# total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

9.542.663 ascoltatori medi (AMR)

1.603.167.419 ore totali (TTS)

Auditel

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

706.982

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

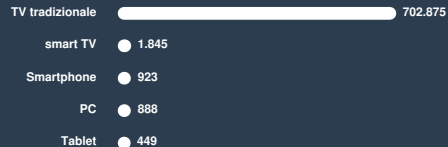
+ 0%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



## AMR Total Audience

360.496

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

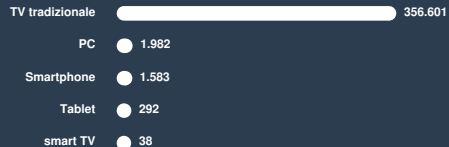
+ 8%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



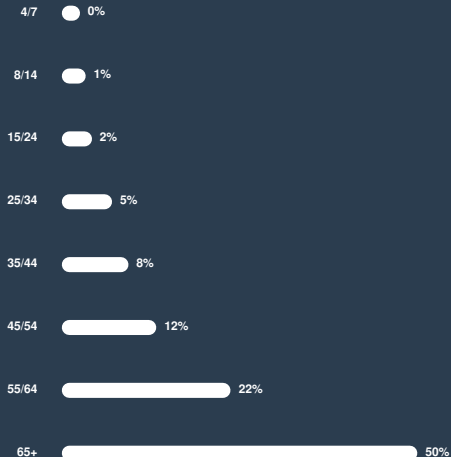
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

3.590.436

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 2%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



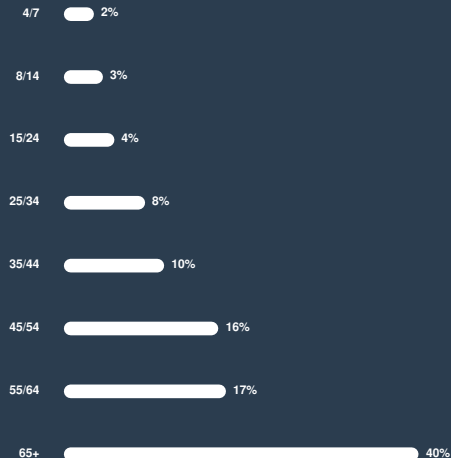
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

Rai

## AMR Total Audience

3.711.870

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 1%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



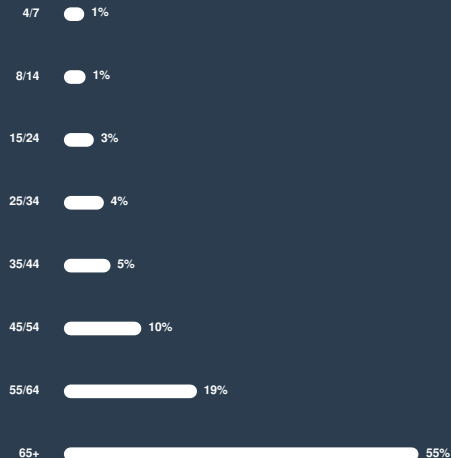
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

sky

## AMR Total Audience

698.090

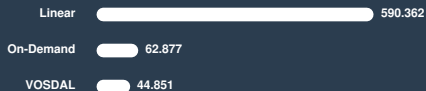
Ascoltatori medi

## Andamento AMR

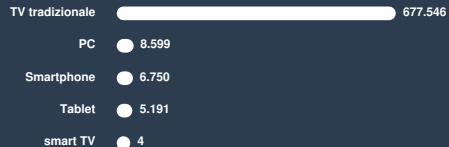
+ 1%

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:**

22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

**9.633.268** ascoltatori medi (AMR)

**1.618.389.075** ore totali (TTS)

**Auditel**

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

99.514

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

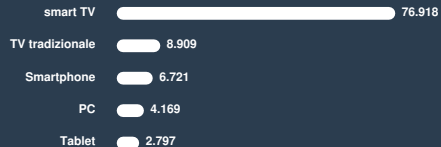
+ 72%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

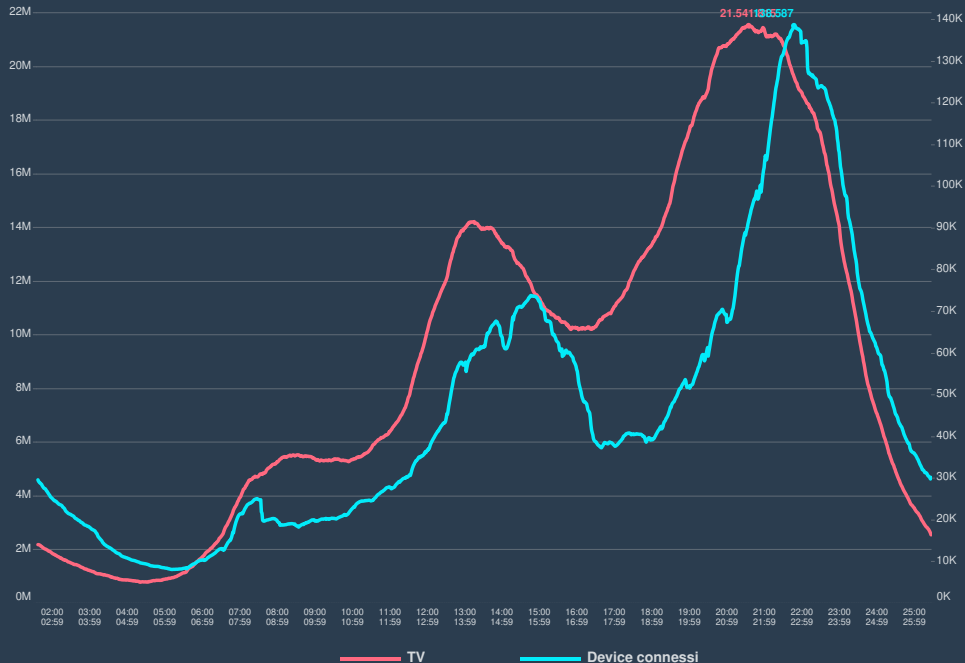
**9.229.007** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

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

**Auditel**

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

total  
audience  
linear

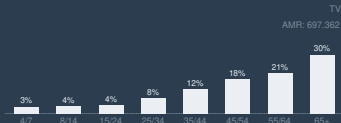
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

#### Discovery AMR: 698.558

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



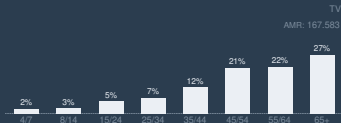
#### DEVICE CONNESSI AMR: 1.196

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



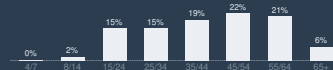
#### NOVE AMR: 167.788

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



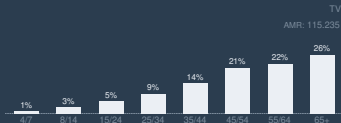
#### DEVICE CONNESSI AMR: 205

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



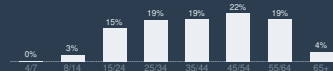
#### REAL TIME AMR: 115.336

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



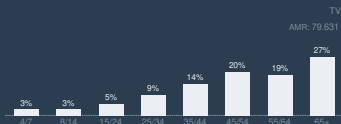
#### DEVICE CONNESSI AMR: 101

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



#### DMAX AMR: 79.773

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



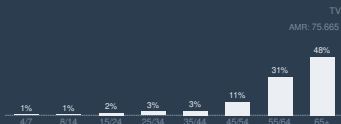
#### DEVICE CONNESSI AMR: 142

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



#### GIALLO AMR: 75.879

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



#### DEVICE CONNESSI AMR: 214

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



total  
audience  
linear

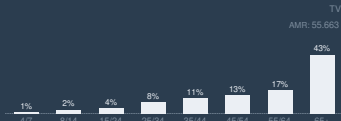
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

FOOD NETWORK  
AMR: 55.682

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



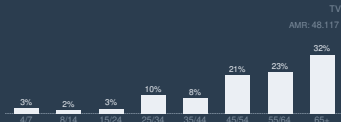
DEVICE CONNESSI  
AMR: 20

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



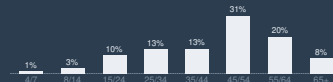
MOTOR TREND  
AMR: 48.196

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



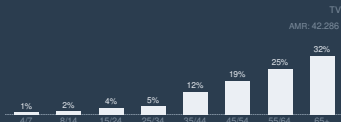
DEVICE CONNESSI  
AMR: 79

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



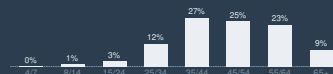
HGTV - HOME & GARDEN  
AMR: 42.319

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



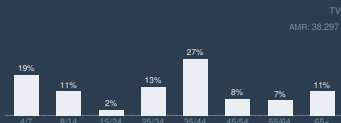
DEVICE CONNESSI  
AMR: 33

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



FRISBEE  
AMR: 38.304

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



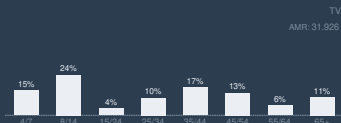
DEVICE CONNESSI  
AMR: 7

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



K2  
AMR: 31.936

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 11

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



# total audience linear

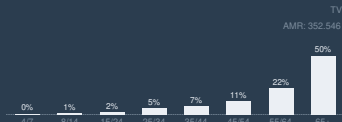
## composizione ascolto per editore per target



**La7**  
AMR: 354.784

Donne  
**51**  
%

Uomini  
**49**  
%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.239

Donne  
**38**  
%

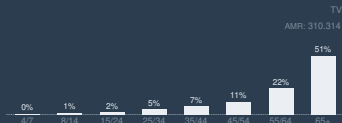
Uomini  
**62**  
%



**LA7**  
AMR: 312.553

Donne  
**49**  
%

Uomini  
**51**  
%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.239

Donne  
**38**  
%

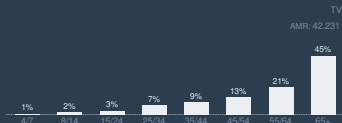
Uomini  
**62**  
%



**LA7D**  
AMR: 42.231

Donne  
**68**  
%

Uomini  
**32**  
%



total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target

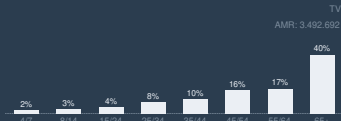


Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

#### RTI - Mediaset

AMR: 3.517.339

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



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 24.647

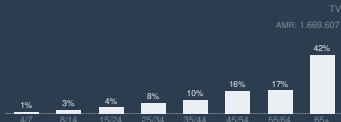
Donne **55**%  
Uomini **45**%



#### CANALE 5

AMR: 1.677.859

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



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 8.252

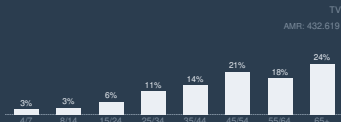
Donne **65**%  
Uomini **35**%



#### ITALIA 1

AMR: 434.638

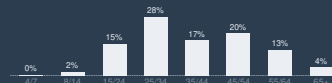
Donne **51**%  
Uomini **49**%



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 2.019

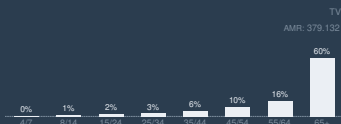
Donne **39**%  
Uomini **61**%



#### RETE 4

AMR: 380.235

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



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.103

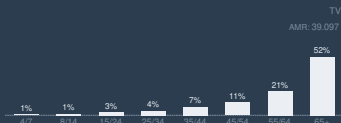
Donne **54**%  
Uomini **46**%



#### TGCOM 24

AMR: 41.179

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



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 2.081

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



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target

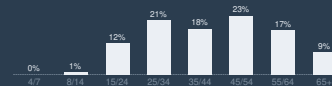


Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

MEDIASET DIGITAL  
AMR: 8.546

DEVICE CONNESSI  
AMR: 8.546

Donne	Uomini
56	44
%	%



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

### RAI

AMR: 3.603.520

Donne

**59**  
%

Uomini

**41**  
%



TV  
AMR: 3.590.997

### DEVICE CONNESSI

AMR: 12.523

Donne

**54**  
%

Uomini

**46**  
%



### RAI 1

AMR: 1.799.022

Donne

**65**  
%

Uomini

**35**  
%



TV  
AMR: 1.794.054

### DEVICE CONNESSI

AMR: 4.968

Donne

**63**  
%

Uomini

**37**  
%



### RAI 3

AMR: 714.324

Donne

**55**  
%

Uomini

**45**  
%



TV  
AMR: 712.242

### DEVICE CONNESSI

AMR: 2.083

Donne

**52**  
%

Uomini

**48**  
%



### RAI 2

AMR: 456.872

Donne

**56**  
%

Uomini

**44**  
%



TV  
AMR: 455.111

### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.761

Donne

**47**  
%

Uomini

**53**  
%



### RAI PREMIUM

AMR: 137.273

Donne

**64**  
%

Uomini

**36**  
%



TV  
AMR: 137.031

### DEVICE CONNESSI

AMR: 242

Donne

**73**  
%

Uomini

**27**  
%



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

RAI 4  
AMR: 132.641

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



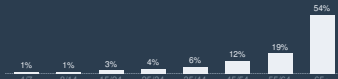
DEVICE CONNESSI  
AMR: 449

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



RAI MOVIE  
AMR: 112.464

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



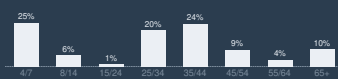
DEVICE CONNESSI  
AMR: 262

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



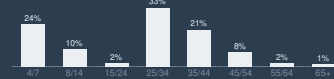
RAI YOYO  
AMR: 74.780

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



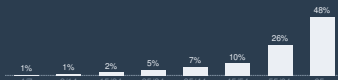
DEVICE CONNESSI  
AMR: 60

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



RAI SPORT  
AMR: 51.845

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



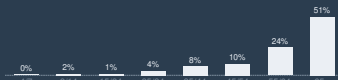
DEVICE CONNESSI  
AMR: 118

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



RAI NEWS 24  
AMR: 49.953

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.066

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



total  
audience  
linear

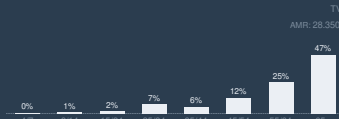
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

#### RAI STORIA AMR: 28.524

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



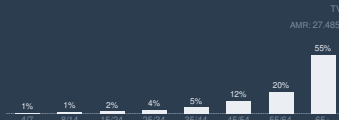
#### DEVICE CONNESSI

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



#### RAI 5 AMR: 27.586

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



#### DEVICE CONNESSI

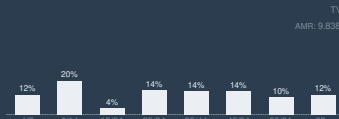
AMR: 101

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



#### RAI GULP AMR: 9.860

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



#### DEVICE CONNESSI

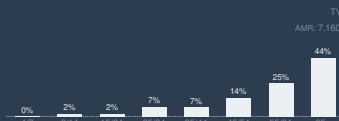
AMR: 22

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



#### RAI SCUOLA AMR: 7.213

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



#### DEVICE CONNESSI

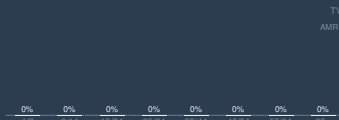
AMR: 53

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



#### RAIPLAY AMR: 608

Donne %  
Uomini %



#### DEVICE CONNESSI

AMR: 608

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



total  
audience  
linear

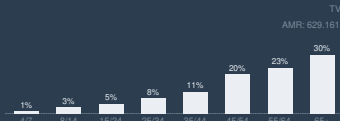
composizione  
ascolto per  
editore per  
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

Sky Italia  
AMR: 635.213

Donne 51%  
Uomini 49%



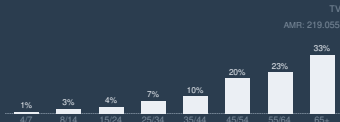
DEVICE CONNESSI  
AMR: 6.052

Donne 27%  
Uomini 73%



TV8  
AMR: 219.483

Donne 64%  
Uomini 36%



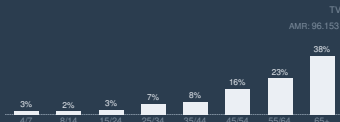
DEVICE CONNESSI  
AMR: 428

Donne 67%  
Uomini 33%



CIELO  
AMR: 96.307

Donne 49%  
Uomini 51%



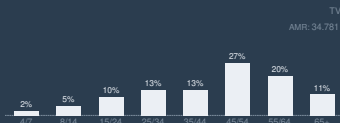
DEVICE CONNESSI  
AMR: 153

Donne 42%  
Uomini 58%



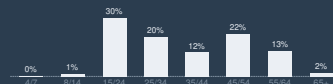
SKY UNO  
AMR: 35.766

Donne 54%  
Uomini 46%



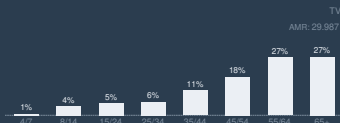
DEVICE CONNESSI  
AMR: 985

Donne 46%  
Uomini 54%



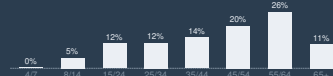
SKY TG24  
AMR: 30.852

Donne 43%  
Uomini 57%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 865

Donne 27%  
Uomini 73%



total  
audience  
linear

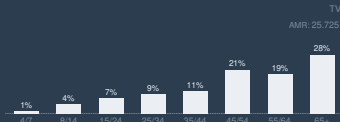
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

SKY SPORT 24  
AMR: 26.332

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



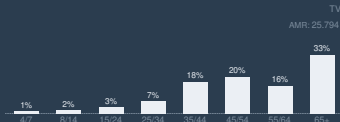
DEVICE CONNESSI  
AMR: 607

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



SKY TG24 (50)  
AMR: 25.794

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



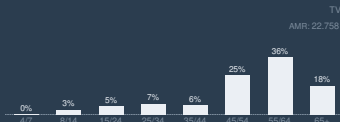
DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne %  
Uomini %



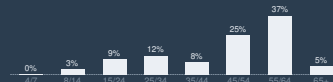
SKY INVESTIGATION +1  
AMR: 22.793

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



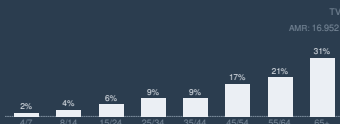
DEVICE CONNESSI  
AMR: 35

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



SKY SPORT CALCIO  
AMR: 17.561

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



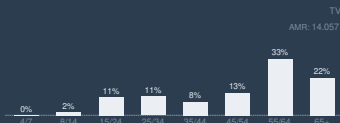
DEVICE CONNESSI  
AMR: 609

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



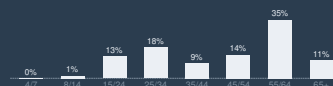
SKY INVESTIGATION  
AMR: 14.130

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 73

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



# total audience linear

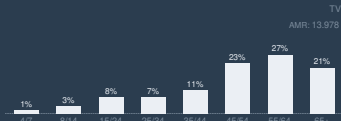
## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

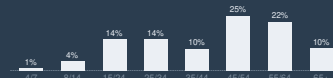
SKY CINEMA UNO/HD  
AMR: 14.041

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



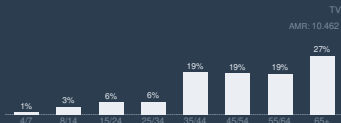
DEVICE CONNESSI  
AMR: 63

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



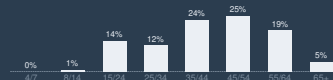
SKY CINEMA COLLECTION  
AMR: 10.511

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



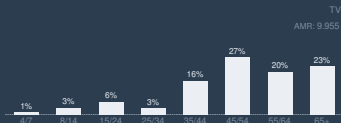
DEVICE CONNESSI  
AMR: 50

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



SKY CINEMA ACTION  
AMR: 10.012

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



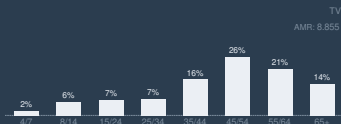
DEVICE CONNESSI  
AMR: 56

Donne **19**%  
Uomini **81**%



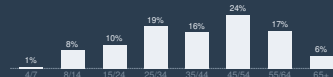
SKY UNO +1  
AMR: 8.864

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



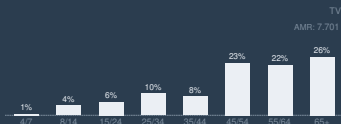
DEVICE CONNESSI  
AMR: 9

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



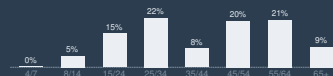
SKY SPORT UNO  
AMR: 8.279

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 578

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



# 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:**

22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

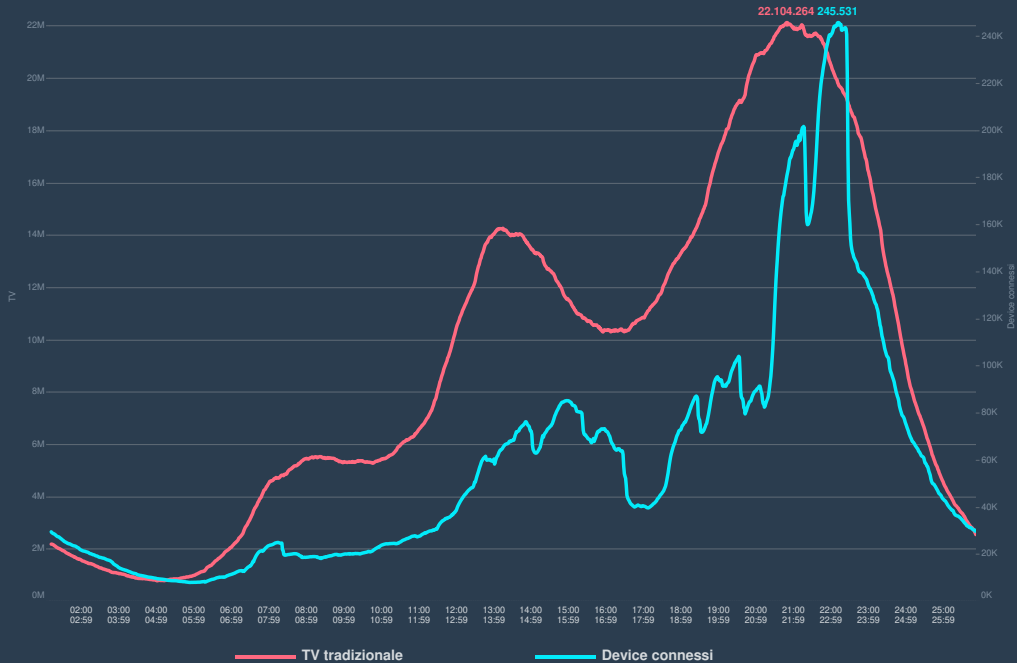
**9.314.630** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

**59.669** 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:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

# total audience linear

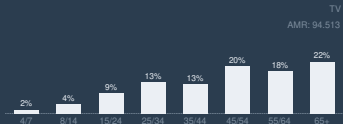
## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

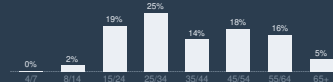
DAZN  
AMR: 107.525

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



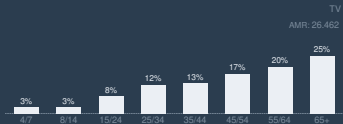
DEVICE CONNESSI  
AMR: 13.012

Donne **7**%  
Uomini **93**%



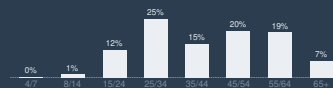
DAZN2  
AMR: 30.991

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



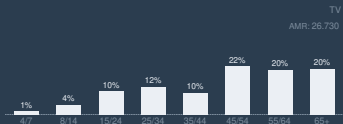
DEVICE CONNESSI  
AMR: 4.529

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



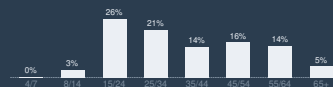
DAZN1  
AMR: 30.751

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



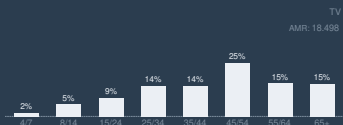
DEVICE CONNESSI  
AMR: 4.021

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



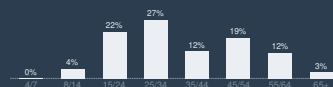
DAZN4  
AMR: 21.180

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



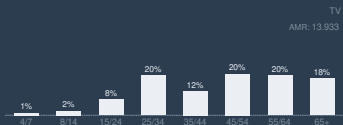
DEVICE CONNESSI  
AMR: 2.682

Donne **7**%  
Uomini **93**%



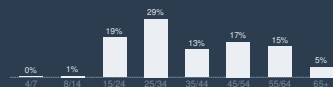
DAZN3  
AMR: 15.712

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.779

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



# total audience linear

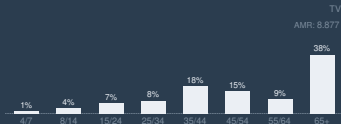
## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

### ZONA DAZN AMR: 8.877

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



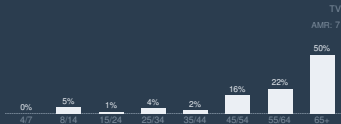
### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %  
Uomini %



### ZONA DAZN 2 AMR: 7

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



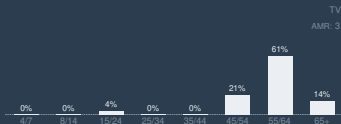
### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %  
Uomini %



### ZONA DAZN 4 AMR: 3

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



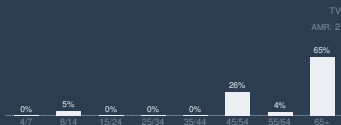
### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %  
Uomini %



### ZONA DAZN 3 AMR: 2

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



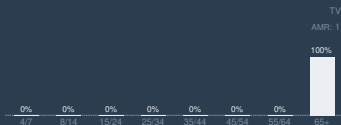
### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %  
Uomini %



### ZONA DAZN 5 AMR: 1

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



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %  
Uomini %



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



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

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:**  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

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

**Auditel**

# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

canale

seesso

età

**DAZN**  
AMR: 6.924

Donne

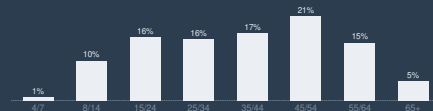
**9**

%

Uomini

**91**

%



**DAZN VOD**  
AMR: 6.924

Donne

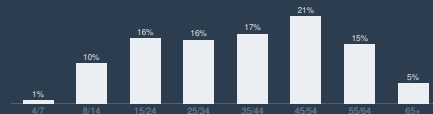
**9**

%

Uomini

**91**

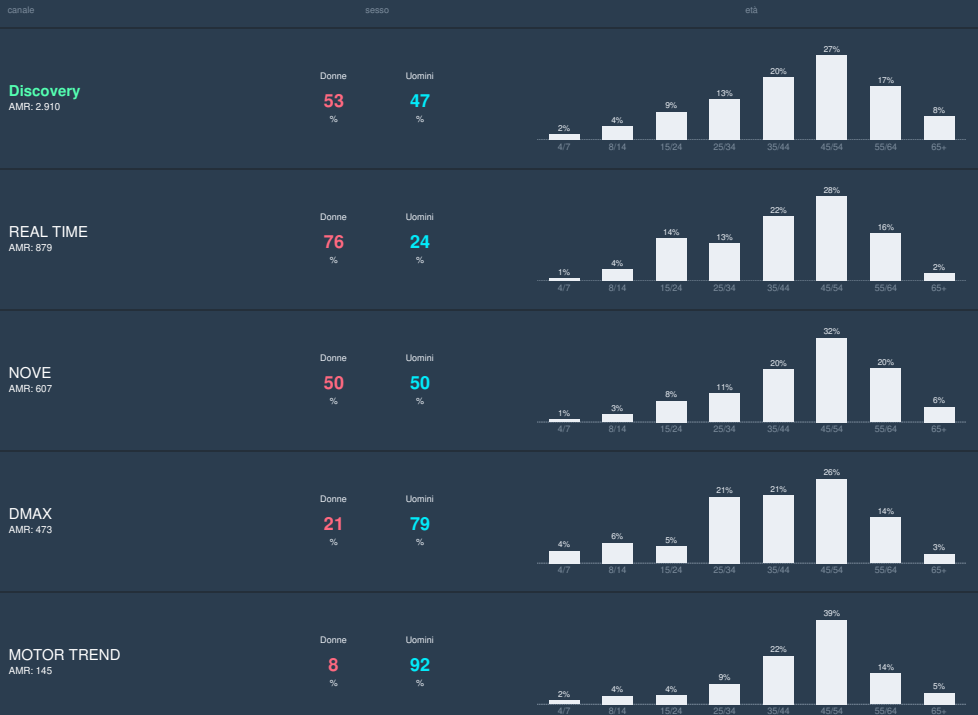
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



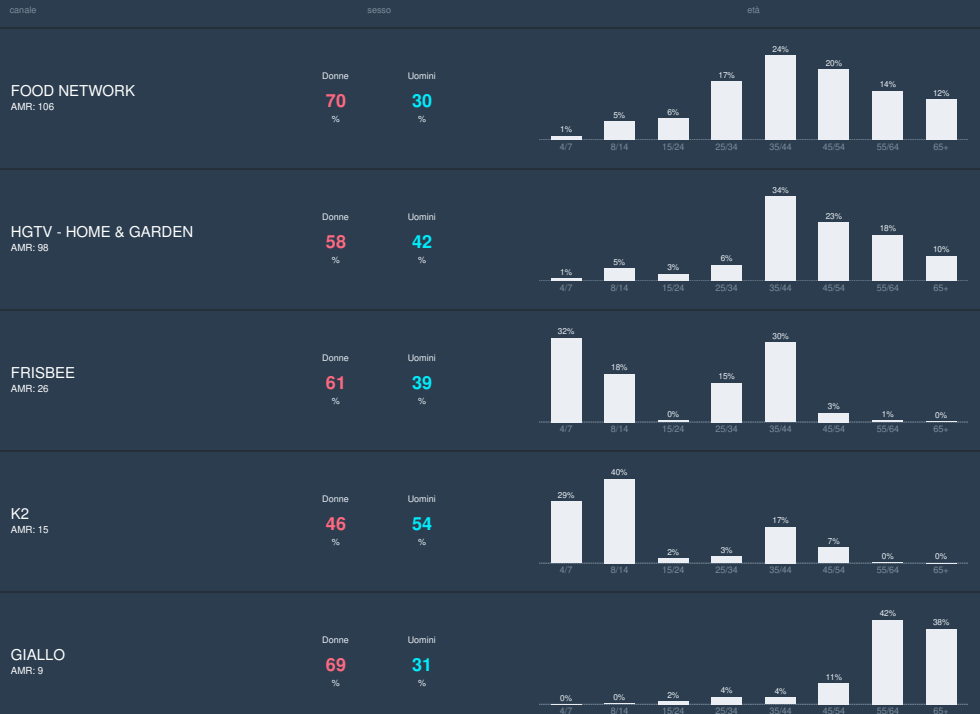
Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

canale

seesso

età

**La7**

AMR: 1.657

Donne

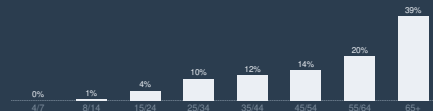
**41**

%

Uomini

**59**

%



**LA7**

AMR: 1.656

Donne

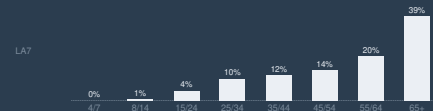
**41**

%

Uomini

**59**

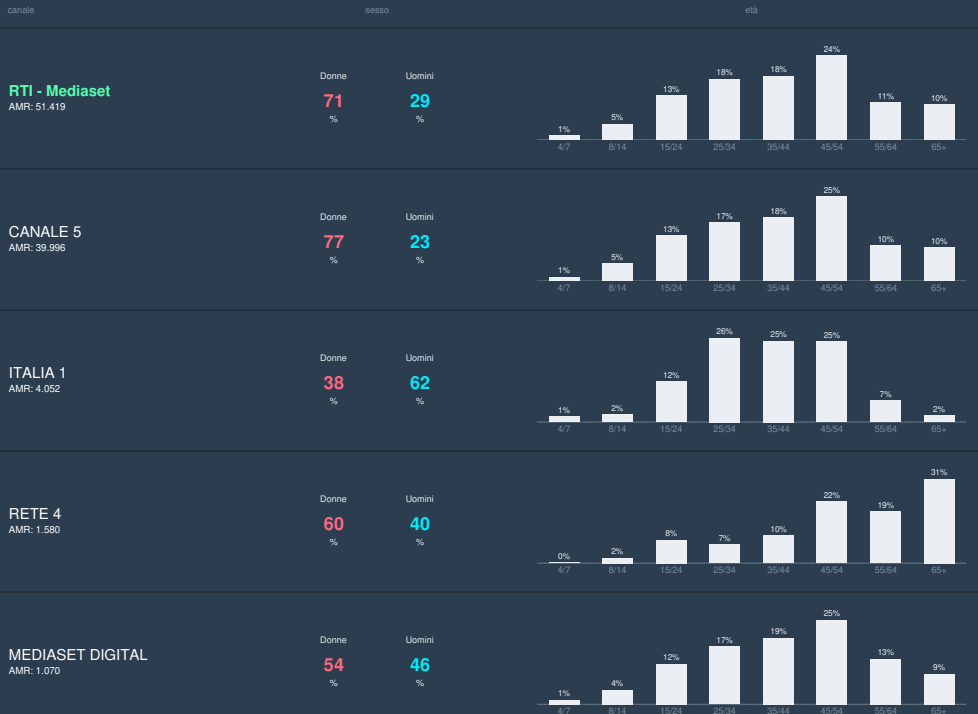
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24  
AMR: 520

Donne

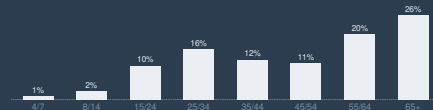
28

%

Uomini

72

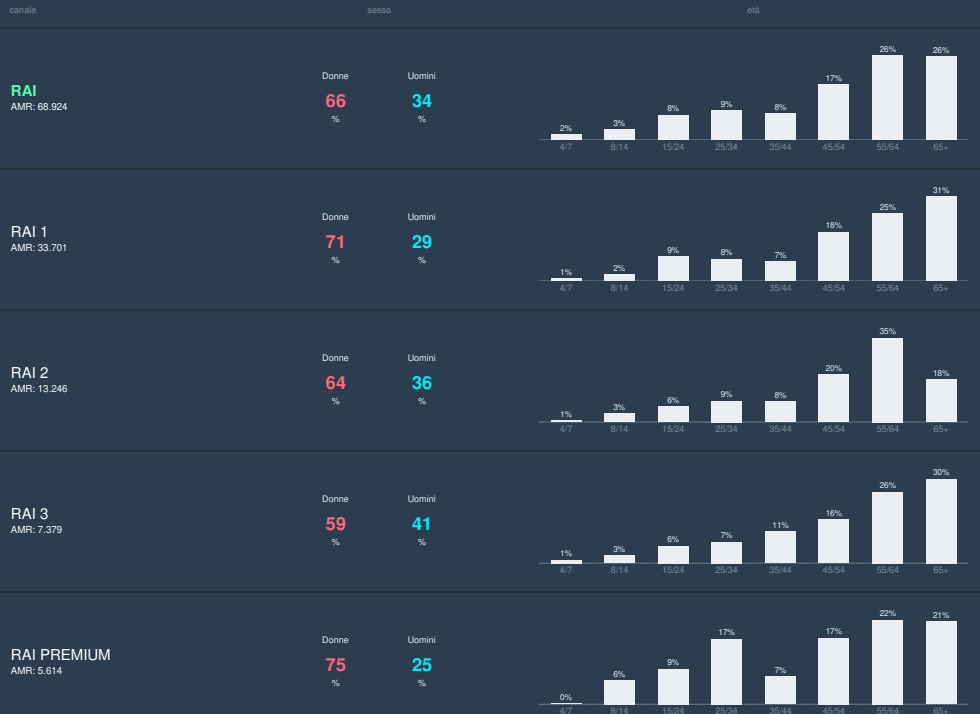
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



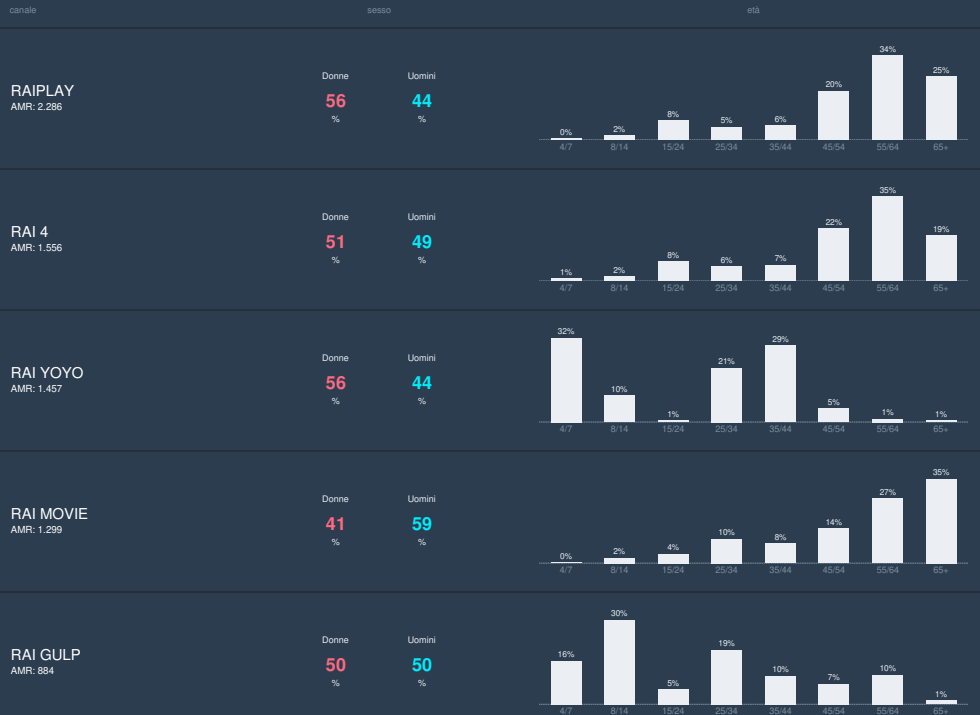
Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



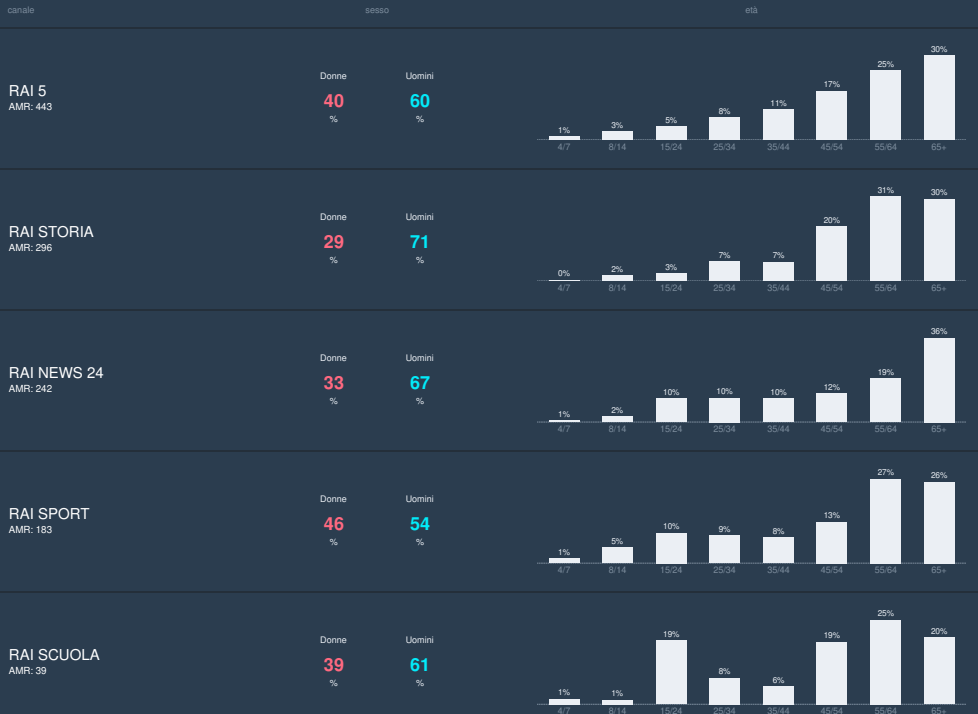
Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



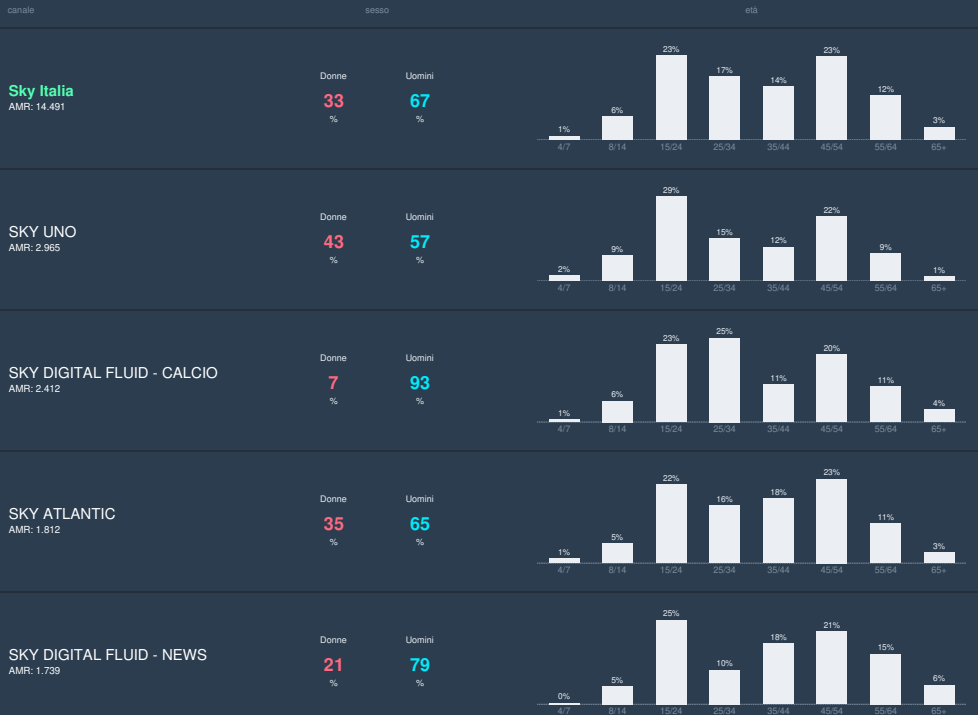
Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023

canale

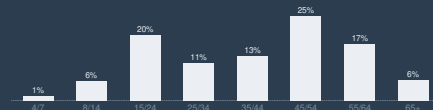
seesso

età

SKY CINEMA VOD  
AMR: 1.317

Donne  
**35**  
%

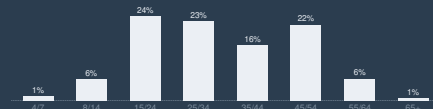
Uomini  
**65**  
%



SKY DIGITAL FLUID -  
ENTERTAINMENT  
AMR: 1.227

Donne  
**51**  
%

Uomini  
**49**  
%



SKY SERIE  
AMR: 1.035

Donne  
**46**  
%

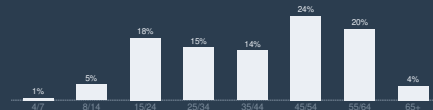
Uomini  
**54**  
%



SKY INVESTIGATION  
AMR: 798

Donne  
**52**  
%

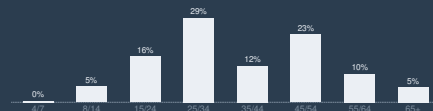
Uomini  
**48**  
%



SKY DIGITAL FLUID - SPORT  
AMR: 423

Donne  
**10**  
%

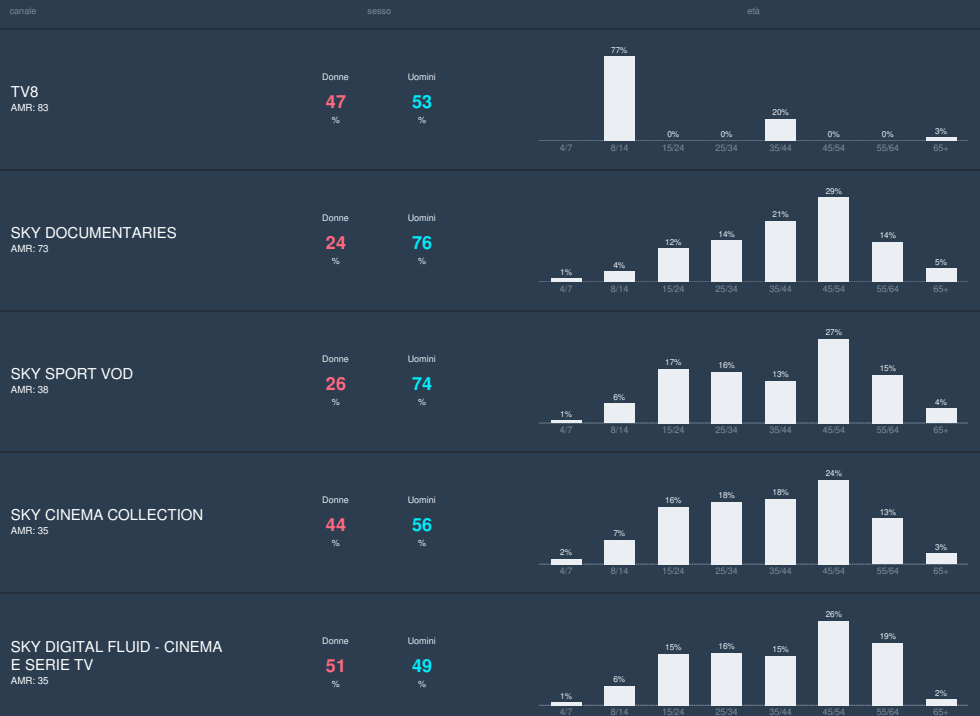
Uomini  
**90**  
%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
22 gennaio 2023 - 28 gennaio 2023



# 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**