



standard auditel total audience

Report Settimanale

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

9.241.619 ascoltatori medi (AMR)

1.552.591.978 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

691.843

Ascoltatori medi

Andamento AMR

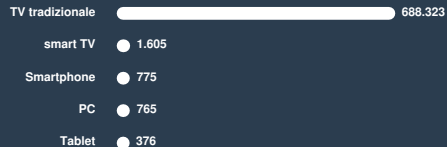
- 6%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



AMR Total Audience

337.062

Ascoltatori medi

Andamento AMR

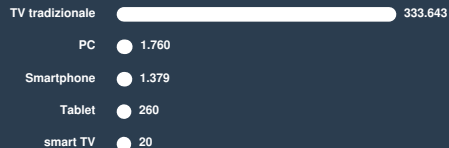
- 7%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



AMR Total Audience

3.566.876

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



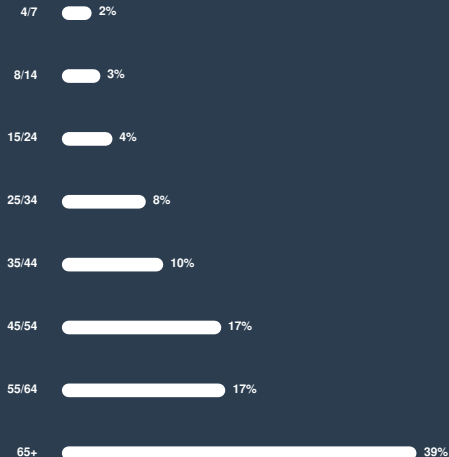
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

Rai

AMR Total Audience

3.586.526

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



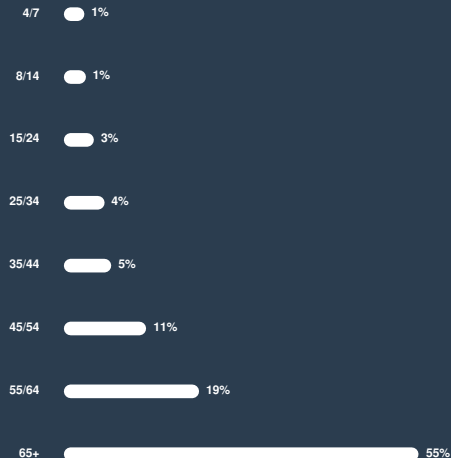
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

sky

AMR Total Audience

619.655

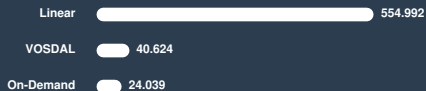
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 11%

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:

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

9.322.611 ascoltatori medi (AMR)

1.566.198.701 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

87.126

Ascoltatori medi

Andamento AMR

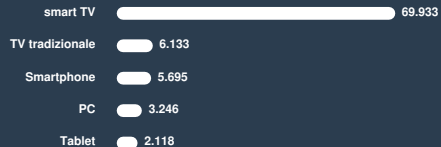
- 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



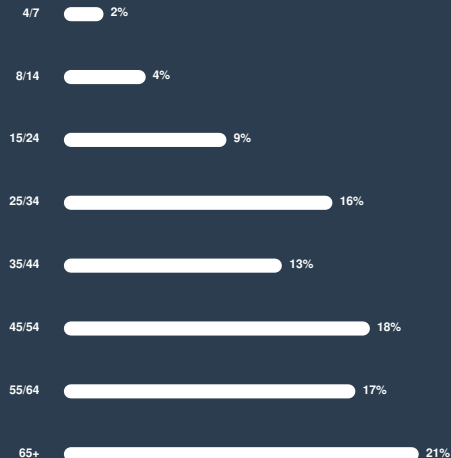
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

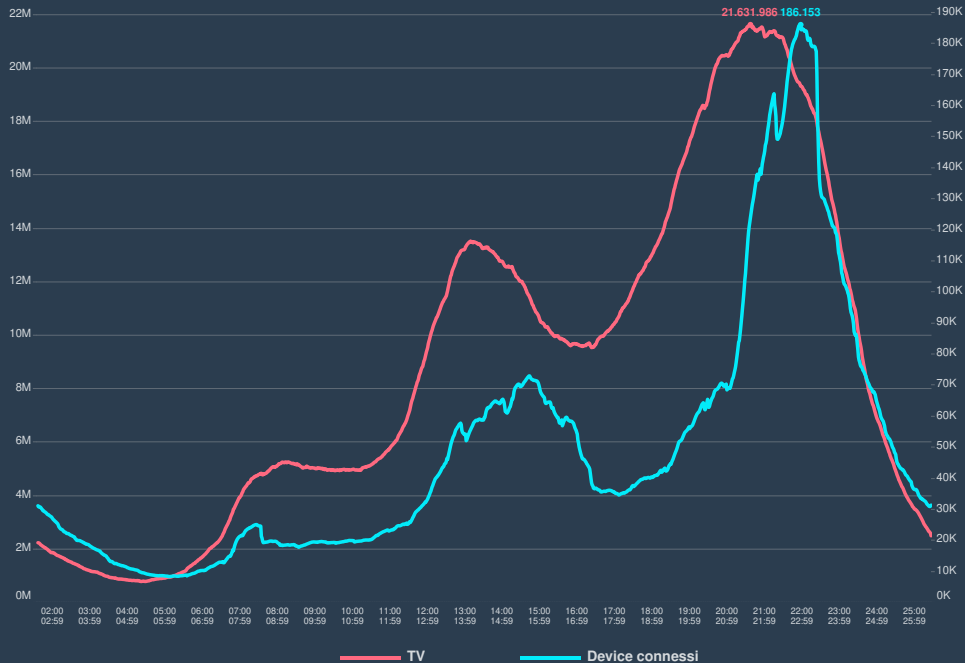
8.953.395 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

49.612 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

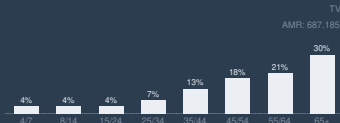


Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

Discovery

AMR: 688.115

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 930

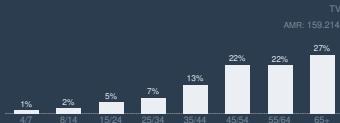
Donne **50**%
Uomini **50**%



NOVE

AMR: 159.399

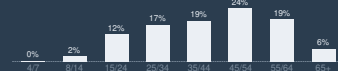
Donne **56**%
Uomini **44**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 186

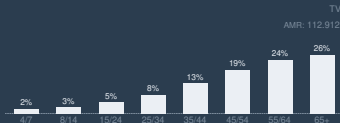
Donne **50**%
Uomini **50**%



REAL TIME

AMR: 112.999

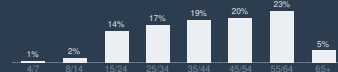
Donne **67**%
Uomini **33**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 88

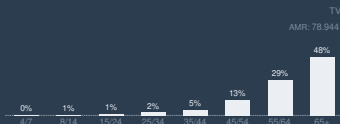
Donne **68**%
Uomini **32**%



GIALLO

AMR: 79.157

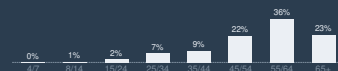
Donne **61**%
Uomini **39**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 212

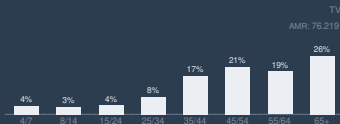
Donne **64**%
Uomini **36**%



DMAX

AMR: 76.351

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 132

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



total
audience
linear

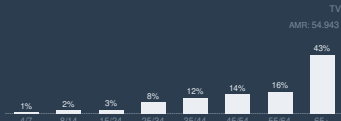
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

FOOD NETWORK
AMR: 54.959

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



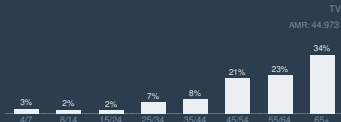
DEVICE CONNESSI
AMR: 16

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



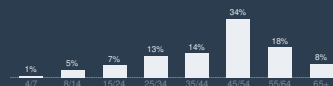
MOTOR TREND
AMR: 45.041

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



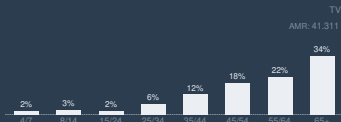
DEVICE CONNESSI
AMR: 68

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



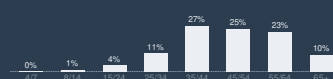
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 41.336

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



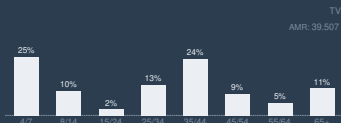
DEVICE CONNESSI
AMR: 25

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



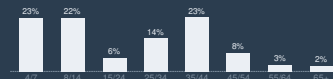
FRISBEE
AMR: 39.514

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



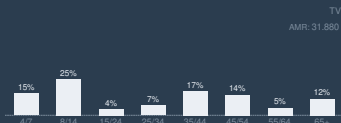
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



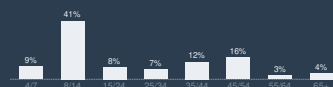
K2
AMR: 31.891

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 335.150

Donne

51

%

Uomini

49

%



TV
AMR: 333.004

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.146

Donne

38

%

Uomini

62

%



LA7
AMR: 296.226

Donne

49

%

Uomini

51

%



TV
AMR: 294.080

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.146

Donne

38

%

Uomini

62

%



LA7D
AMR: 38.924

Donne

70

%

Uomini

30

%



TV
AMR: 38.924

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



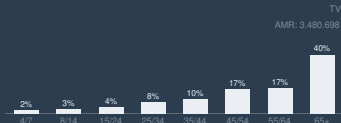
Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

RTI - Mediaset

AMR: 3.509.654

Donne
57
%

Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 28.956

Donne
49
%

Uomini
51
%

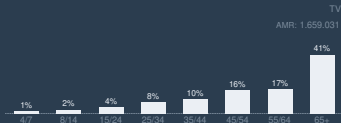


CANALE 5

AMR: 1.671.425

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 12.394

Donne
47
%

Uomini
53
%

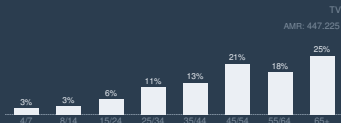


ITALIA 1

AMR: 449.604

Donne
50
%

Uomini
50
%

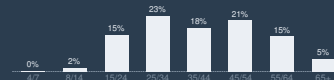


DEVICE CONNESSI

AMR: 2.379

Donne
37
%

Uomini
63
%

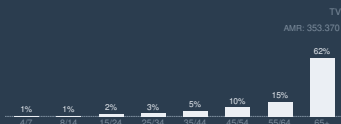


RETE 4

AMR: 354.436

Donne
58
%

Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.066

Donne
56
%

Uomini
44
%

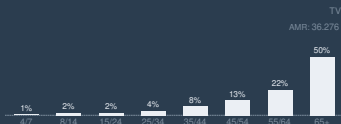


TGCOM 24

AMR: 38.273

Donne
43
%

Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.998

Donne
37
%

Uomini
63
%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 8.434

DEVICE CONNESSI

AMR: 8.434

Donne

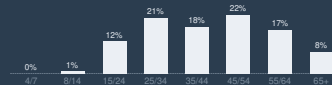
56

%

Uomini

44

%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

RAI

AMR: 3.436.964

Donne

60
%

Uomini

40
%



TV
AMR: 3.425.086

DEVICE CONNESSI
AMR: 11.878

Donne

56
%

Uomini

44
%



RAI 1

AMR: 1.745.969

Donne

65
%

Uomini

35
%



TV
AMR: 1.741.020

DEVICE CONNESSI
AMR: 4.948

Donne

65
%

Uomini

35
%



RAI 3

AMR: 664.535

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 662.568

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.967

Donne

53
%

Uomini

47
%



RAI 2

AMR: 446.098

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV
AMR: 444.575

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.523

Donne

52
%

Uomini

48
%



RAI PREMIUM

AMR: 131.183

Donne

66
%

Uomini

34
%



TV
AMR: 130.942

DEVICE CONNESSI
AMR: 240

Donne

73
%

Uomini

27
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

RAI 4
AMR: 125.063

Donne
54
%

Uomini
46
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 447

Donne
51
%

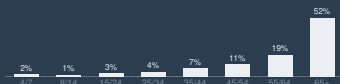
Uomini
49
%



RAI MOVIE
AMR: 91.201

Donne
45
%

Uomini
55
%

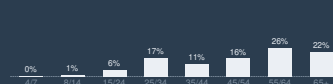


TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 241

Donne
39
%

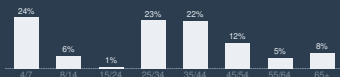
Uomini
61
%



RAI YOYO
AMR: 74.679

Donne
62
%

Uomini
38
%

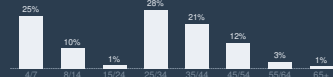


TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 56

Donne
57
%

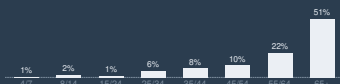
Uomini
43
%



RAI NEWS 24
AMR: 44.808

Donne
48
%

Uomini
52
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.010

Donne
35
%

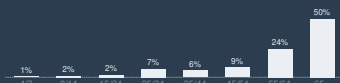
Uomini
65
%



RAI SPORT
AMR: 44.599

Donne
39
%

Uomini
61
%

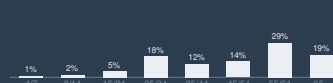


TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 203

Donne
19
%

Uomini
81
%



total
audience
linear

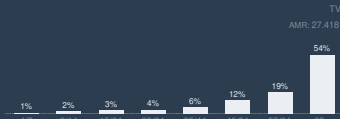
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

RAI 5
AMR: 27.510

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



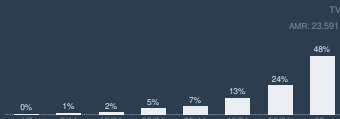
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 23.745

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



DEVICE CONNESSI

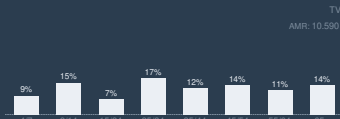
AMR: 154

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



RAI GULP
AMR: 10.610

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



DEVICE CONNESSI

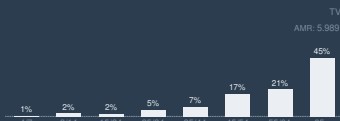
AMR: 20

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



RAI SCUOLA
AMR: 6.038

Donne **31**%
Uomini **69**%



DEVICE CONNESSI

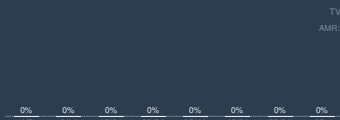
AMR: 49

Donne **16**%
Uomini **84**%



RAI RADIO2
AMR: 566

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 566

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



total
audience
linear

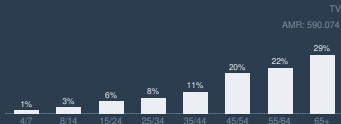
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

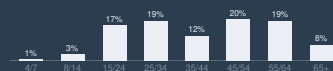
Sky Italia
AMR: 595.777

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



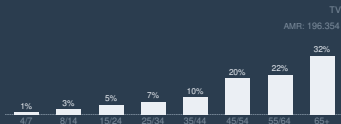
DEVICE CONNESSI
AMR: 5.702

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



TV8
AMR: 196.724

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



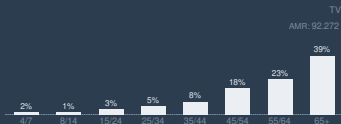
DEVICE CONNESSI
AMR: 369

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



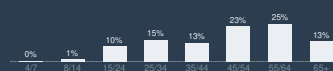
CIELO
AMR: 92.425

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



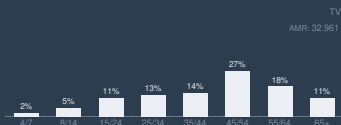
DEVICE CONNESSI
AMR: 153

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



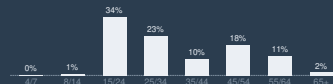
SKY UNO
AMR: 33.844

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



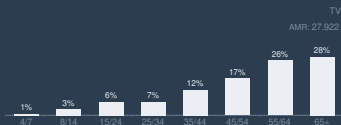
DEVICE CONNESSI
AMR: 883

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



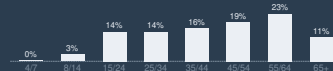
SKY TG24
AMR: 28.737

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 816

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



total
audience
linear

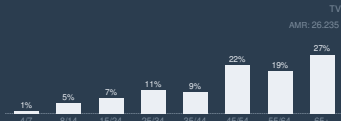
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

SKY SPORT 24
AMR: 26.797

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



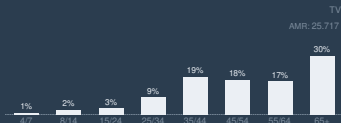
DEVICE CONNESSI
AMR: 563

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



SKY TG24 (50)
AMR: 25.717

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



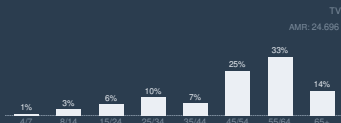
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



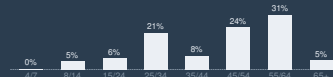
SKY INVESTIGATION +1
AMR: 24.796

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



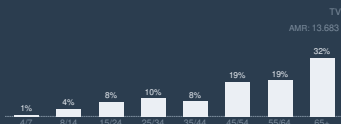
DEVICE CONNESSI
AMR: 39

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



SKY SPORT CALCIO
AMR: 14.083

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



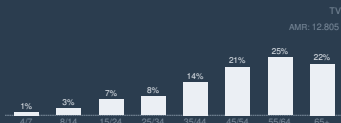
DEVICE CONNESSI
AMR: 401

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



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 12.863

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 57

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



total
audience
linear

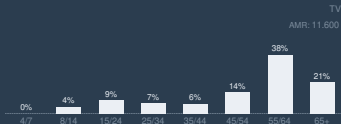
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

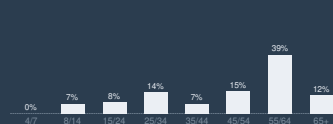
SKY INVESTIGATION AMR: 11.662

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



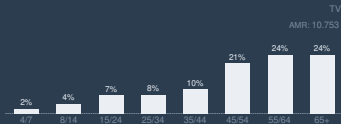
DEVICE CONNESSI AMR: 62

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



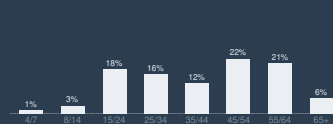
SKY SPORT UNO AMR: 11.432

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



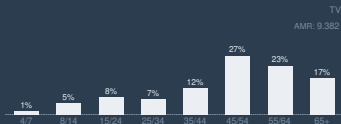
DEVICE CONNESSI AMR: 679

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



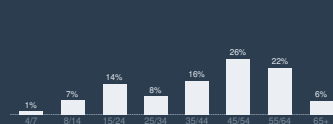
SKY UNO +1 AMR: 9.392

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



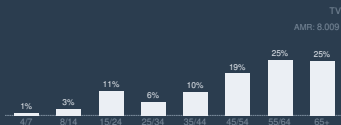
DEVICE CONNESSI AMR: 10

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



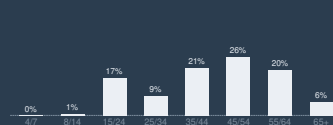
SKY CINEMA COLLECTION AMR: 8.050

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



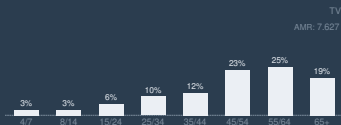
DEVICE CONNESSI AMR: 41

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



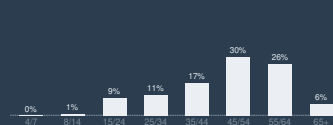
SKY CINEMA ACTION AMR: 7.677

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



DEVICE CONNESSI AMR: 50

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



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:

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

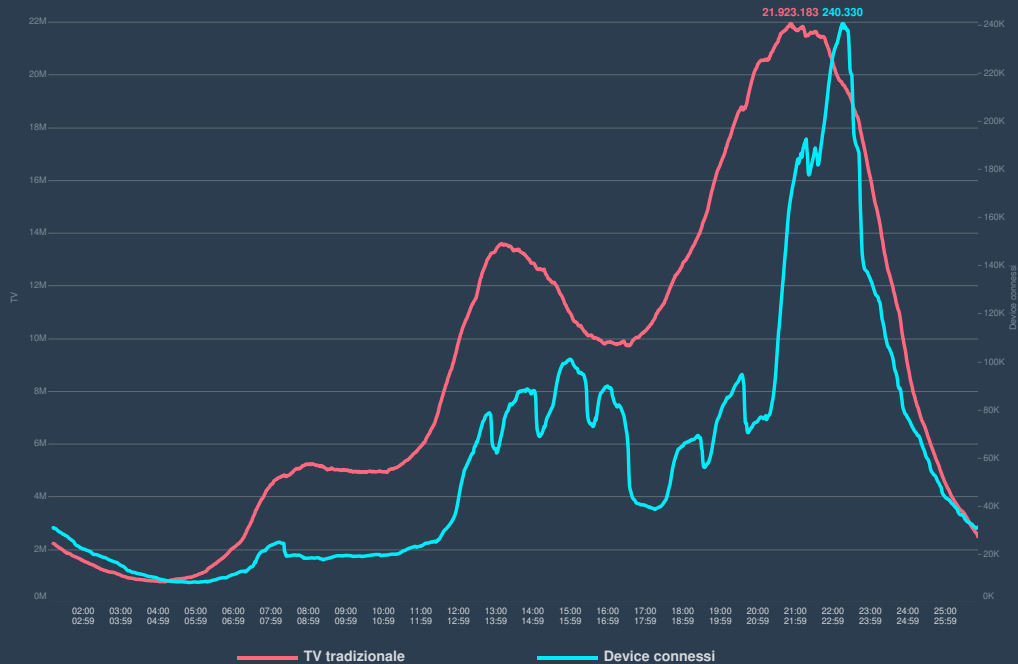
9.021.141 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

60.104 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:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

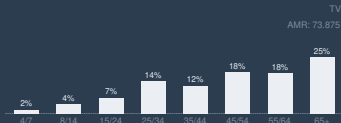


Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

DAZN
AMR: 84.367

Donne
31
%

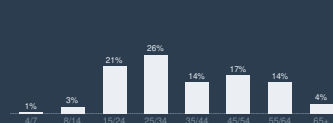
Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 10.492

Donne
9
%

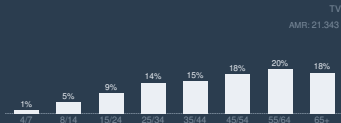
Uomini
91
%



DAZN4
AMR: 24.019

Donne
32
%

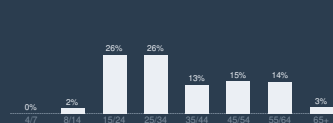
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.676

Donne
11
%

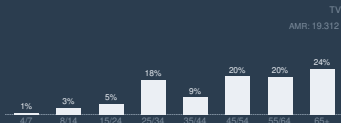
Uomini
89
%



DAZN2
AMR: 22.344

Donne
29
%

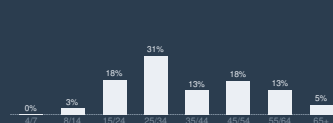
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3.033

Donne
7
%

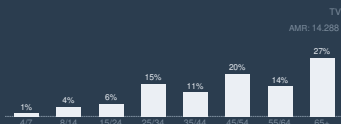
Uomini
93
%



DAZN1
AMR: 17.079

Donne
28
%

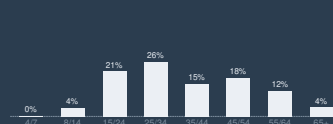
Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.790

Donne
9
%

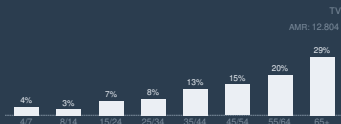
Uomini
91
%



DAZN3
AMR: 14.797

Donne
31
%

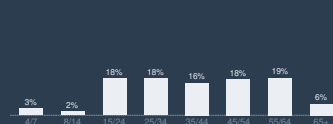
Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.993

Donne
9
%

Uomini
91
%



total audience linear

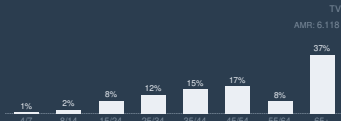
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

ZONA DAZN AMR: 6.118

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



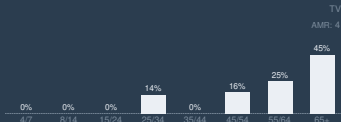
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 2 AMR: 4

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



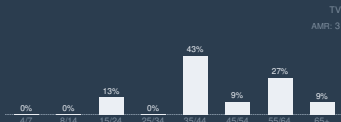
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 5 AMR: 3

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



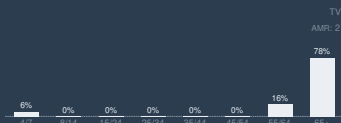
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 4 AMR: 2

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



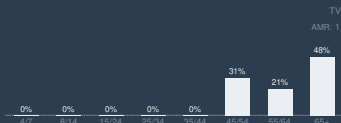
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 3 AMR: 1

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



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



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



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 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:

29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

217.431 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

canale

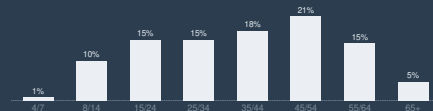
sesto

età

DAZN
AMR: 5.017

Donne
9
%

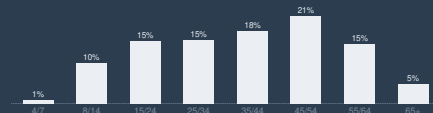
Uomini
91
%



DAZN VOD
AMR: 5.017

Donne
9
%

Uomini
91
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

canale

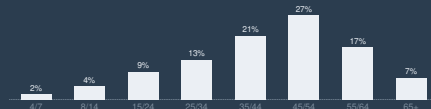
seesso

età

Discovery
AMR: 2.590

Donne
54
%

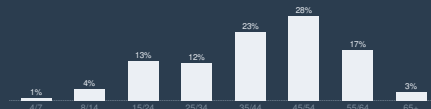
Uomini
46
%



REAL TIME
AMR: 844

Donne
76
%

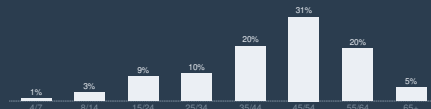
Uomini
24
%



NOVE
AMR: 515

Donne
50
%

Uomini
50
%



DMAX
AMR: 447

Donne
21
%

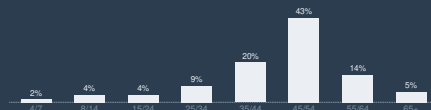
Uomini
79
%



MOTOR TREND
AMR: 131

Donne
9
%

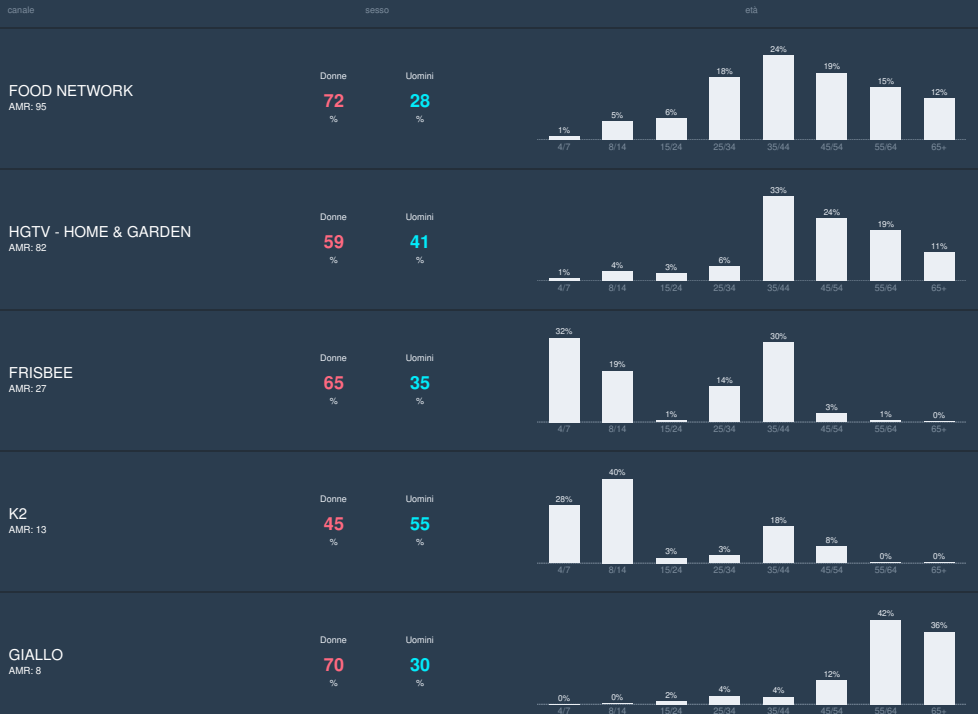
Uomini
91
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

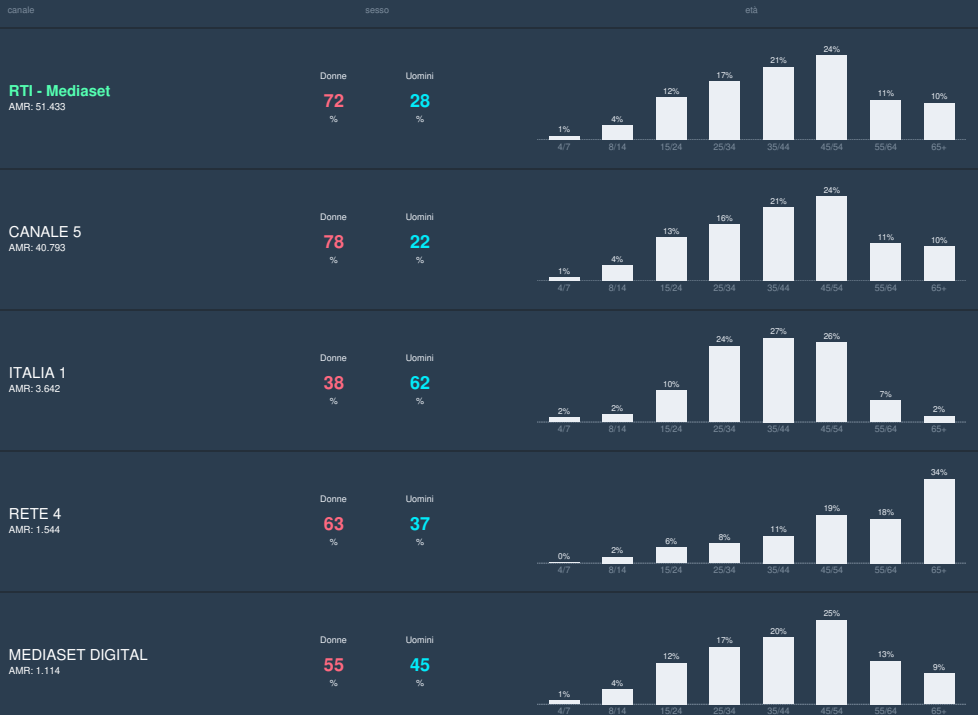




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 471

Donne

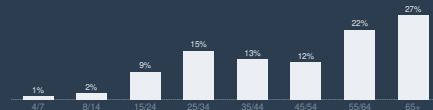
28

%

Uomini

72

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

canale

seesso

età

RAI

AMR: 142.007

Donne

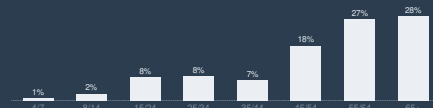
61

%

Uomini

39

%



RAI 2

AMR: 84.814

Donne

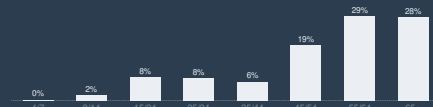
57

%

Uomini

43

%



RAI 1

AMR: 30.570

Donne

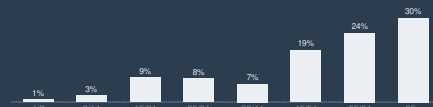
70

%

Uomini

30

%



RAIPLAY

AMR: 7.539

Donne

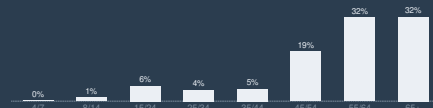
66

%

Uomini

34

%



RAI 3

AMR: 6.613

Donne

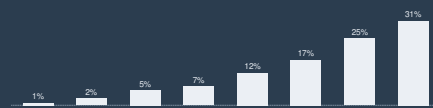
60

%

Uomini

40

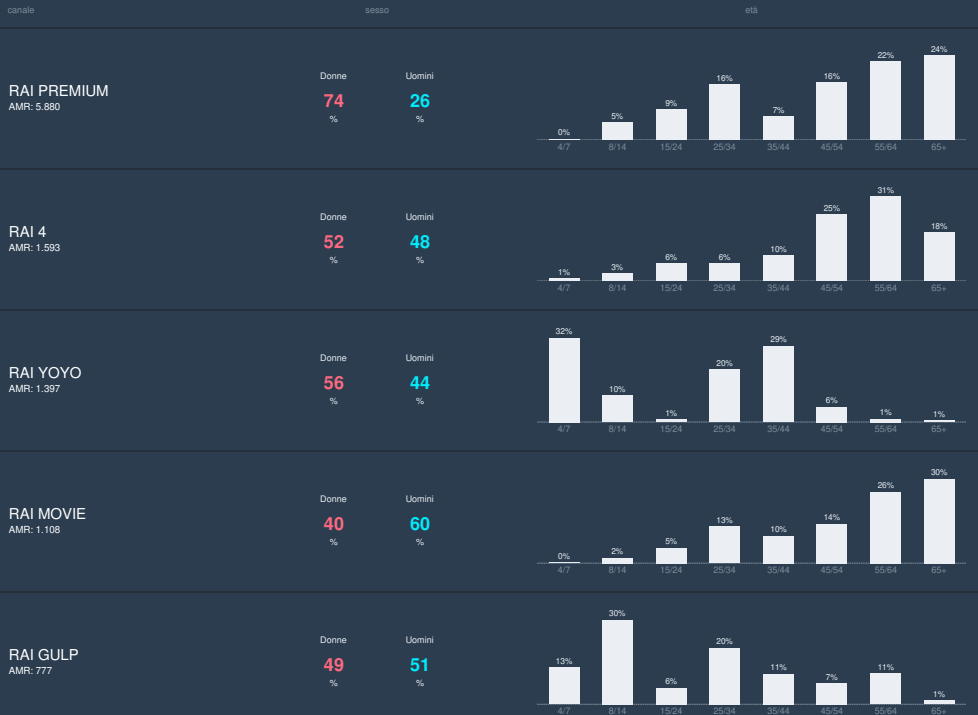
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



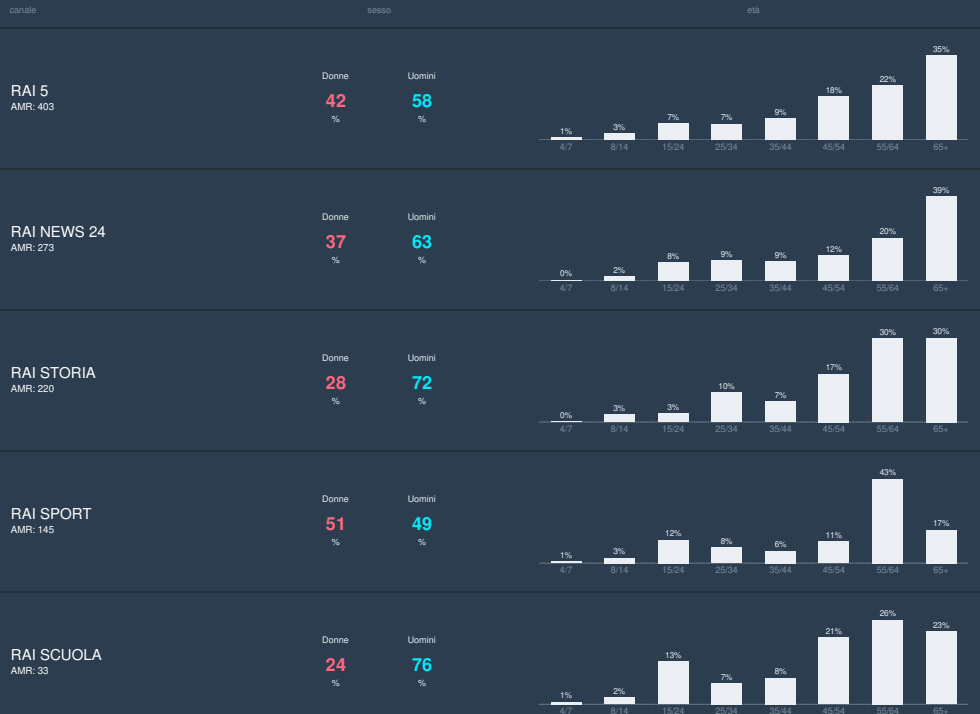
Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 15.112

Donne

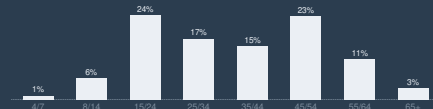
32

%

Uomini

68

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 2.988

Donne

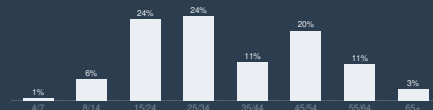
7

%

Uomini

93

%



SKY UNO

AMR: 2.904

Donne

47

%

Uomini

53

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 1.879

Donne

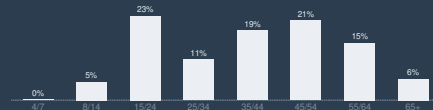
21

%

Uomini

79

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.827

Donne

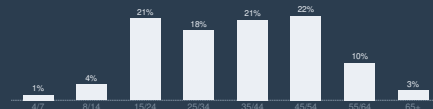
32

%

Uomini

68

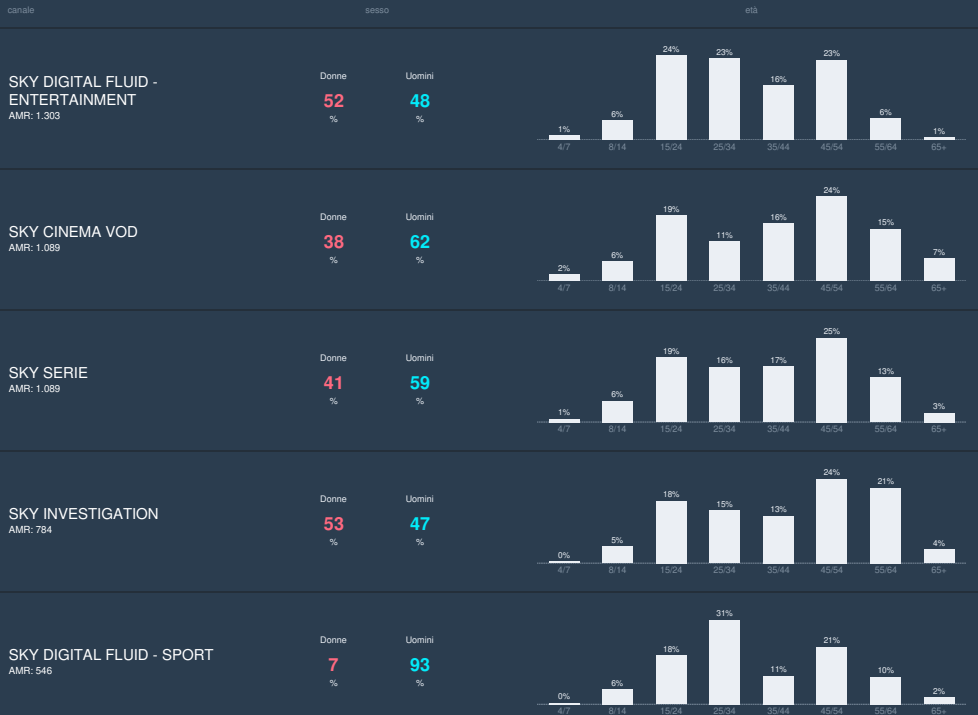
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



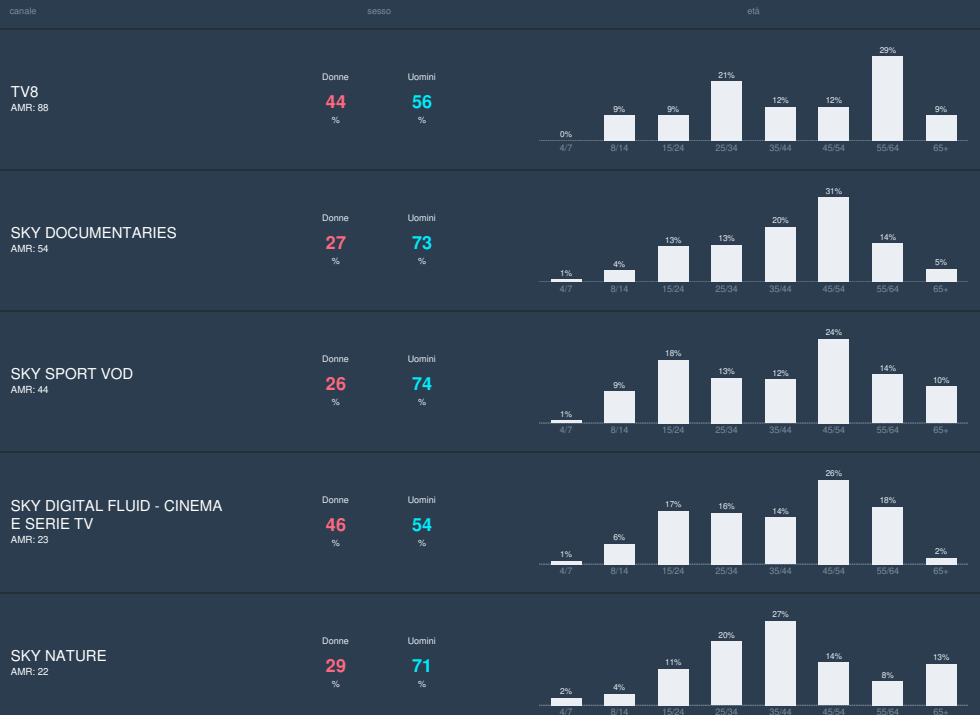
Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
29 gennaio 2023 - 4 febbraio 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

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