



standard auditel total audience

Report Settimanale

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

8.876.469 ascoltatori medi (AMR)

1.491.246.728 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

681.265

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

339.144

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



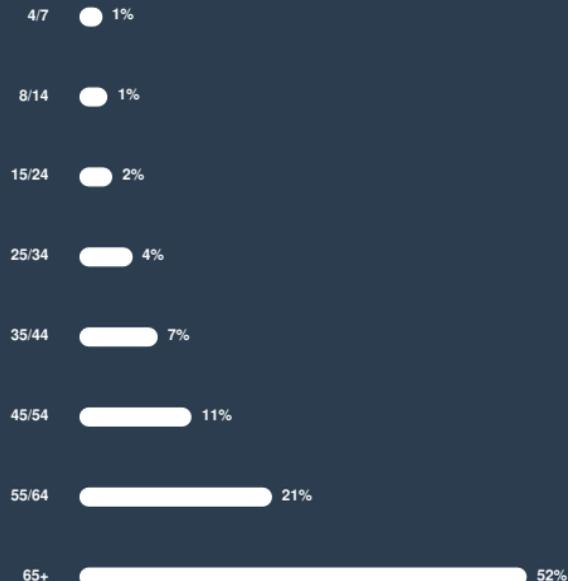
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

3.497.496

Ascoltatori medi

Andamento AMR

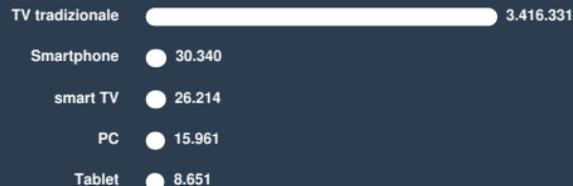
+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

3.296.341

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

635.974

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

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:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

8.961.849 ascoltatori medi (AMR)

1.505.590.596 ore totali (TTS)

Auditel

total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore



AMR Total Audience

89.780

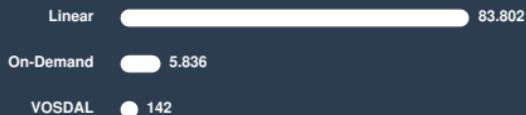
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 11%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

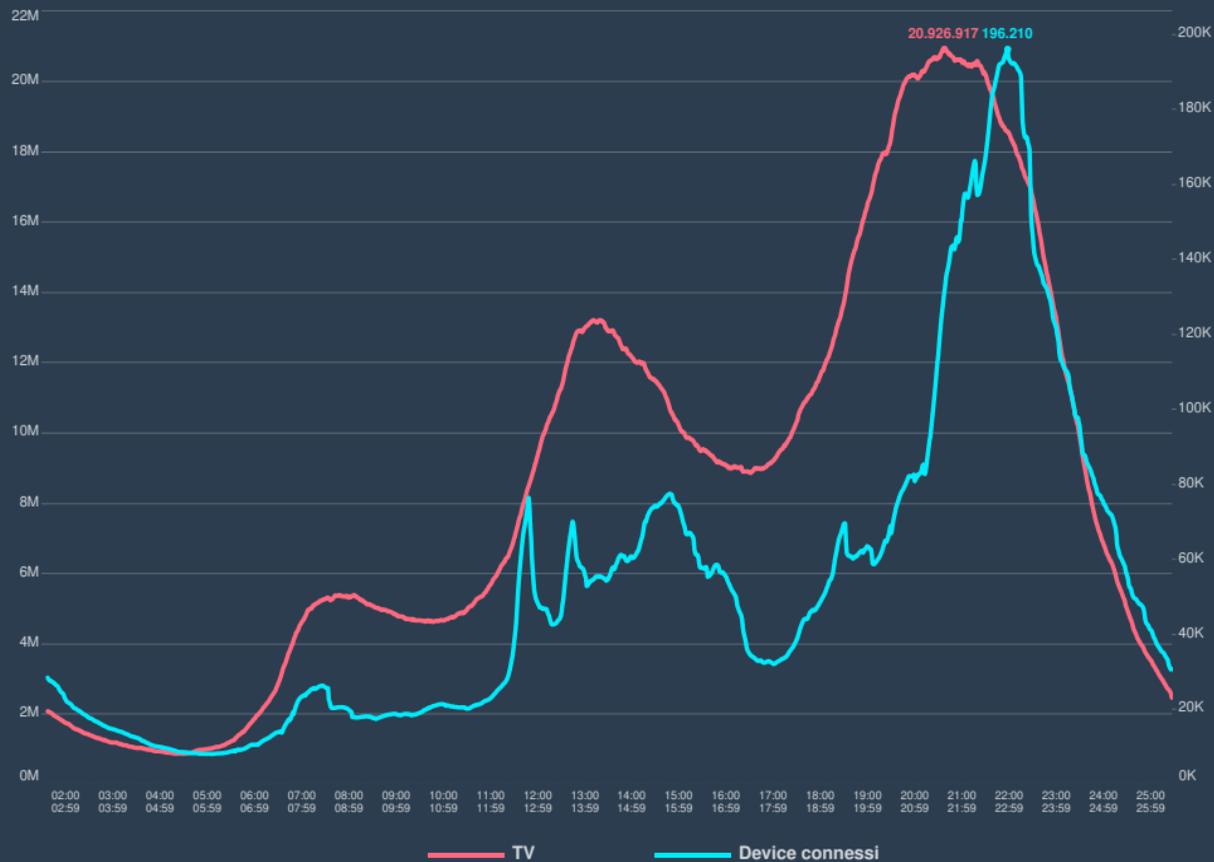
8.645.064 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

53.139 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target



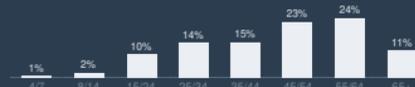
Discovery AMR: 677.065

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



DEVICE CONNESSI AMR: 1.017

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



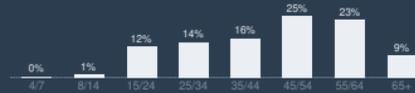
NOVE AMR: 156.060

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



DEVICE CONNESSI AMR: 227

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



REAL TIME AMR: 109.211

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



DEVICE CONNESSI AMR: 144

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



GIALLO AMR: 77.279

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



DEVICE CONNESSI AMR: 226

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



DMAX AMR: 76.014

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



DEVICE CONNESSI AMR: 128

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



total audience linear

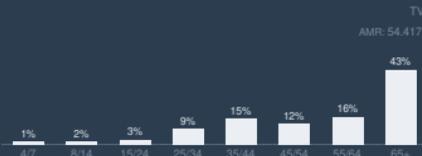
composizione ascolto per editore per target



FOOD NETWORK

AMR: 54.432

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 15

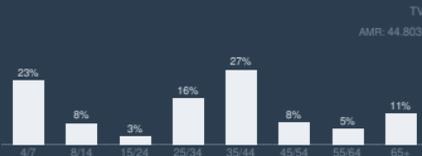
Donne **64**%
Uomini **36**%



FRISBEE

AMR: 44.811

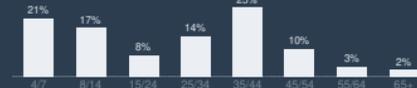
Donne **61**%
Uomini **39**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 8

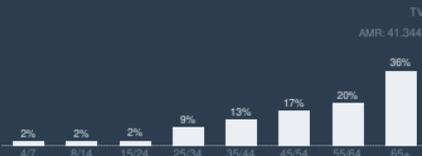
Donne **57**%
Uomini **43**%



MOTOR TREND

AMR: 41.406

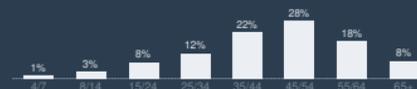
Donne **26**%
Uomini **74**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 62

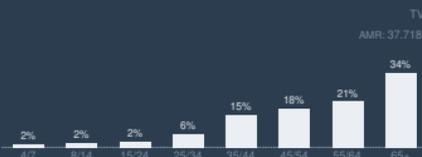
Donne **13**%
Uomini **87**%



HGTV - HOME & GARDEN

AMR: 37.742

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 24

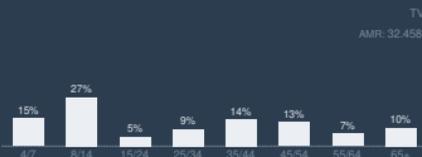
Donne **62**%
Uomini **38**%



K2

AMR: 32.469

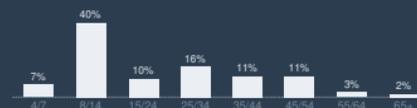
Donne **47**%
Uomini **53**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 11

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 337.782

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



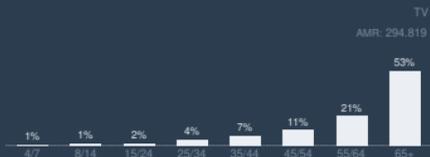
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.213

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



LA7
AMR: 297.032

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



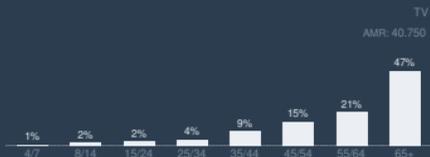
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.213

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



LA7D
AMR: 40.750

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



total audience linear

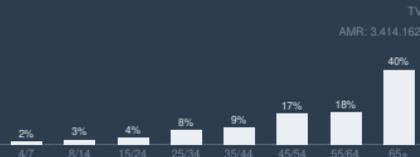
composizione ascolto per editore per target



RTI - Mediaset

AMR: 3.438.557

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 24.395

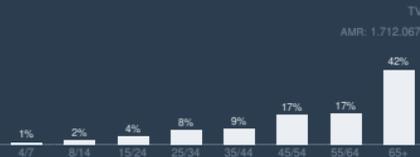
Donne **53**%
Uomini **47**%



CANALE 5

AMR: 1.723.600

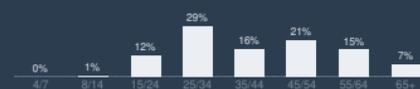
Donne **62**%
Uomini **38**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 11.533

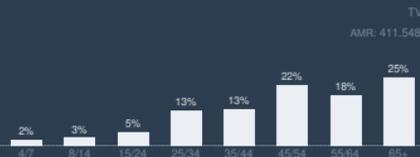
Donne **56**%
Uomini **44**%



ITALIA 1

AMR: 413.376

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.828

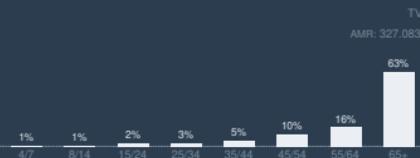
Donne **40**%
Uomini **60**%



RETE 4

AMR: 328.112

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.029

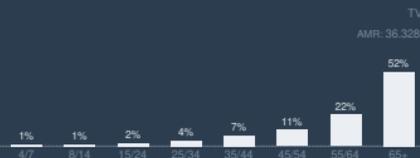
Donne **54**%
Uomini **46**%



TGCOM 24

AMR: 38.267

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.939

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

**total
audience
linear**

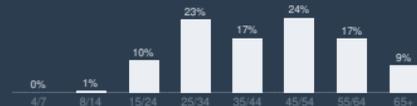
**composizione
ascolto per
editore per
target**



MEDIASET DIGITAL
AMR: 5.230

DEVICE CONNESSI
AMR: 5.230

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



total audience linear

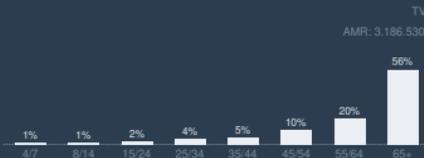
composizione ascolto per editore per target



RAI

AMR: 3.198.284

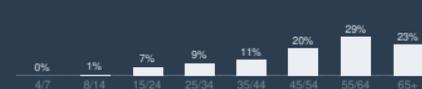
Donne **60**%
Uomini **40**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 11.754

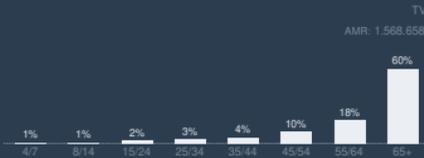
Donne **54**%
Uomini **46**%



RAI 1

AMR: 1.572.926

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 4.267

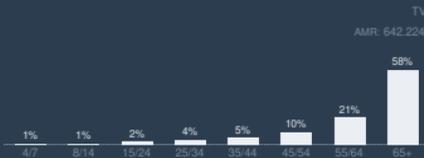
Donne **66**%
Uomini **34**%



RAI 3

AMR: 644.066

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.842

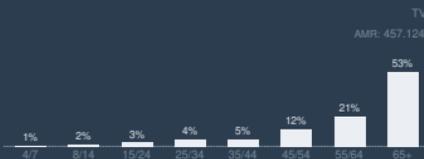
Donne **52**%
Uomini **48**%



RAI 2

AMR: 458.993

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.868

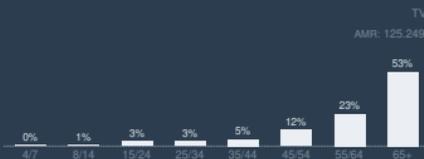
Donne **48**%
Uomini **52**%



RAI PREMIUM

AMR: 125.499

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 250

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

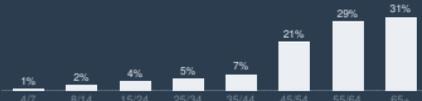
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



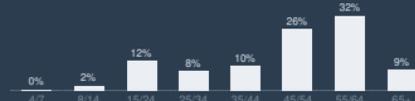
RAI 4
AMR: 95.130

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 412

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



RAI MOVIE
AMR: 78.581

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 238

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



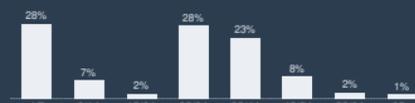
RAI YOYO
AMR: 66.453

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



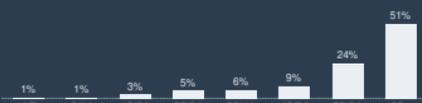
DEVICE CONNESSI
AMR: 55

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



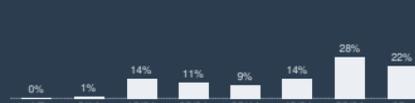
RAI SPORT
AMR: 47.334

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 476

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



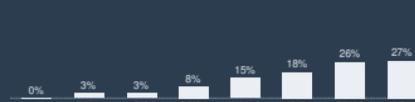
RAI NEWS 24
AMR: 42.980

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 985

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



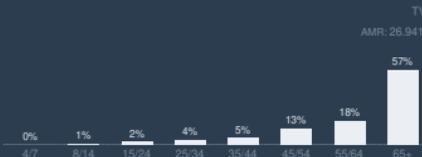
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 27.020

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



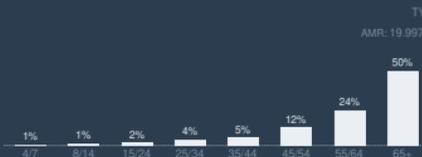
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 20.149

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



DEVICE CONNESSI

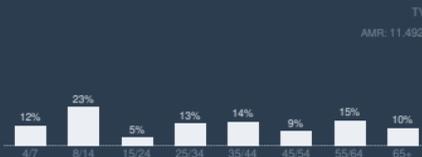
AMR: 153

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



RAI GULP
AMR: 11.511

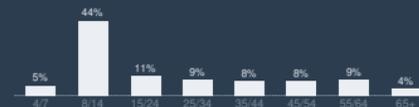
Donne **61**%
Uomini **39**%



DEVICE CONNESSI

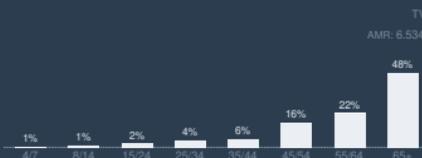
AMR: 19

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



RAI SCUOLA
AMR: 6.588

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 54

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



RAI RADIO2
AMR: 560

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 560

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Sky Italia

AMR: 621.131

Donne

46
%

Uomini

54
%



TV
AMR: 607.369

DEVICE CONNESSI

AMR: 13.761

Donne

17
%

Uomini

83
%



TV8

AMR: 185.874

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 184.958

DEVICE CONNESSI

AMR: 916

Donne

28
%

Uomini

72
%



CIELO

AMR: 84.024

Donne

46
%

Uomini

54
%



TV
AMR: 83.889

DEVICE CONNESSI

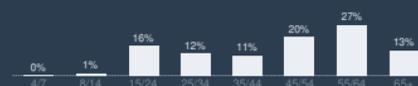
AMR: 135

Donne

38
%

Uomini

62
%



SKY SPORT UNO

AMR: 41.196

Donne

31
%

Uomini

69
%



TV
AMR: 38.733

DEVICE CONNESSI

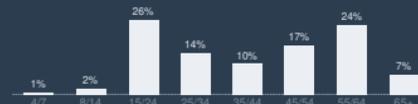
AMR: 2.464

Donne

12
%

Uomini

88
%



SKY SPORT 24

AMR: 29.645

Donne

30
%

Uomini

70
%



TV
AMR: 28.567

DEVICE CONNESSI

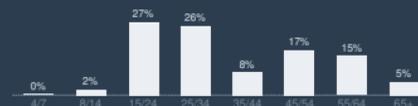
AMR: 1.078

Donne

12
%

Uomini

88
%



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

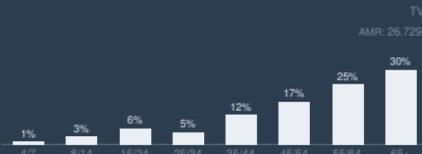
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



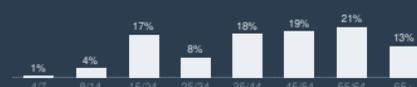
SKY TG24
AMR: 27.575

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



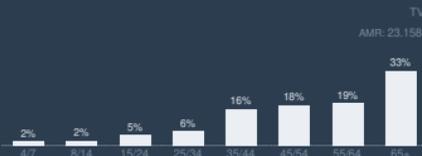
DEVICE CONNESSI
AMR: 846

Donne **22**%
Uomini **78**%



SKY TG24 (50)
AMR: 23.158

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



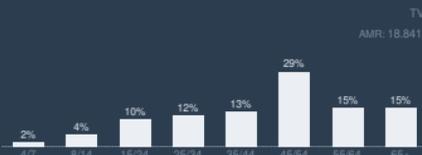
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



SKY UNO
AMR: 19.296

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



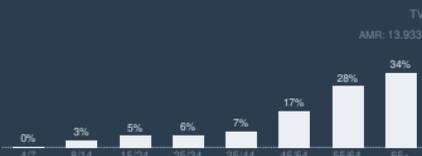
DEVICE CONNESSI
AMR: 395

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



SKY SPORT TENNIS
AMR: 15.204

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



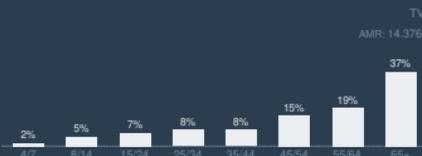
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.271

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



SKY SPORT CALCIO
AMR: 14.822

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 446

Donne **9**%
Uomini **91**%



total audience linear

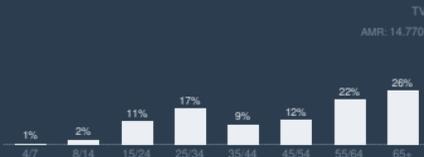
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

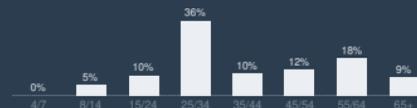
SKY SERIE +1
AMR: 14.783

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



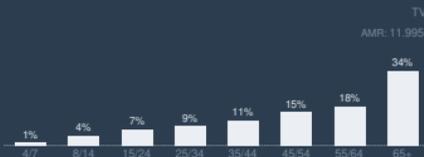
DEVICE CONNESSI
AMR: 13

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



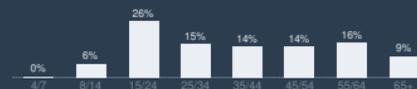
SKY SPORT 251
AMR: 13.798

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



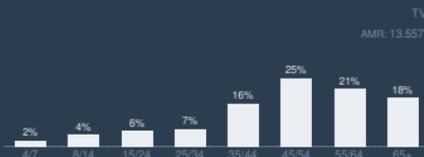
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.803

Donne **9**%
Uomini **91**%



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 13.621

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



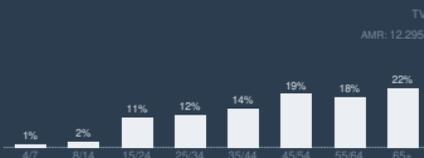
DEVICE CONNESSI
AMR: 64

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



SKY SPORT F1
AMR: 13.574

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



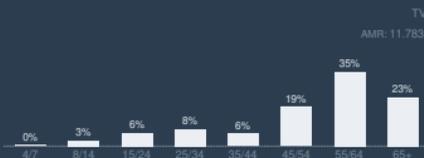
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.279

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



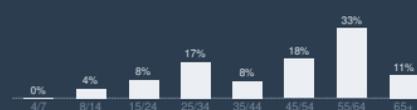
SKY INVESTIGATION
AMR: 11.845

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 62

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



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:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

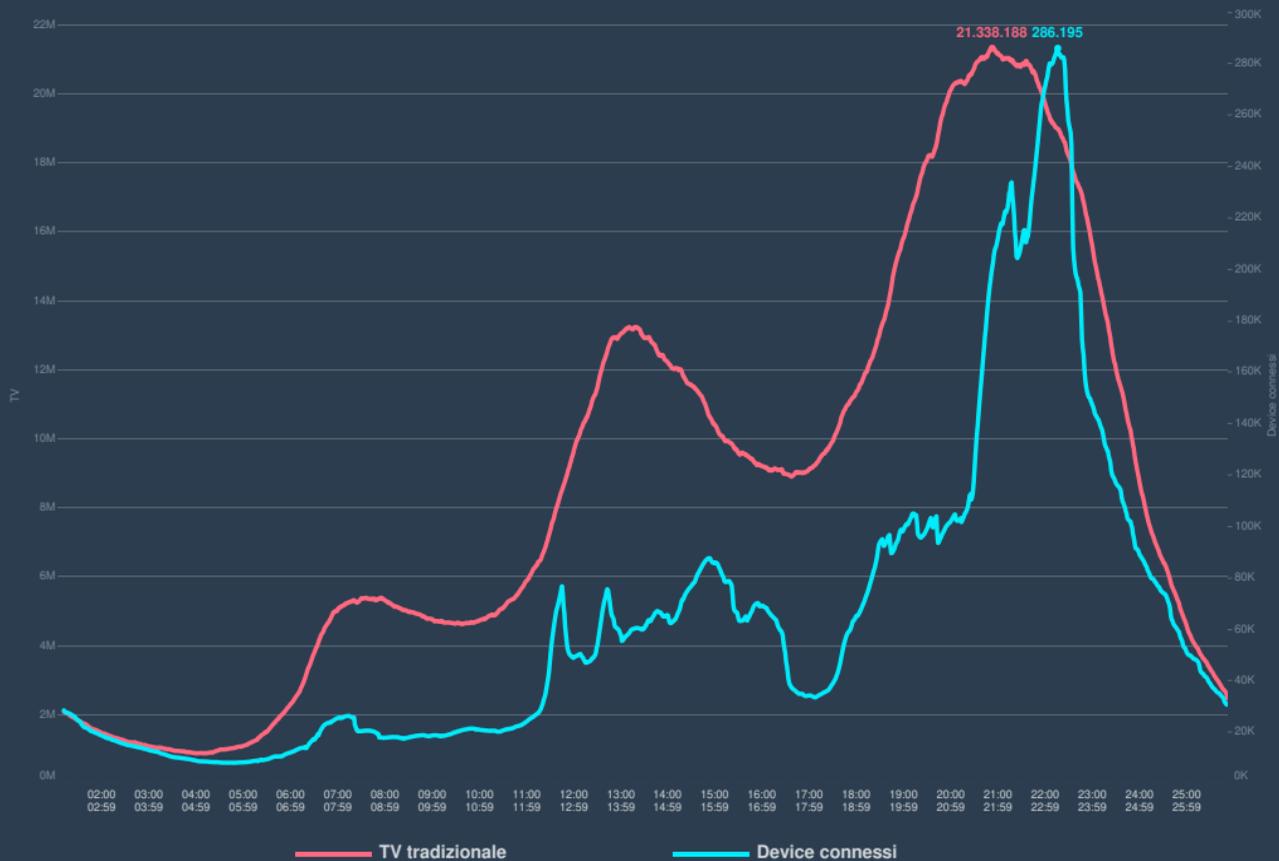
8.713.517 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

64.231 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN



total audience linear

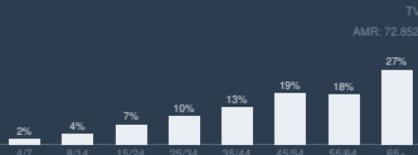
composizione ascolto per editore per target



DAZN
AMR: 83.944

Donne
31
%

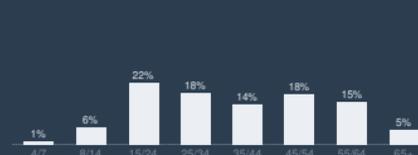
Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 11.092

Donne
10
%

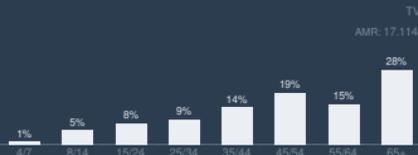
Uomini
90
%



DAZN1
AMR: 20.201

Donne
32
%

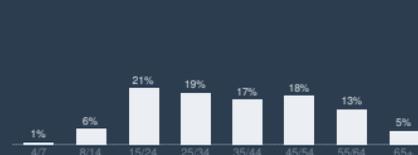
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3.087

Donne
13
%

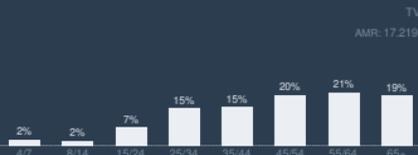
Uomini
87
%



DAZN6
AMR: 19.647

Donne
30
%

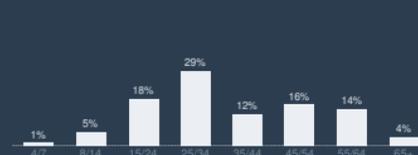
Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.428

Donne
10
%

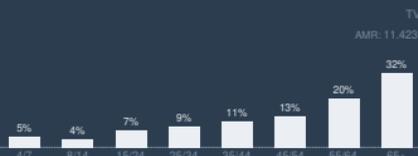
Uomini
90
%



DAZN2
AMR: 13.351

Donne
23
%

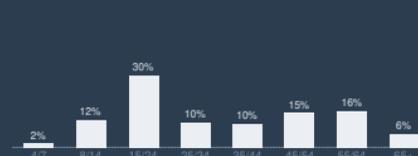
Uomini
77
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.928

Donne
6
%

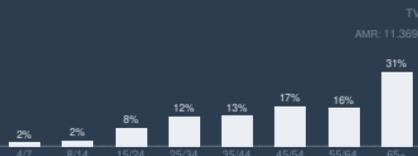
Uomini
94
%



DAZN5
AMR: 12.885

Donne
34
%

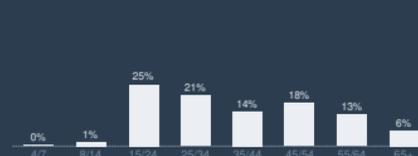
Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.515

Donne
14
%

Uomini
86
%



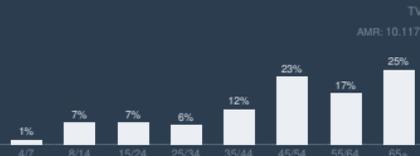
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



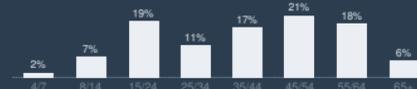
DAZN3
AMR: 12.017

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



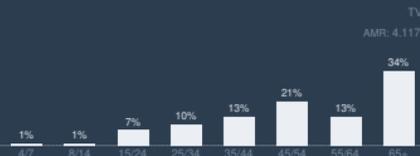
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.900

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



ZONA DAZN
AMR: 4.117

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



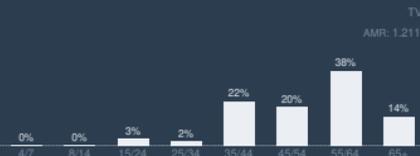
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



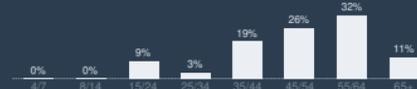
DAZN4
AMR: 1.444

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



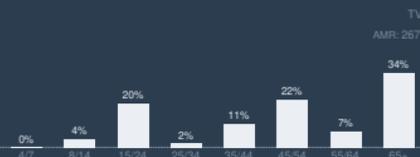
DEVICE CONNESSI
AMR: 233

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



ZONA DAZN 2
AMR: 267

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



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 3
AMR: 8

Donne **3**%
Uomini **97**%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



total audience linear

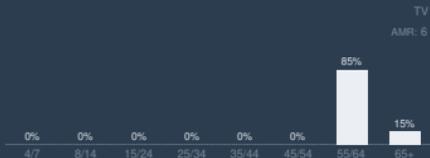
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

ZONA DAZN 5
AMR: 6

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



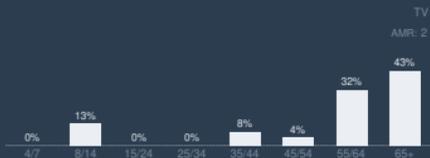
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 4
AMR: 2

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



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

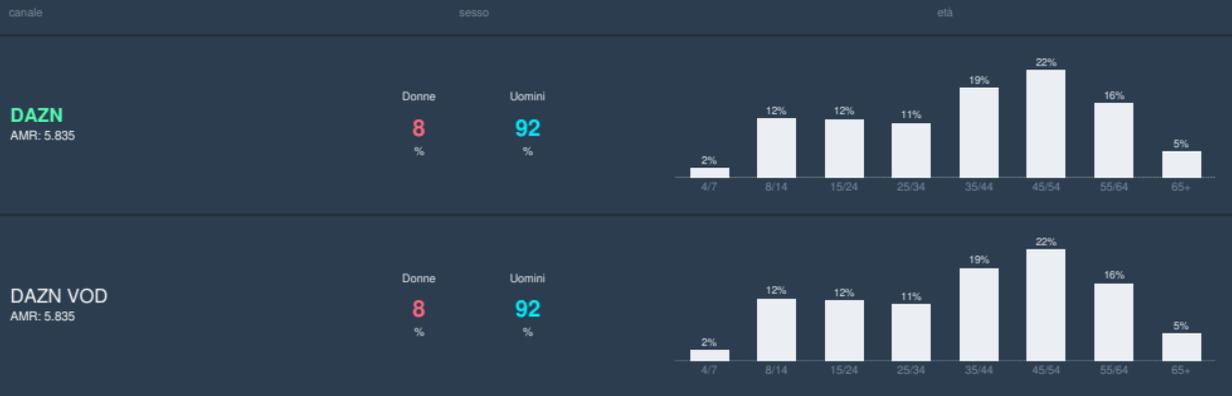
175.467 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

Discovery

AMR: 3.625

Donne

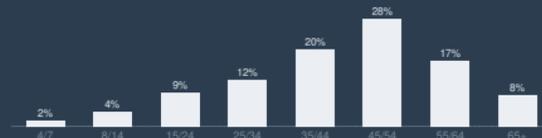
57

%

Uomini

43

%



REAL TIME

AMR: 1.316

Donne

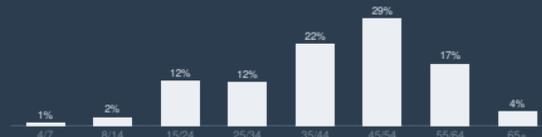
78

%

Uomini

22

%



NOVE

AMR: 777

Donne

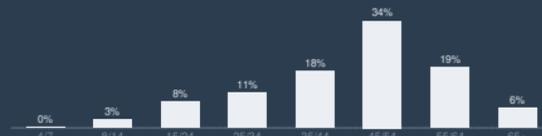
50

%

Uomini

50

%



DMAX

AMR: 531

Donne

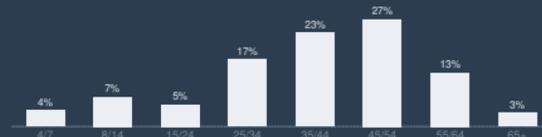
21

%

Uomini

79

%



MOTOR TREND

AMR: 140

Donne

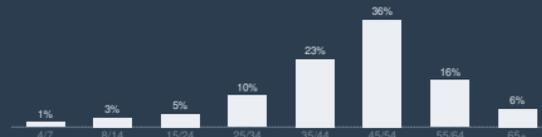
7

%

Uomini

93

%

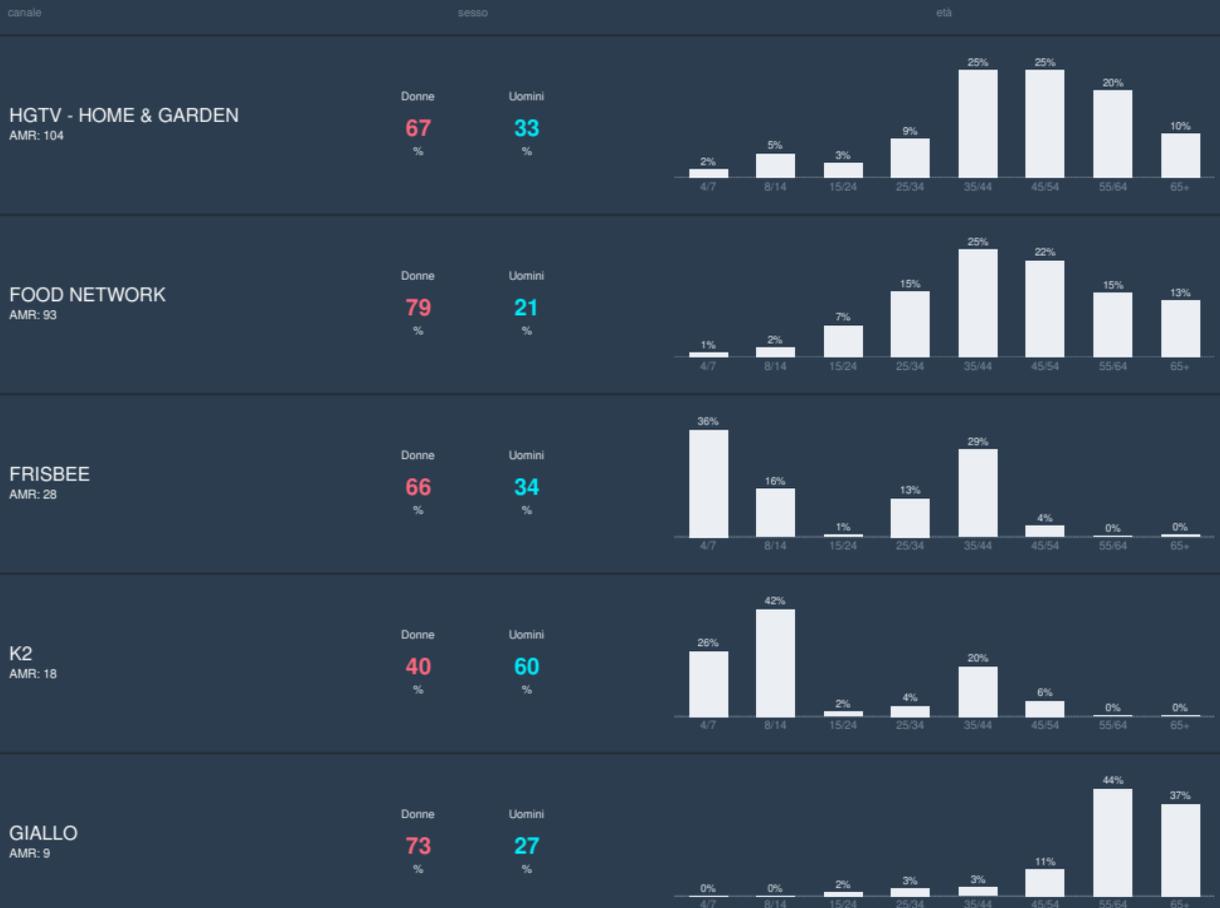


Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

La7

AMR: 1.163

Donne

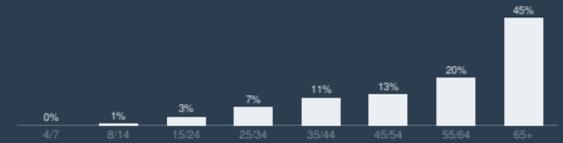
38

%

Uomini

62

%



LA7

AMR: 1.159

Donne

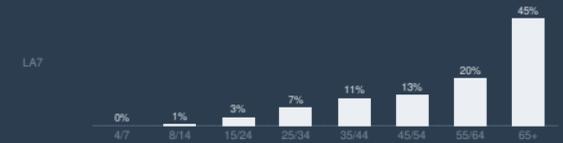
38

%

Uomini

62

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

12 marzo 2023 - 18 marzo 2023

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

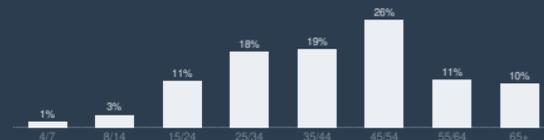
seesso

età

RTI - Mediaset
AMR: 56.771

Donne
71
%

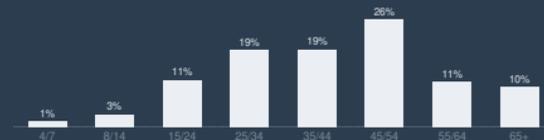
Uomini
29
%



CANALE 5
AMR: 45.919

Donne
75
%

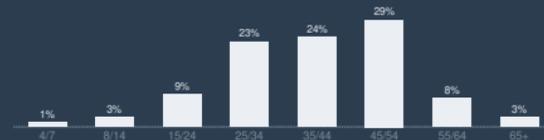
Uomini
25
%



ITALIA 1
AMR: 4.131

Donne
45
%

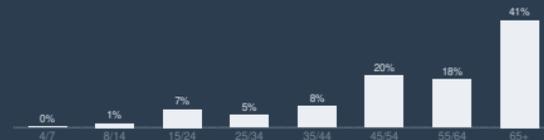
Uomini
55
%



RETE 4
AMR: 1.457

Donne
66
%

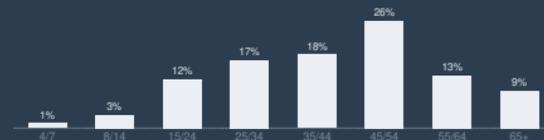
Uomini
34
%



MEDIASET DIGITAL
AMR: 1.064

Donne
57
%

Uomini
43
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

RAI
AMR: 95.009

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



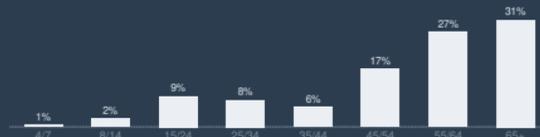
RAI 2
AMR: 42.122

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



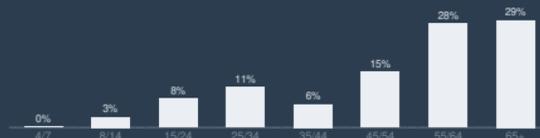
RAI 1
AMR: 27.421

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



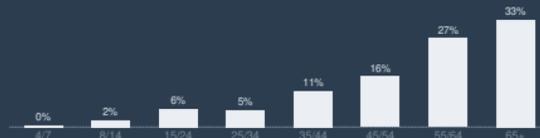
RAI PREMIUM
AMR: 8.318

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



RAI 3
AMR: 5.377

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



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

sesto

età

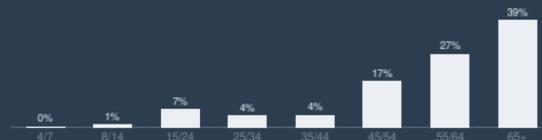
RAIPLAY
AMR: 5.018

Donne

70%

Uomini

30%



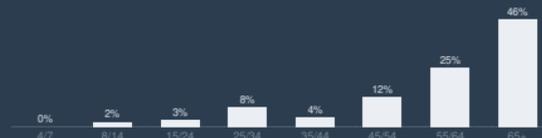
RAI MOVIE
AMR: 1.610

Donne

40%

Uomini

60%



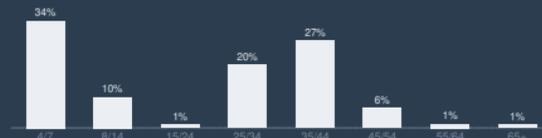
RAI YOYO
AMR: 1.414

Donne

60%

Uomini

40%



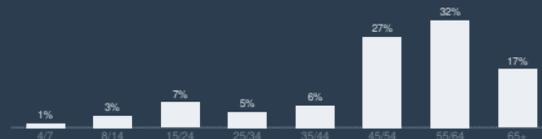
RAI 4
AMR: 943

Donne

49%

Uomini

51%



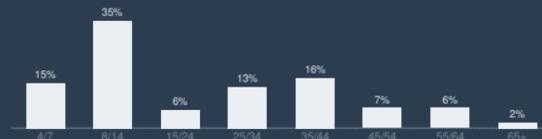
RAI GULP
AMR: 713

Donne

59%

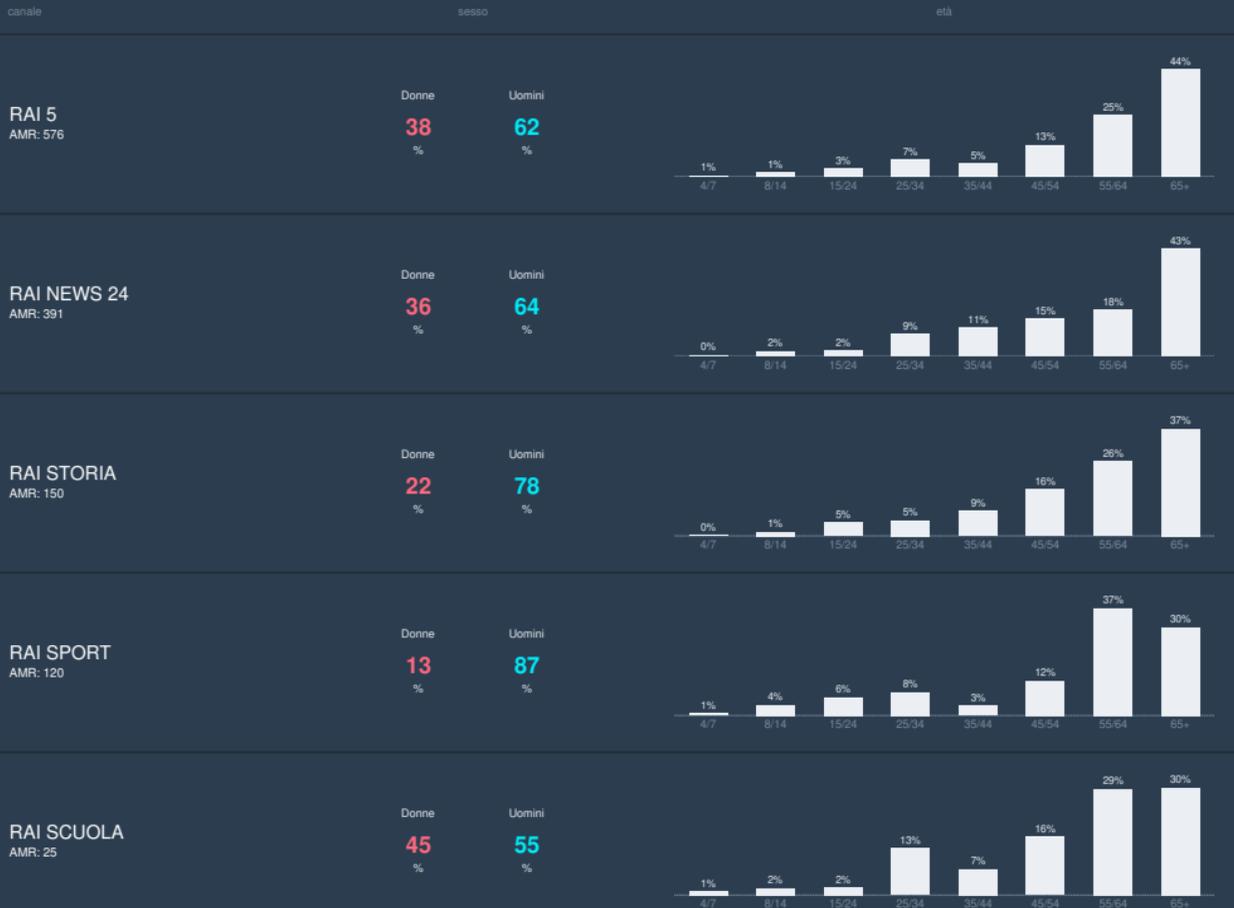
Uomini

41%



total audience on demand

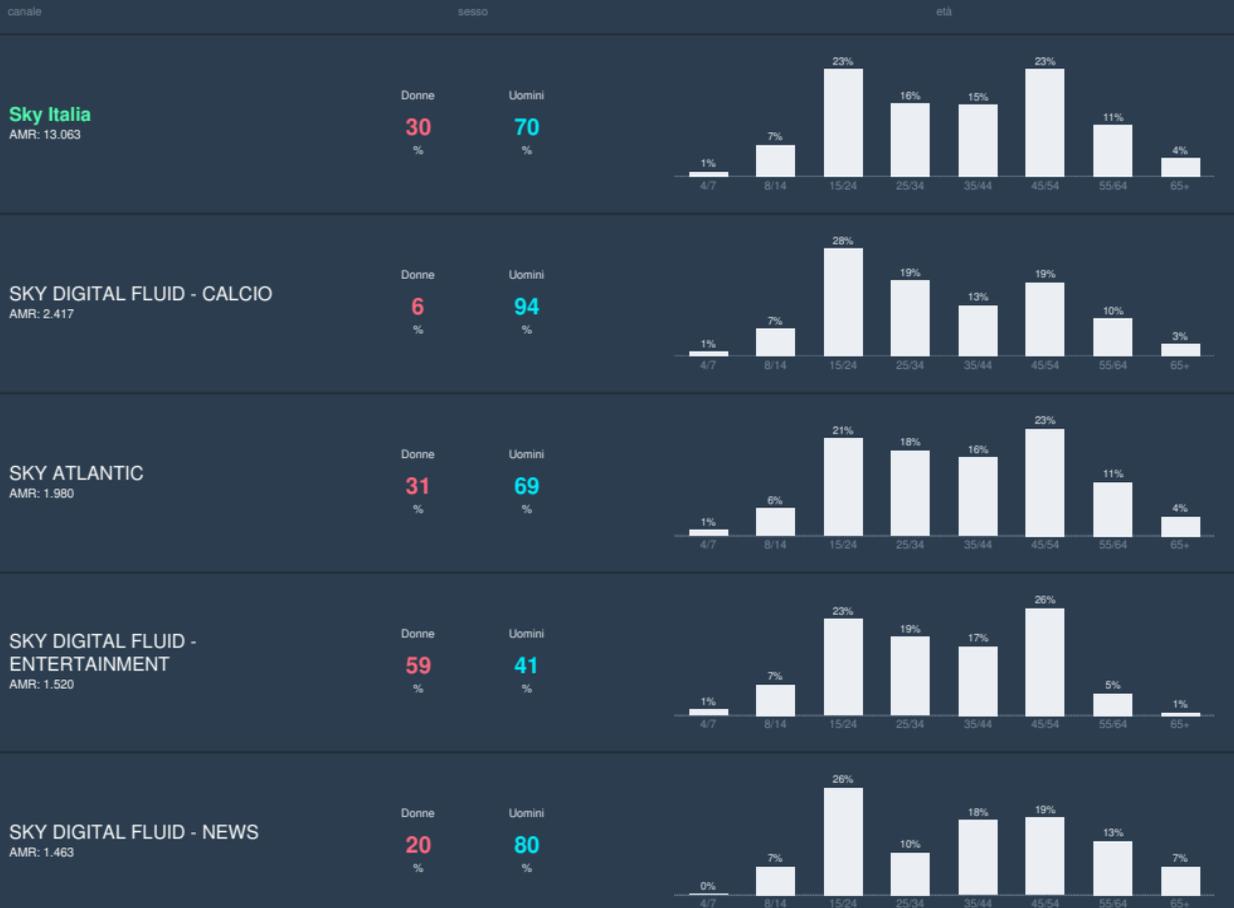
composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

SKY UNO
AMR: 1.320

Donne

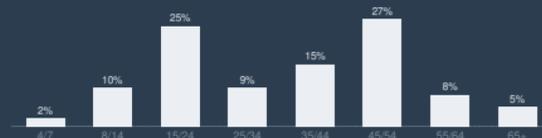
45

%

Uomini

55

%



SKY CINEMA VOD
AMR: 1.154

Donne

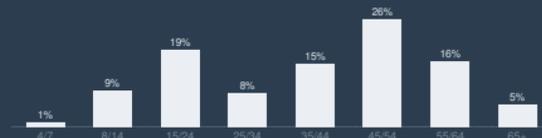
32

%

Uomini

68

%



SKY DIGITAL FLUID - SPORT
AMR: 920

Donne

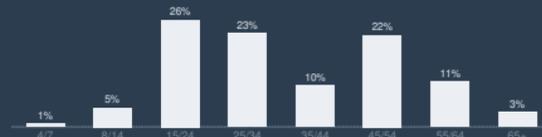
7

%

Uomini

93

%



SKY SERIE
AMR: 715

Donne

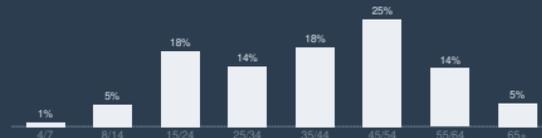
48

%

Uomini

52

%



SKY INVESTIGATION
AMR: 677

Donne

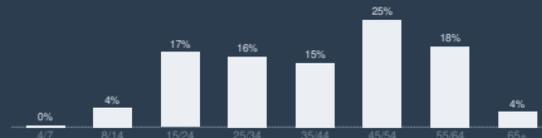
48

%

Uomini

52

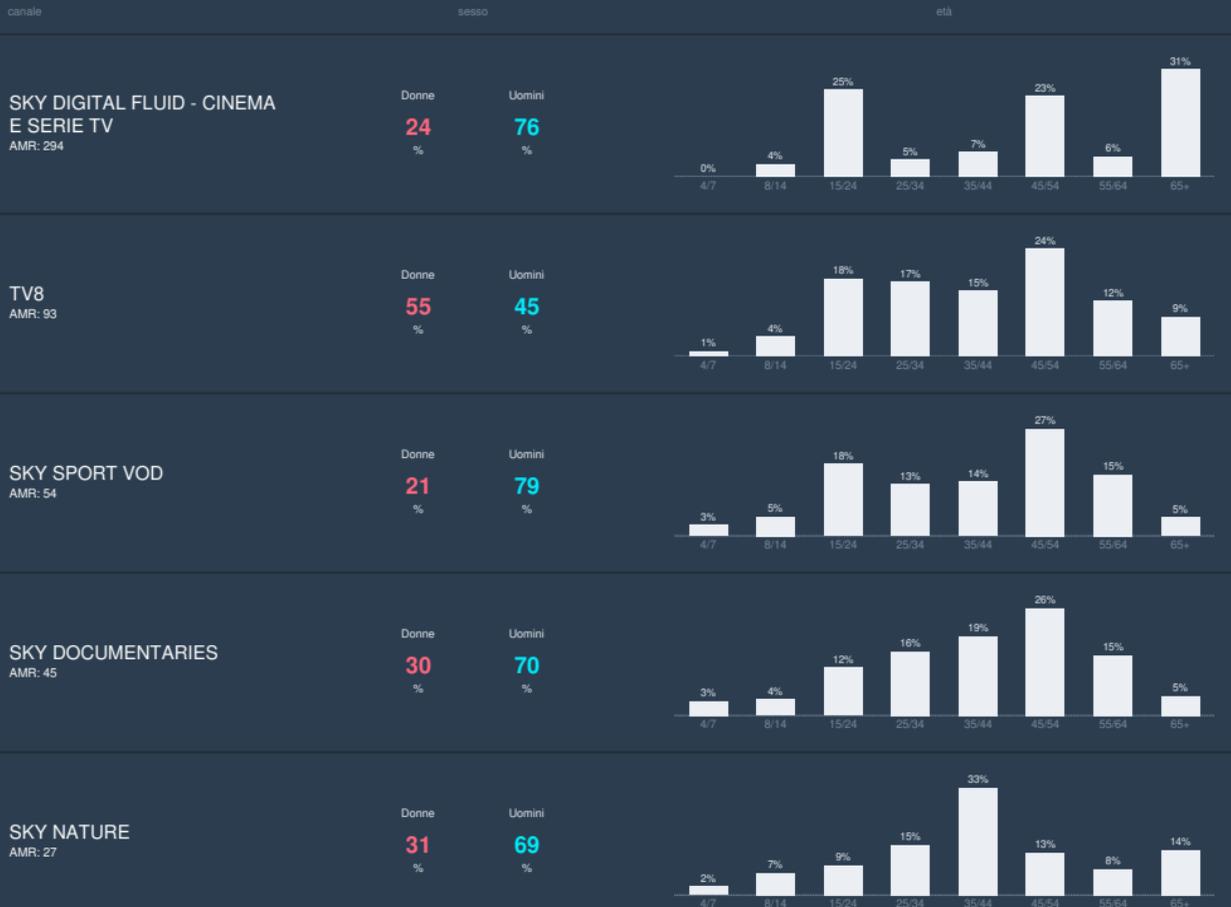
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
12 marzo 2023 - 18 marzo 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):

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

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

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

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