



standard auditel total audience

Report Settimanale

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

 Auditel 

total audience totali della settimana

totale editori

8.613.778 ascoltatori medi (AMR)

1.447.114.725 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

666.710

Ascoltatori medi

Andamento AMR

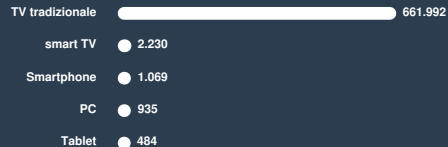
- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

338.791

Ascoltatori medi

Andamento AMR

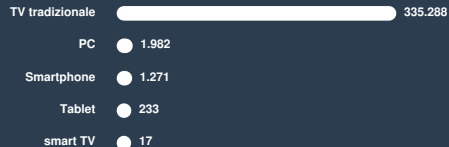
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



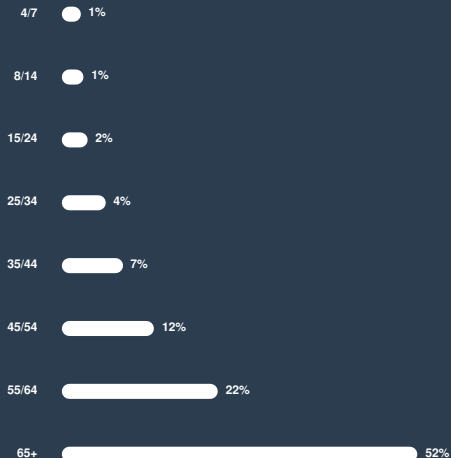
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



AMR Total Audience

3.347.849

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 4%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



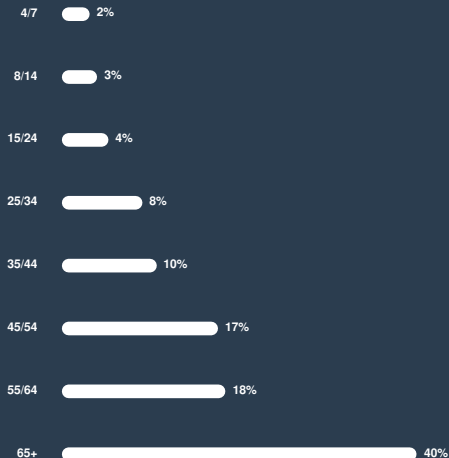
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

Rai

AMR Total Audience

3.267.321

Ascoltatori medi

Andamento AMR

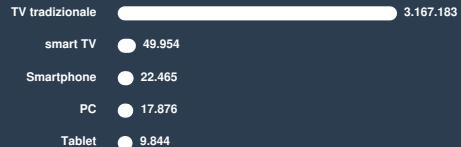
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



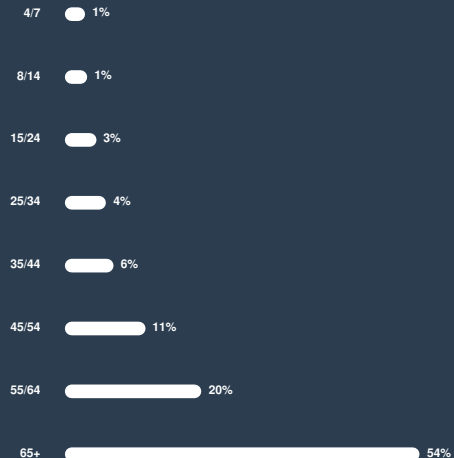
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

sky

AMR Total Audience

564.572

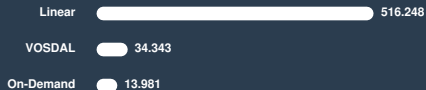
Ascoltatori medi

Andamento AMR

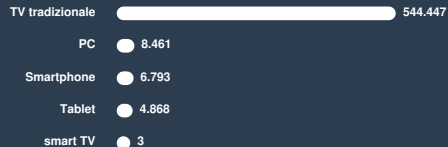
- 11%

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:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

8.676.293 ascoltatori medi (AMR)

1.457.617.182 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

68.049

Ascoltatori medi

Andamento AMR

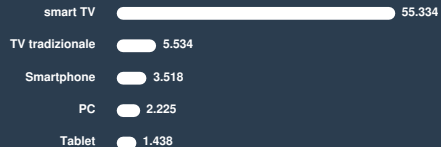
- 24%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



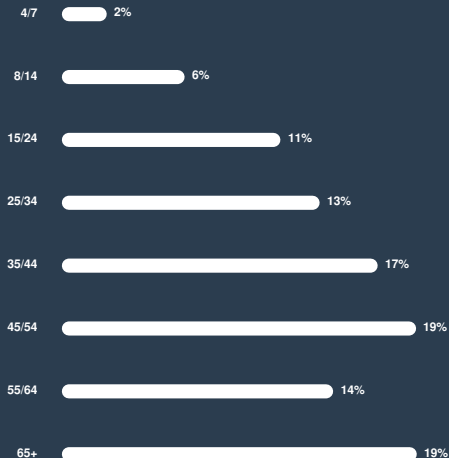
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

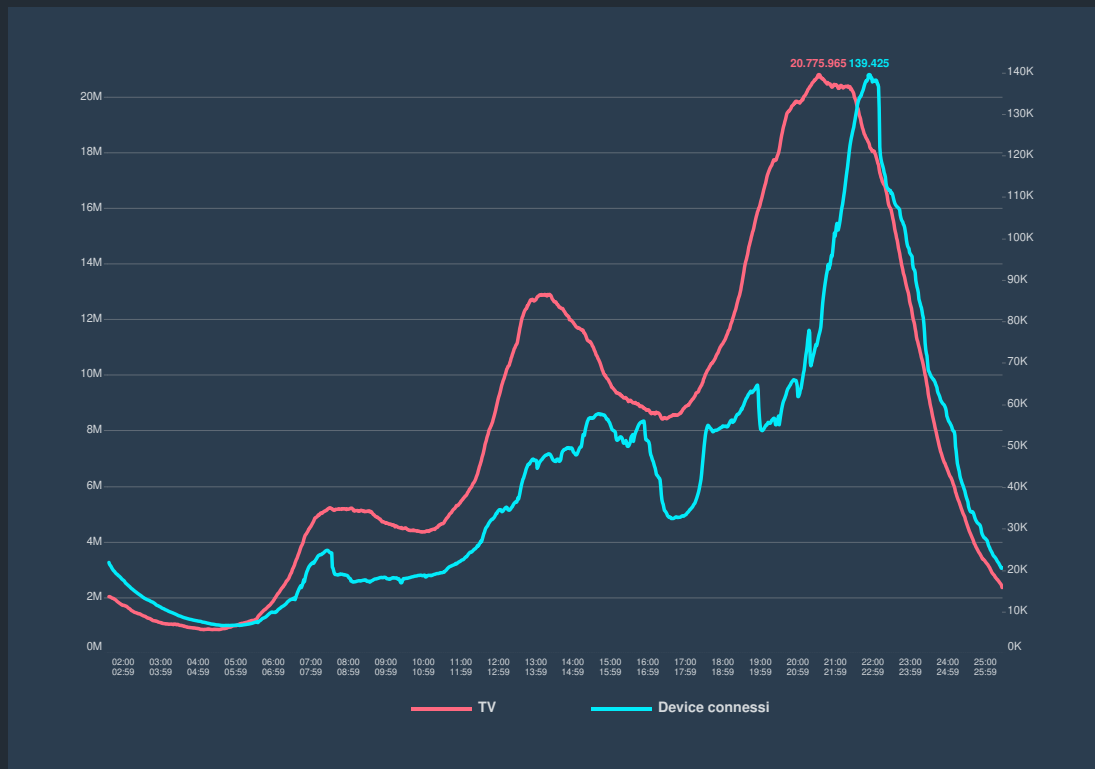
8.398.728 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

42.115 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

total audience linear

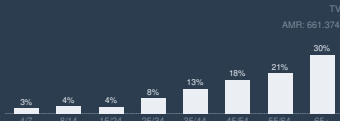
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

Discovery AMR: 662.363

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



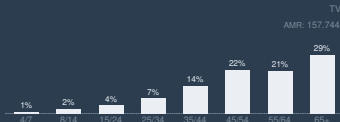
DEVICE CONNESSI AMR: 989

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



NOVE AMR: 157.990

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



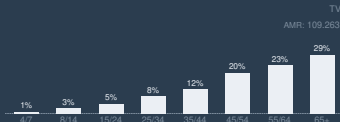
DEVICE CONNESSI AMR: 246

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



REAL TIME AMR: 109.404

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



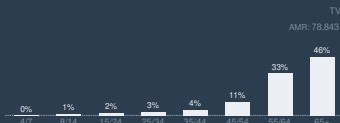
DEVICE CONNESSI AMR: 141

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



GIALLO AMR: 79.066

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



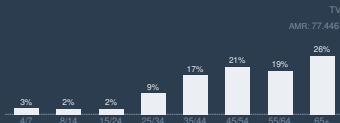
DEVICE CONNESSI AMR: 223

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



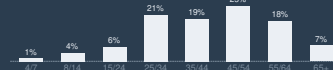
DMAX AMR: 77.576

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



DEVICE CONNESSI AMR: 130

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



total
audience
linear

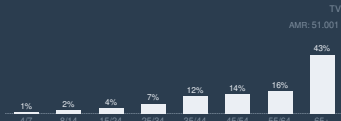
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

FOOD NETWORK
AMR: 51.014

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



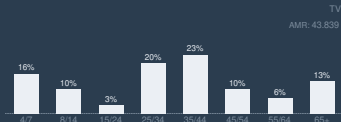
DEVICE CONNESSI
AMR: 13

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



FRISBEE
AMR: 43.847

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



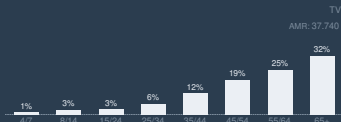
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 37.763

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



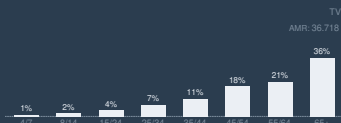
DEVICE CONNESSI
AMR: 24

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



MOTOR TREND
AMR: 36.782

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



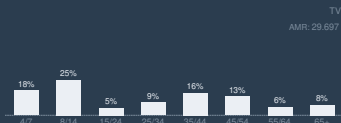
DEVICE CONNESSI
AMR: 63

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



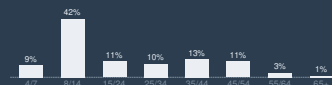
K2
AMR: 29.708

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7

AMR: 337.350

Donne

50

%

Uomini

50

%



TV
AMR: 335.065

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.285

Donne

36

%

Uomini

64

%



LA7

AMR: 297.363

Donne

48

%

Uomini

52

%



TV
AMR: 295.079

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.285

Donne

36

%

Uomini

64

%



LA7D

AMR: 39.986

Donne

71

%

Uomini

29

%



TV
AMR: 39.986

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

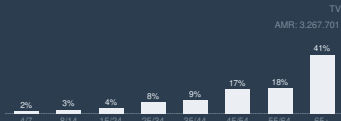


Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

RTI - Mediaset

AMR: 3.286.298

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 18.598

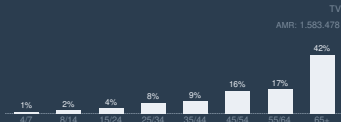
Donne **56**%
Uomini **44**%



CANALE 5

AMR: 1.591.607

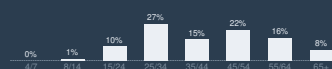
Donne **62**%
Uomini **38**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 8.129

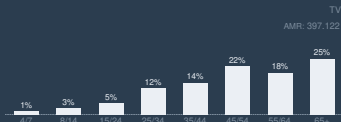
Donne **65**%
Uomini **35**%



ITALIA 1

AMR: 398.954

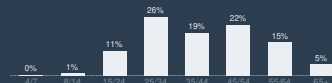
Donne **50**%
Uomini **50**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.832

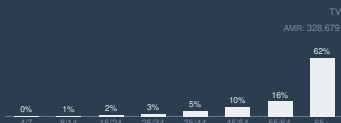
Donne **40**%
Uomini **60**%



RETE 4

AMR: 329.735

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.056

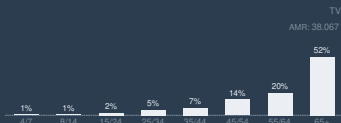
Donne **53**%
Uomini **47**%



TGCOM 24

AMR: 40.056

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.989

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 2.974

DEVICE CONNESSI

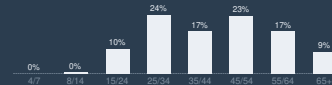
AMR: 2.974

Donne

60
%

Uomini

40
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

RAI

AMR: 3.176.602

Donne

60
%

Uomini

40
%



TV
AMR: 3.164.268

DEVICE CONNESSI

AMR: 12.334

Donne

52
%

Uomini

48
%



RAI 1

AMR: 1.585.080

Donne

64
%

Uomini

36
%



TV
AMR: 1.579.738

DEVICE CONNESSI

AMR: 5.342

Donne

55
%

Uomini

45
%



RAI 3

AMR: 604.163

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 602.397

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.766

Donne

54
%

Uomini

46
%



RAI 2

AMR: 457.679

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV
AMR: 455.828

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.851

Donne

53
%

Uomini

47
%



RAI PREMIUM

AMR: 125.819

Donne

69
%

Uomini

31
%



TV
AMR: 125.553

DEVICE CONNESSI

AMR: 266

Donne

77
%

Uomini

23
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI 4
AMR: 101.442

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



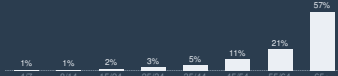
DEVICE CONNESSI
AMR: 448

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



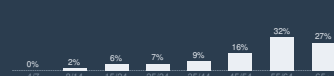
RAI MOVIE
AMR: 80.109

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



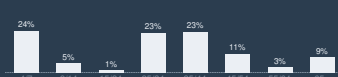
DEVICE CONNESSI
AMR: 237

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



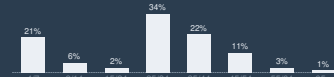
RAI YOYO
AMR: 63.811

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



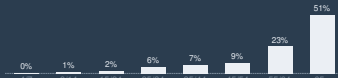
DEVICE CONNESSI
AMR: 50

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



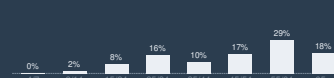
RAI SPORT
AMR: 47.738

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 343

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



RAI NEWS 24
AMR: 47.391

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 935

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



total
audience
linear

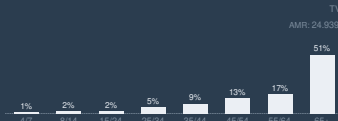
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

RAI 5
AMR: 25.016

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



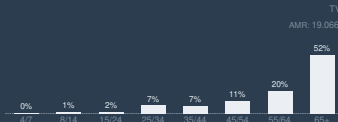
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 19.214

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



DEVICE CONNESSI

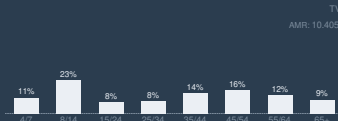
AMR: 148

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



RAI GULP
AMR: 10.427

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



DEVICE CONNESSI

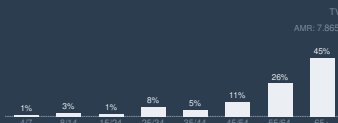
AMR: 22

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



RAI SCUOLA
AMR: 7.927

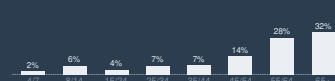
Donne **32**%
Uomini **68**%



DEVICE CONNESSI

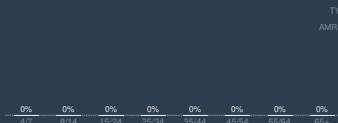
AMR: 62

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



RAI RADIO2
AMR: 556

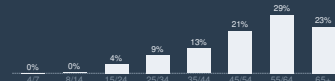
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 556

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

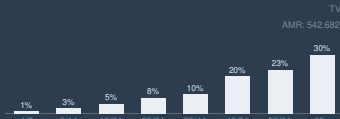
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

Sky Italia
AMR: 550.591

Donne
47
%

Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 7.909

Donne
22
%

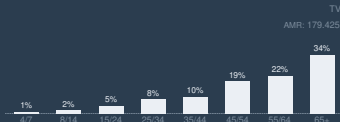
Uomini
78
%



TV8
AMR: 180.331

Donne
56
%

Uomini
44
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 906

Donne
31
%

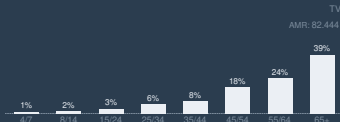
Uomini
69
%



CIELO
AMR: 82.569

Donne
48
%

Uomini
52
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 125

Donne
42
%

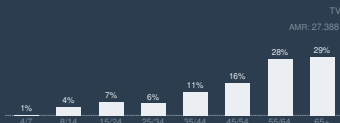
Uomini
58
%



SKY TG24
AMR: 28.202

Donne
41
%

Uomini
59
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 813

Donne
28
%

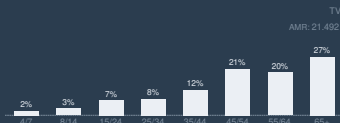
Uomini
72
%



SKY SPORT 24
AMR: 21.895

Donne
30
%

Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 403

Donne
19
%

Uomini
81
%



total
audience
linear

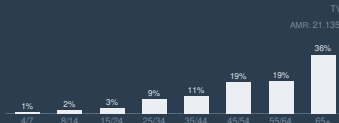
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

SKY TG24 (50)
AMR: 21.135

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



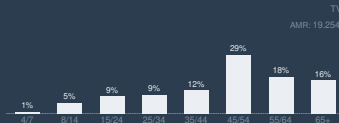
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



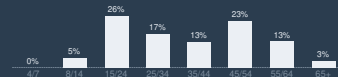
SKY UNO
AMR: 19.611

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



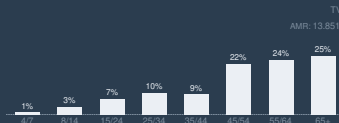
DEVICE CONNESSI
AMR: 357

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



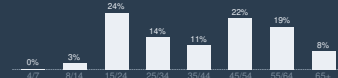
SKY SPORT UNO
AMR: 14.926

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



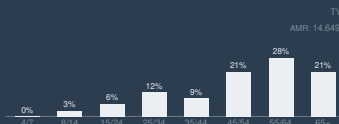
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.075

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



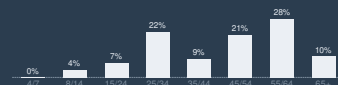
SKY INVESTIGATION
AMR: 14.715

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



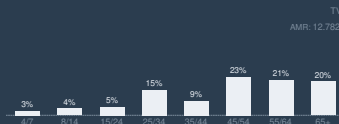
DEVICE CONNESSI
AMR: 66

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



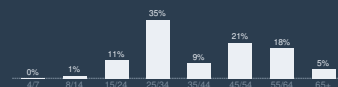
SKY SPORT F1
AMR: 14.335

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.553

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



total
audience
linear

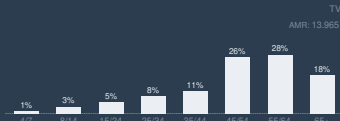
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

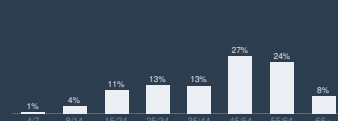
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 14.028

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



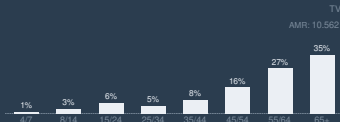
DEVICE CONNESSI
AMR: 63

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



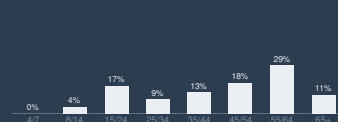
SKY SPORT TENNIS
AMR: 11.247

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



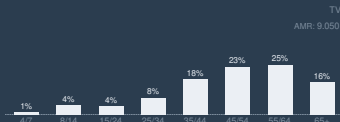
DEVICE CONNESSI
AMR: 685

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



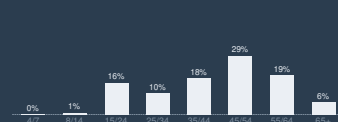
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 9.125

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



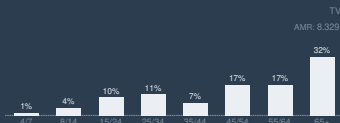
DEVICE CONNESSI
AMR: 75

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



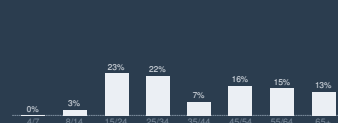
SKY SPORT MOTO GP
AMR: 8.899

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



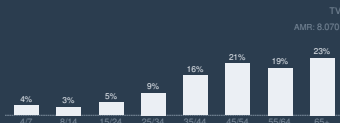
DEVICE CONNESSI
AMR: 570

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



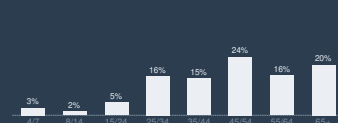
SKY ATLANTIC
AMR: 8.091

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 21

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



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:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

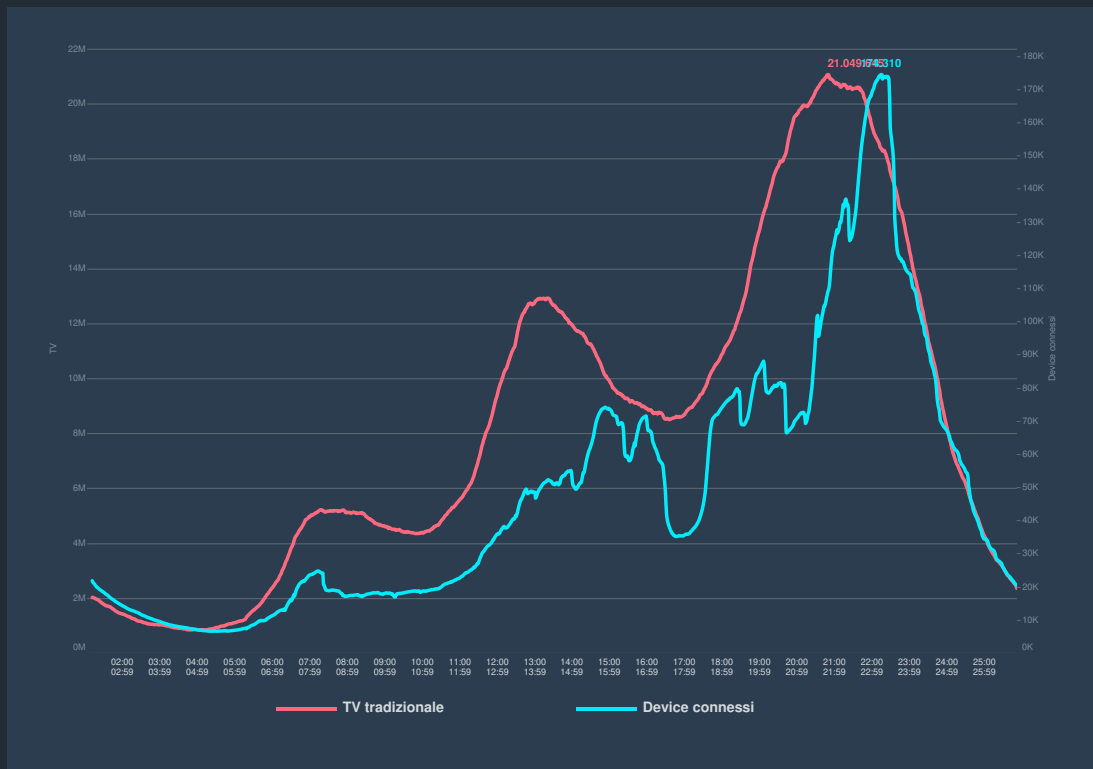
8.450.245 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

48.712 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:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

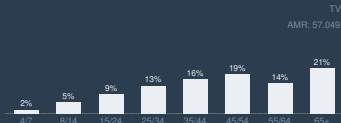


Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

DAZN AMR: 63.646

Donne
31
%

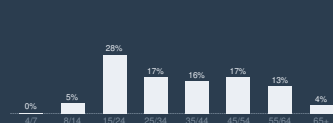
Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI AMR: 6.537

Donne
12
%

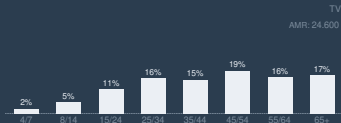
Uomini
88
%



DAZN6 AMR: 27.667

Donne
28
%

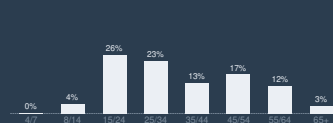
Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI AMR: 3.067

Donne
8
%

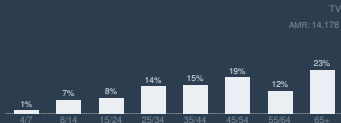
Uomini
92
%



DAZN5 AMR: 16.087

Donne
32
%

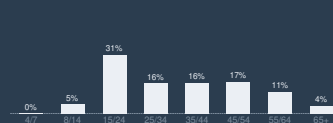
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI AMR: 1.909

Donne
14
%

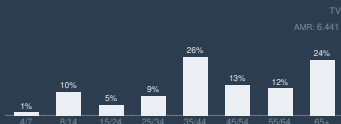
Uomini
86
%



DAZN4 AMR: 7.255

Donne
38
%

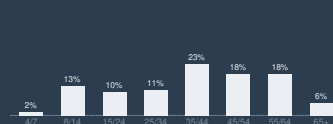
Uomini
62
%



DEVICE CONNESSI AMR: 814

Donne
21
%

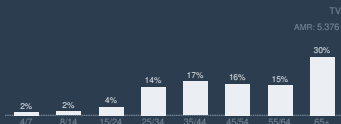
Uomini
79
%



ZONA DAZN AMR: 5.376

Donne
35
%

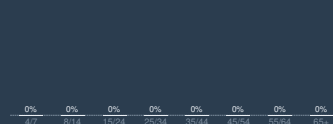
Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne
%

Uomini
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

DAZN1
AMR: 3.533

Donne
42
%

Uomini
58
%

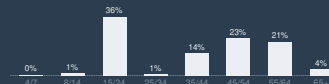


TV
AMR: 3.194

DEVICE CONNESSI
AMR: 339

Donne
24
%

Uomini
76
%



DAZN2
AMR: 2.498

Donne
25
%

Uomini
75
%

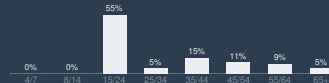


TV
AMR: 2.246

DEVICE CONNESSI
AMR: 253

Donne
3
%

Uomini
97
%



DAZN3
AMR: 1.075

Donne
36
%

Uomini
64
%

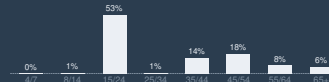


TV
AMR: 859

DEVICE CONNESSI
AMR: 216

Donne
9
%

Uomini
91
%



ZONA DAZN 2
AMR: 139

Donne
36
%

Uomini
64
%



TV
AMR: 139

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



ZONA DAZN 4
AMR: 11

Donne
60
%

Uomini
40
%



TV
AMR: 11

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



total
audience
linear

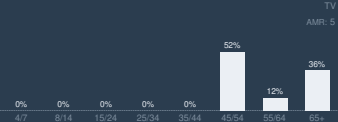
composizione
ascolto per
editore per
target



ZONA DAZN 3
AMR: 5

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

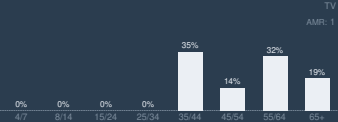
Uomini
%



ZONA DAZN 5
AMR: 1

Donne
48
%

Uomini
52
%



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:

19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

168.858 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

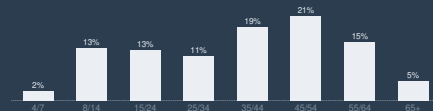
sesto

età

DAZN
AMR: 4.400

Donne
9
%

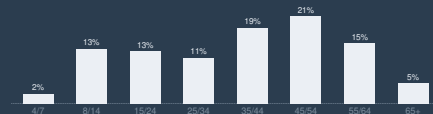
Uomini
91
%



DAZN VOD
AMR: 4.400

Donne
9
%

Uomini
91
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

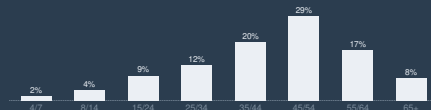
seesso

età

Discovery
AMR: 3.728

Donne
57
%

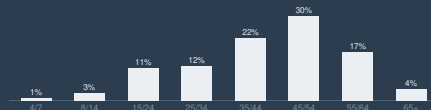
Uomini
43
%



REAL TIME
AMR: 1.423

Donne
78
%

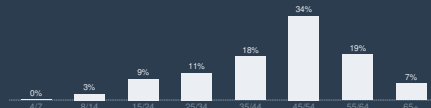
Uomini
22
%



NOVE
AMR: 835

Donne
49
%

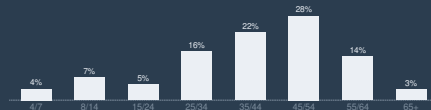
Uomini
51
%



DMAX
AMR: 563

Donne
21
%

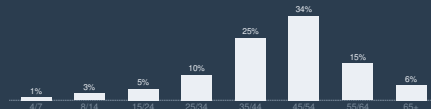
Uomini
79
%



MOTOR TREND
AMR: 134

Donne
7
%

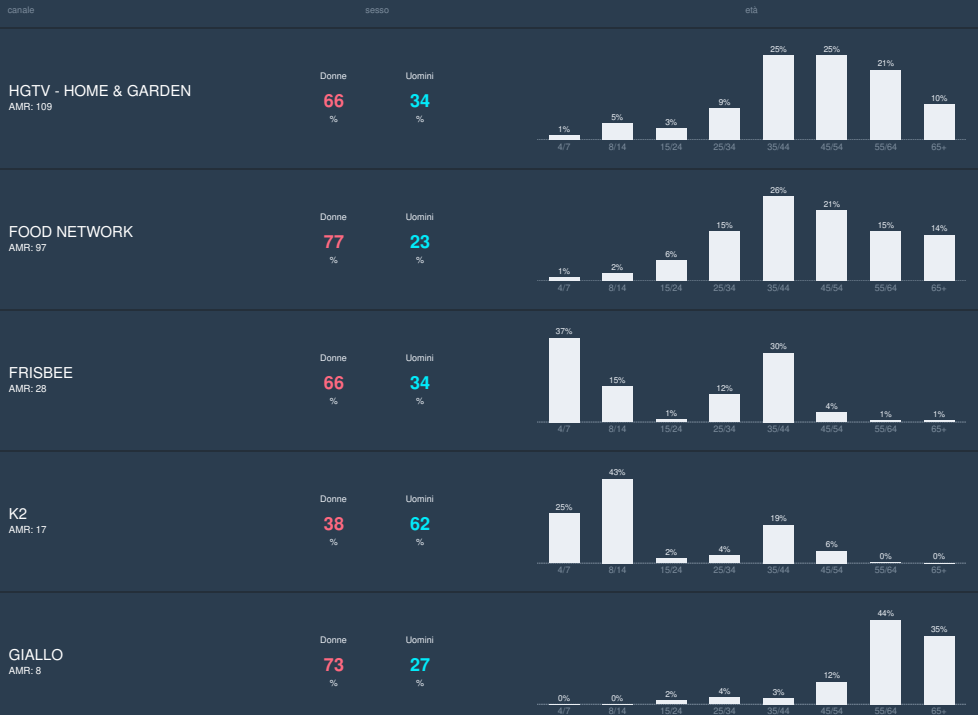
Uomini
93
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



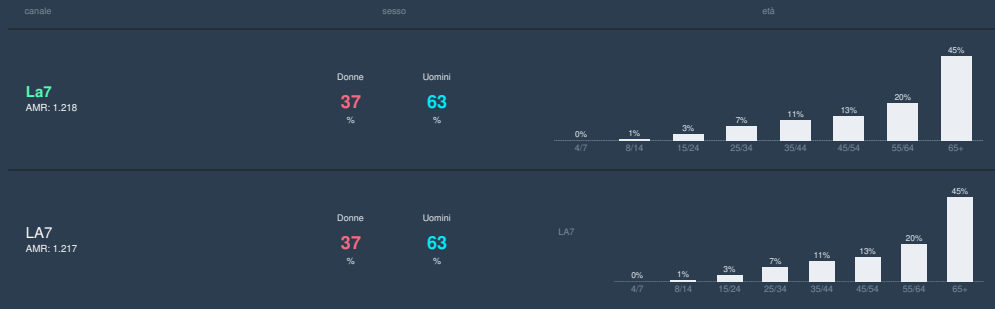
Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



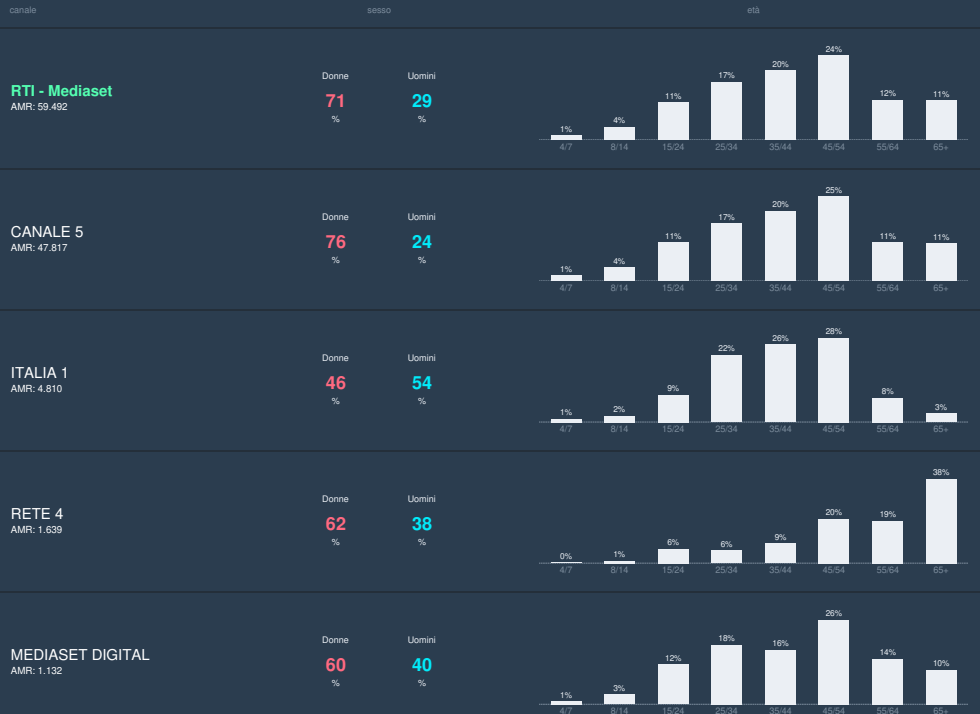
Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 336

Donne

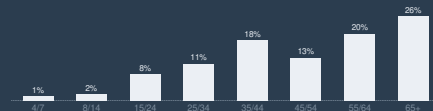
24

%

Uomini

76

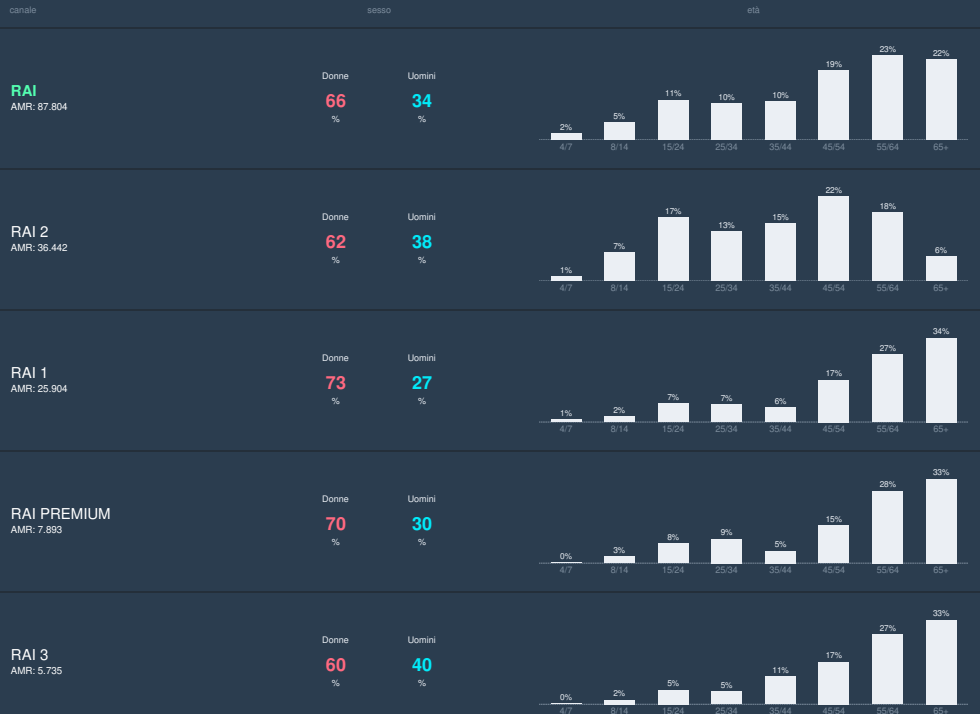
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

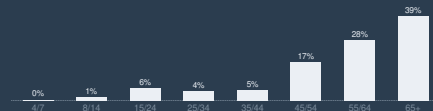
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 5.171

Donne
72
%

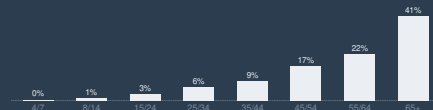
Uomini
28
%



RAI MOVIE
AMR: 1.438

Donne
44
%

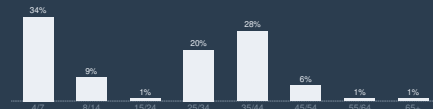
Uomini
56
%



RAI YOYO
AMR: 1.398

Donne
61
%

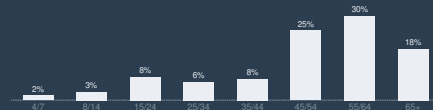
Uomini
39
%



RAI 4
AMR: 1.259

Donne
54
%

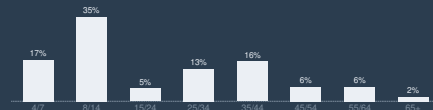
Uomini
46
%



RAI GULP
AMR: 730

Donne
59
%

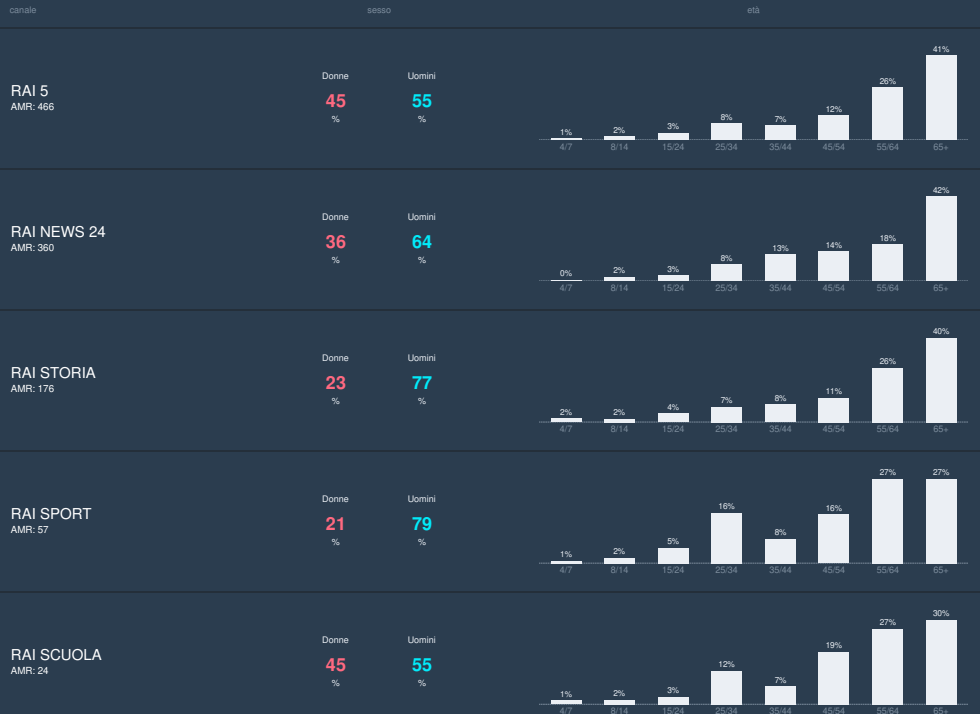
Uomini
41
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



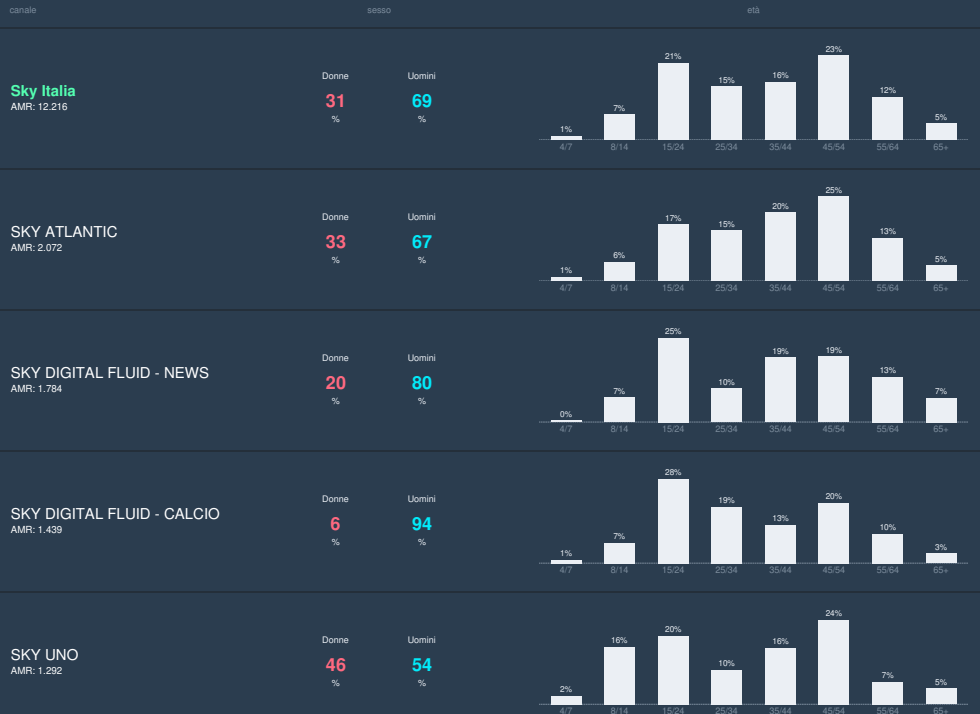
Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

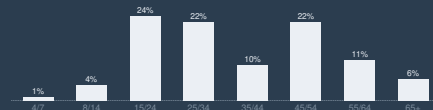
seesso

età

SKY DIGITAL FLUID - SPORT
AMR: 1.263

Donne
8
%

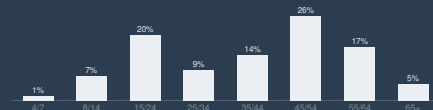
Uomini
92
%



SKY CINEMA VOD
AMR: 1.123

Donne
31
%

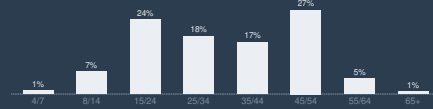
Uomini
69
%



SKY DIGITAL FLUID - ENTERTAINMENT
AMR: 1.065

Donne
61
%

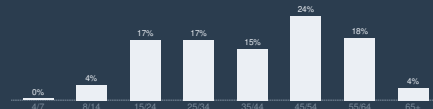
Uomini
39
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 694

Donne
48
%

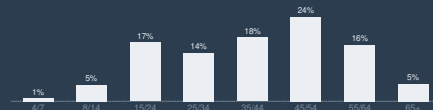
Uomini
52
%



SKY SERIE
AMR: 687

Donne
48
%

Uomini
52
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
19 marzo 2023 - 25 marzo 2023

canale

seesso

età

SKY SPORT VOD
AMR: 108

Donne

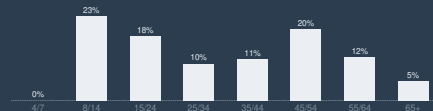
12

%

Uomini

88

%



TV8
AMR: 96

Donne

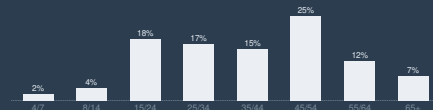
53

%

Uomini

47

%



SKY DIGITAL FLUID - CINEMA
E SERIE TV
AMR: 89

Donne

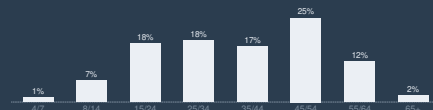
35

%

Uomini

65

%



SKY DOCUMENTARIES
AMR: 46

Donne

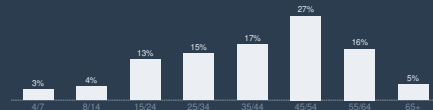
30

%

Uomini

70

%



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 39

Donne

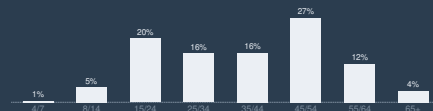
39

%

Uomini

61

%



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