



standard auditel total audience

Report Settimanale

2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

8.539.847 ascoltatori medi (AMR)

1.434.694.265 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

671.647

Ascoltatori medi

Andamento AMR

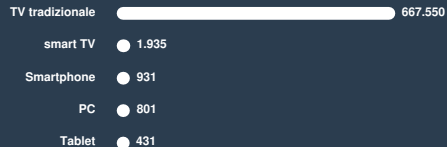
+ 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



AMR Total Audience

327.067

Ascoltatori medi

Andamento AMR

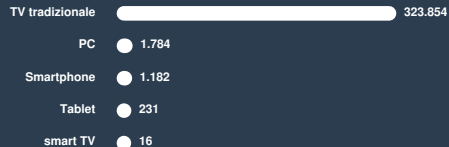
+ 6%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



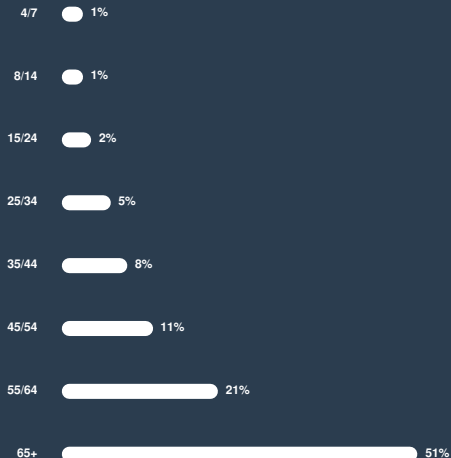
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



AMR Total Audience

3.343.457

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



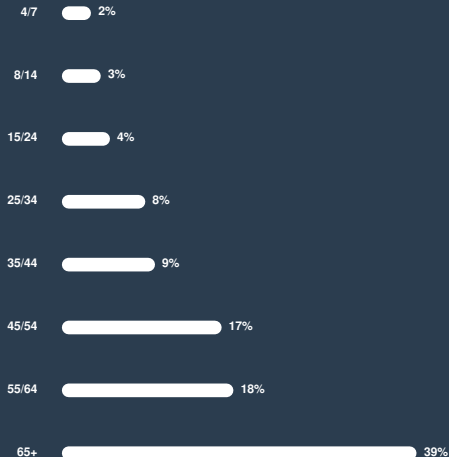
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

Rai

AMR Total Audience

3.129.416

Ascoltatori medi

Andamento AMR

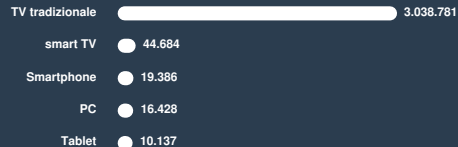
+ 7%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



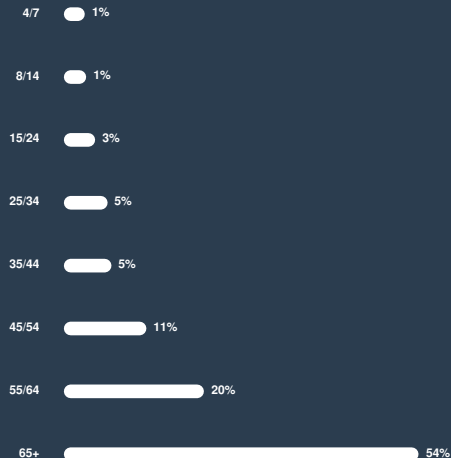
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

sky

AMR Total Audience

586.122

Ascoltatori medi

Andamento AMR

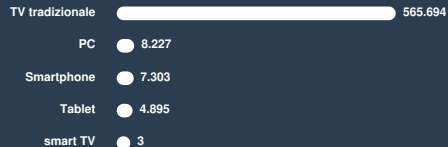
+ 7%

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:

2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

8.653.512 ascoltatori medi (AMR)

1.453.789.996 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

122.547

Ascoltatori medi

Andamento AMR

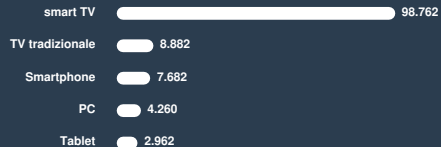
+ 325%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

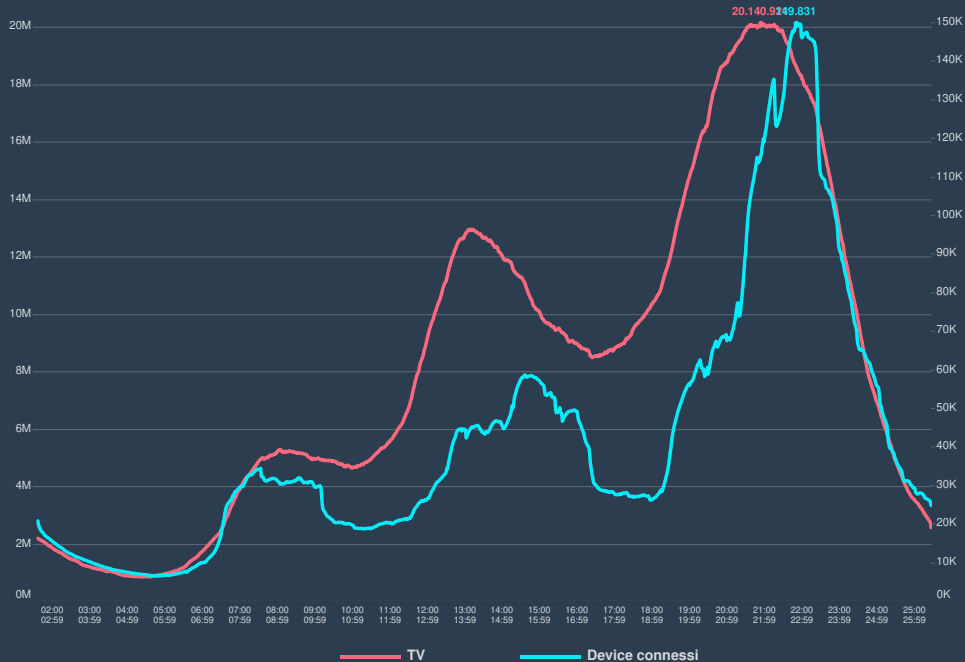
8.337.391 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

42.607 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

total
audience
linear

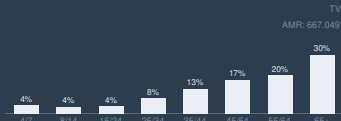
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

Discovery AMR: 667.946

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



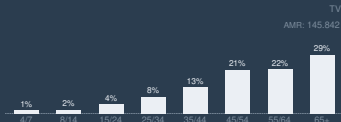
DEVICE CONNESSI AMR: 896

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



NOVE AMR: 146.028

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



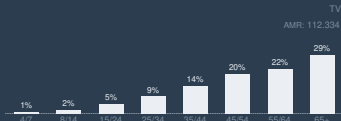
DEVICE CONNESSI AMR: 186

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



REAL TIME AMR: 112.471

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



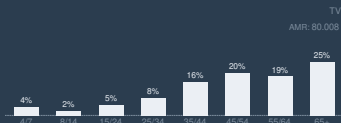
DEVICE CONNESSI AMR: 137

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



DMAX AMR: 80.132

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



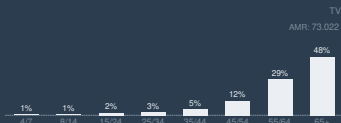
DEVICE CONNESSI AMR: 125

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



GIALLO AMR: 73.233

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



DEVICE CONNESSI AMR: 211

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



total
audience
linear

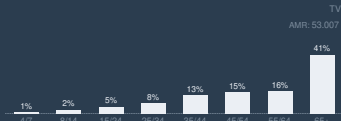
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

FOOD NETWORK
AMR: 53.022

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



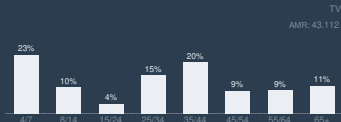
DEVICE CONNESSI
AMR: 14

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



FRISBEE
AMR: 43.119

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



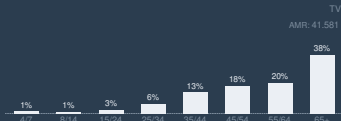
DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



MOTOR TREND
AMR: 41.642

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



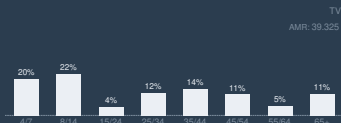
DEVICE CONNESSI
AMR: 61

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



K2
AMR: 39.337

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



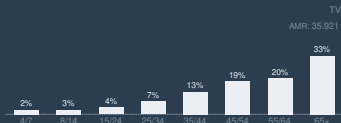
DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 35.945

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 24

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 325.691

Donne

51

%

Uomini

49

%



TV
AMR: 323.581

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.109

Donne

34

%

Uomini

66

%



LA7
AMR: 288.627

Donne

48

%

Uomini

52

%



TV
AMR: 286.518

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.109

Donne

34

%

Uomini

66

%



LA7D
AMR: 37.064

Donne

71

%

Uomini

29

%



TV
AMR: 37.064

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

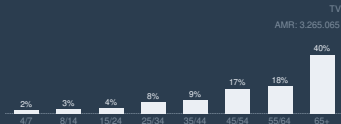


Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

RTI - Mediaset

AMR: 3.284.376

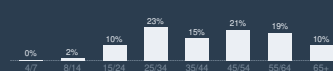
Donne **57**%
Uomini **43**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 19.312

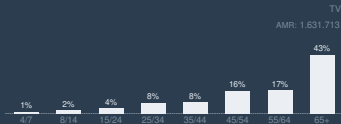
Donne **48**%
Uomini **52**%



CANALE 5

AMR: 1.642.735

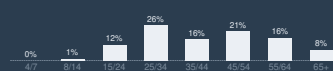
Donne **61**%
Uomini **39**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 11.022

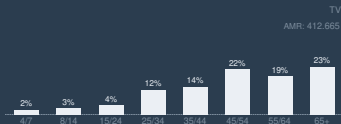
Donne **50**%
Uomini **50**%



ITALIA 1

AMR: 414.594

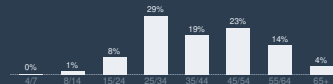
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.929

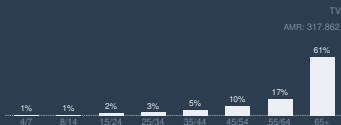
Donne **39**%
Uomini **61**%



RETE 4

AMR: 318.832

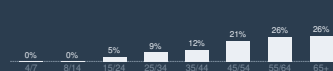
Donne **59**%
Uomini **41**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 970

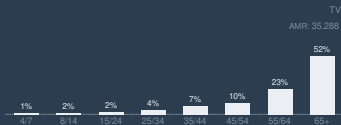
Donne **52**%
Uomini **48**%



TGCOM 24

AMR: 37.335

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.047

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

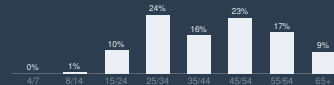


Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 725

DEVICE CONNESSI
AMR: 725

Donne	Uomini
60	40
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

RAI

AMR: 3.048.209

Donne

61
%

Uomini

39
%



TV
AMR: 3.036.436

DEVICE CONNESSI

AMR: 11.773

Donne

55
%

Uomini

45
%



RAI 1

AMR: 1.507.531

Donne

66
%

Uomini

34
%



TV
AMR: 1.503.016

DEVICE CONNESSI

AMR: 4.515

Donne

67
%

Uomini

33
%



RAI 3

AMR: 587.706

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV
AMR: 585.584

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.122

Donne

56
%

Uomini

44
%



RAI 2

AMR: 438.242

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 436.617

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.624

Donne

47
%

Uomini

53
%



RAI PREMIUM

AMR: 107.456

Donne

70
%

Uomini

30
%



TV
AMR: 107.192

DEVICE CONNESSI

AMR: 264

Donne

76
%

Uomini

24
%



total
audience
linear

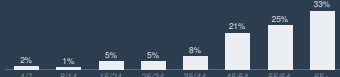
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

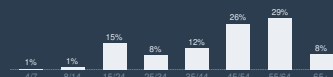
RAI 4
AMR: 104.171

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 473

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



RAI MOVIE
AMR: 77.951

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



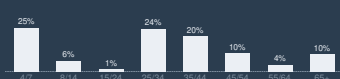
DEVICE CONNESSI
AMR: 238

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



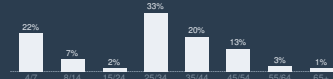
RAI YOYO
AMR: 73.602

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



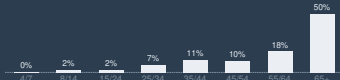
DEVICE CONNESSI
AMR: 57

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



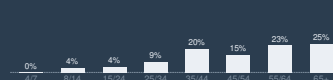
RAI NEWS 24
AMR: 51.033

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 994

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



RAI SPORT
AMR: 36.996

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 301

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



total
audience
linear

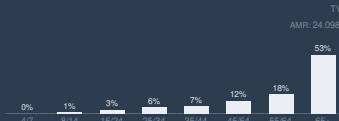
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

RAI 5
AMR: 24.194

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



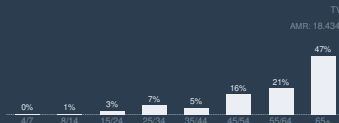
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 18.577

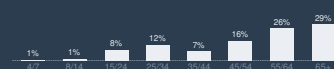
Donne **37**%
Uomini **63**%



DEVICE CONNESSI

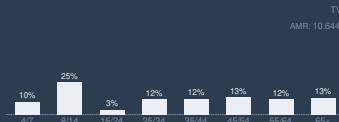
AMR: 143

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



RAI GULP
AMR: 10.672

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



DEVICE CONNESSI

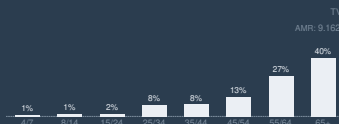
AMR: 28

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



RAI SCUOLA
AMR: 9.230

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



DEVICE CONNESSI

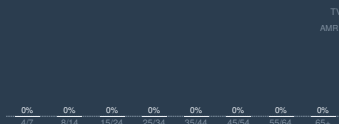
AMR: 68

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



RAI RADIO2
AMR: 564

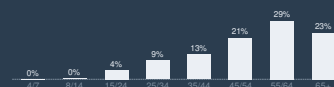
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 564

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

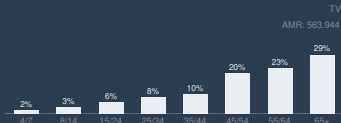
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

Sky Italia
AMR: 572.461

Donne
47
%

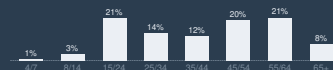
Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 8.517

Donne
20
%

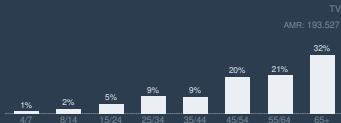
Uomini
80
%



TV8
AMR: 194.498

Donne
55
%

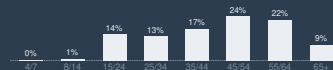
Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 971

Donne
31
%

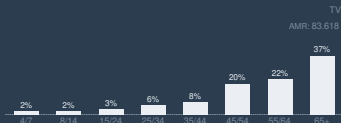
Uomini
69
%



CIELO
AMR: 83.741

Donne
49
%

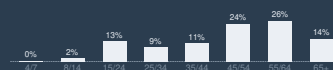
Uomini
51
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 123

Donne
42
%

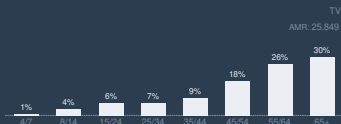
Uomini
58
%



SKY TG24
AMR: 26.613

Donne
42
%

Uomini
58
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 764

Donne
28
%

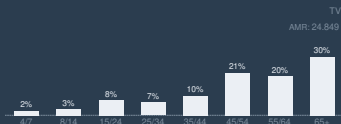
Uomini
72
%



SKY SPORT 24
AMR: 25.358

Donne
29
%

Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 509

Donne
15
%

Uomini
85
%



total
audience
linear

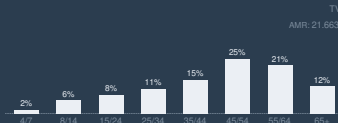
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

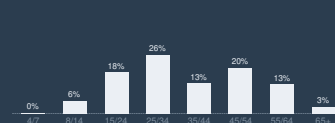
SKY UNO
AMR: 22.019

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



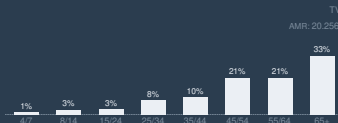
DEVICE CONNESSI
AMR: 357

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



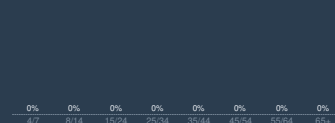
SKY TG24 (50)
AMR: 20.256

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



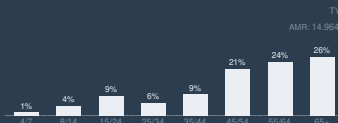
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



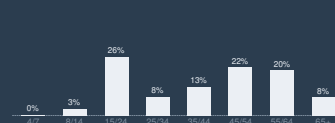
SKY SPORT UNO
AMR: 16.298

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



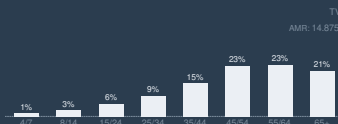
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.334

Donne **12**%
Uomini **88**%



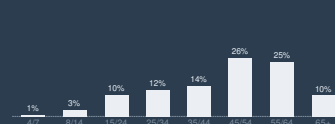
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 14.940

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



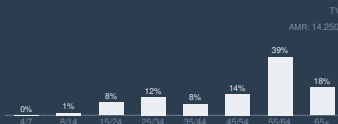
DEVICE CONNESSI
AMR: 65

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



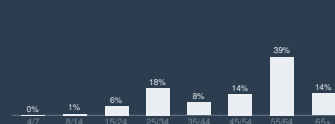
SKY INVESTIGATION
AMR: 14.310

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 60

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



total
audience
linear

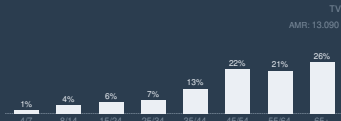
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

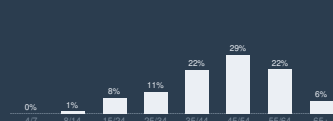
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 13.155

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



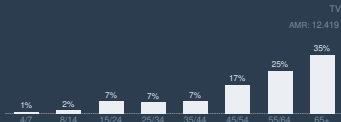
DEVICE CONNESSI
AMR: 65

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



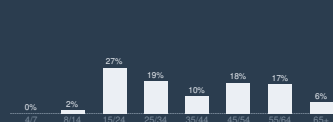
SKY SPORT CALCIO
AMR: 12.726

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



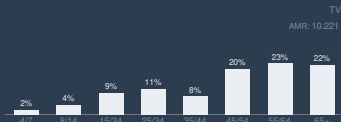
DEVICE CONNESSI
AMR: 307

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



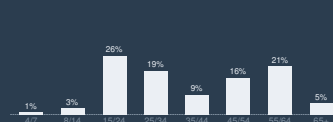
SKY SPORT F1
AMR: 11.343

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



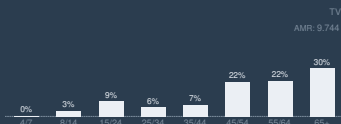
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.123

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



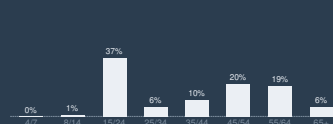
SKY SPORT TENNIS
AMR: 10.602

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



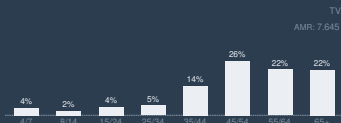
DEVICE CONNESSI
AMR: 857

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



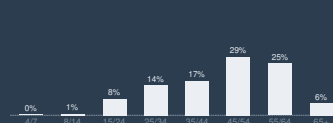
SKY CINEMA ACTION
AMR: 7.693

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 48

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



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:

2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

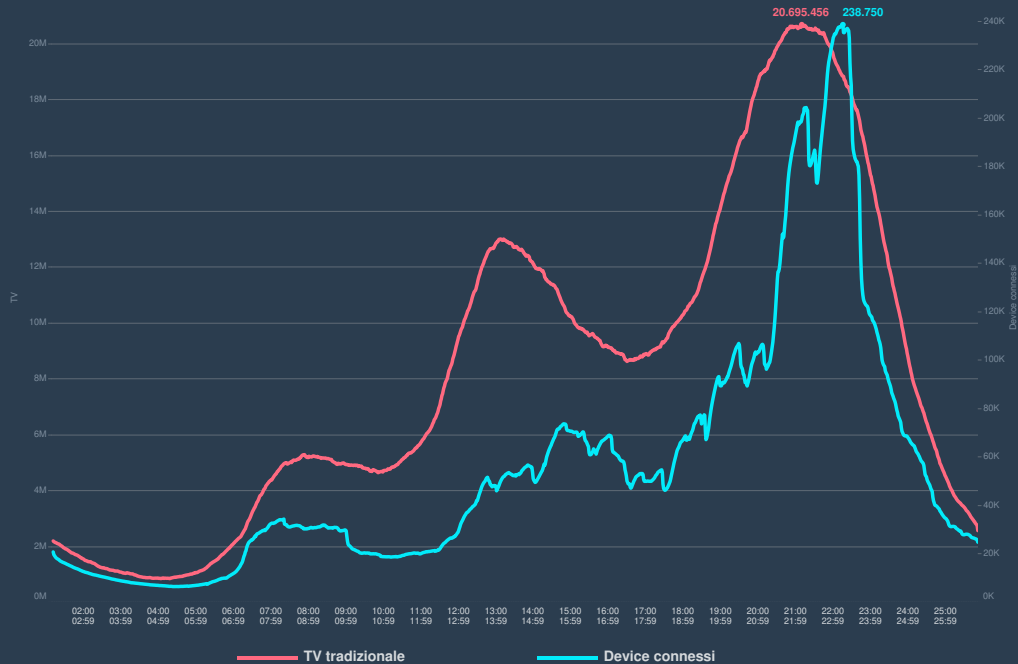
8.430.740 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

56.882 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:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

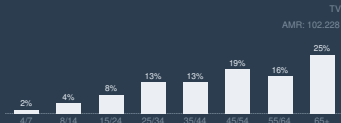


Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

DAZN
AMR: 116.503

Donne
27
%

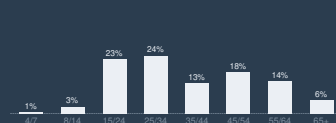
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 14.275

Donne
9
%

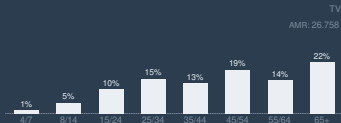
Uomini
91
%



DAZN1
AMR: 31.564

Donne
27
%

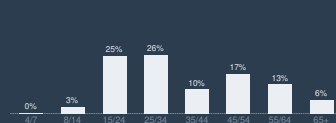
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 4.805

Donne
9
%

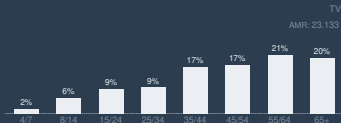
Uomini
91
%



DAZN6
AMR: 25.892

Donne
27
%

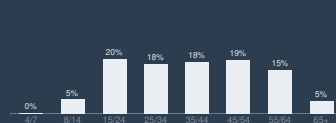
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.759

Donne
7
%

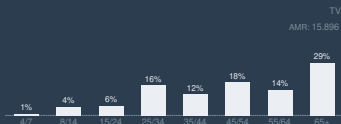
Uomini
93
%



DAZN2
AMR: 18.196

Donne
23
%

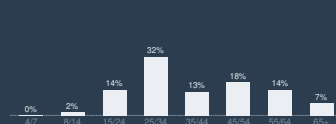
Uomini
77
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.300

Donne
8
%

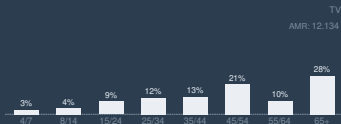
Uomini
92
%



DAZN3
AMR: 14.123

Donne
25
%

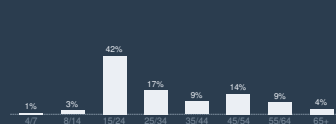
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.989

Donne
9
%

Uomini
91
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

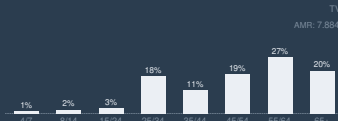


Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

DAZN5
AMR: 8.937

Donne
24
%

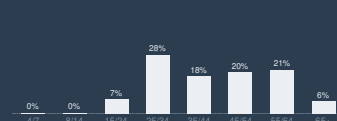
Uomini
76
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.052

Donne
7
%

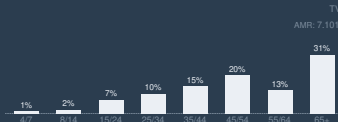
Uomini
93
%



ZONA DAZN
AMR: 7.101

Donne
37
%

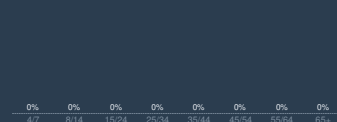
Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

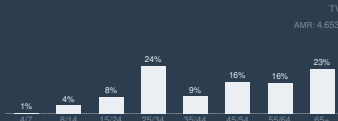
Uomini
%



DAZN8
AMR: 5.521

Donne
32
%

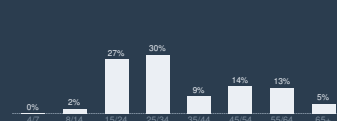
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 868

Donne
17
%

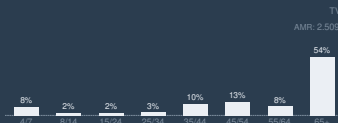
Uomini
83
%



DAZN4
AMR: 2.930

Donne
37
%

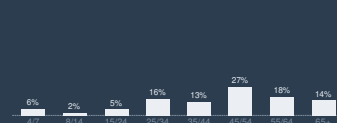
Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 421

Donne
15
%

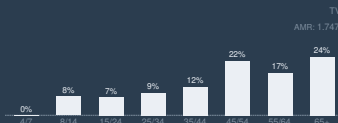
Uomini
85
%



ZONA DAZN 2
AMR: 1.747

Donne
28
%

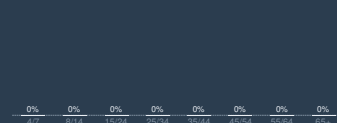
Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



DAZN7
AMR: 462

Donne

28

%

Uomini

72

%



TV
AMR: 383

DEVICE CONNESSI
AMR: 79

Donne

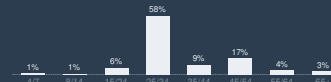
6

%

Uomini

94

%



ZONA DAZN 3
AMR: 29

Donne

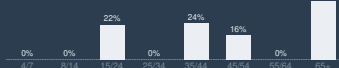
31

%

Uomini

69

%



TV
AMR: 29

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 4
AMR: 2

Donne

61

%

Uomini

39

%



TV
AMR: 2

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 5
AMR: 0

Donne

%

Uomini

100

%



TV
AMR: 0

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

158.258 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

seesso

età

DAZN

AMR: 6.041

Donne

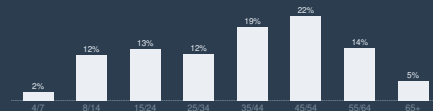
10

%

Uomini

90

%



DAZN VOD

AMR: 6.041

Donne

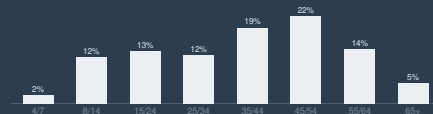
10

%

Uomini

90

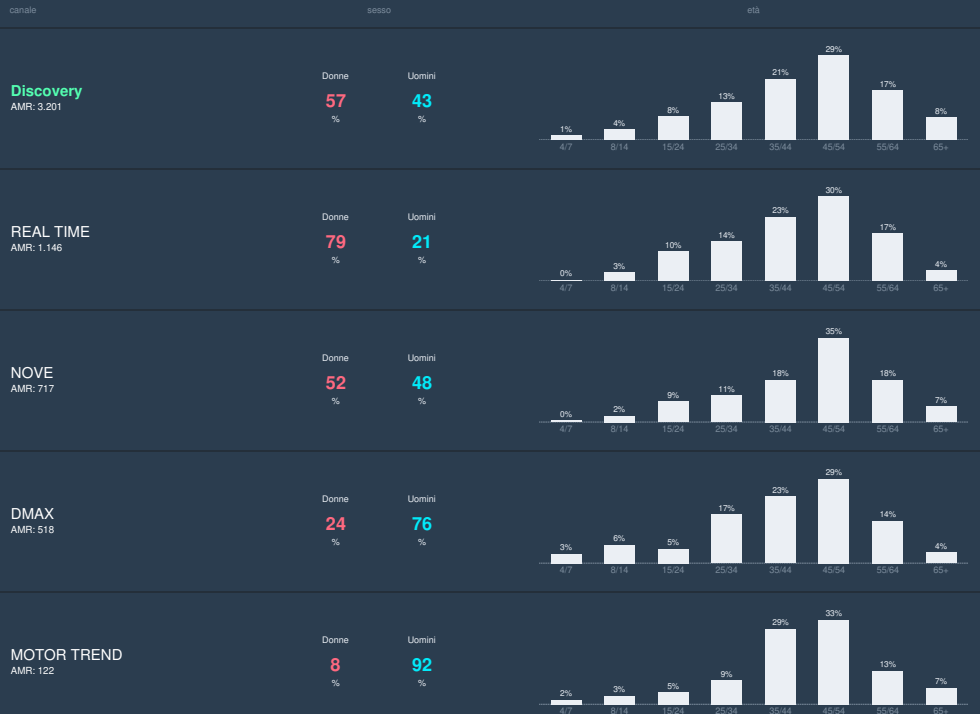
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



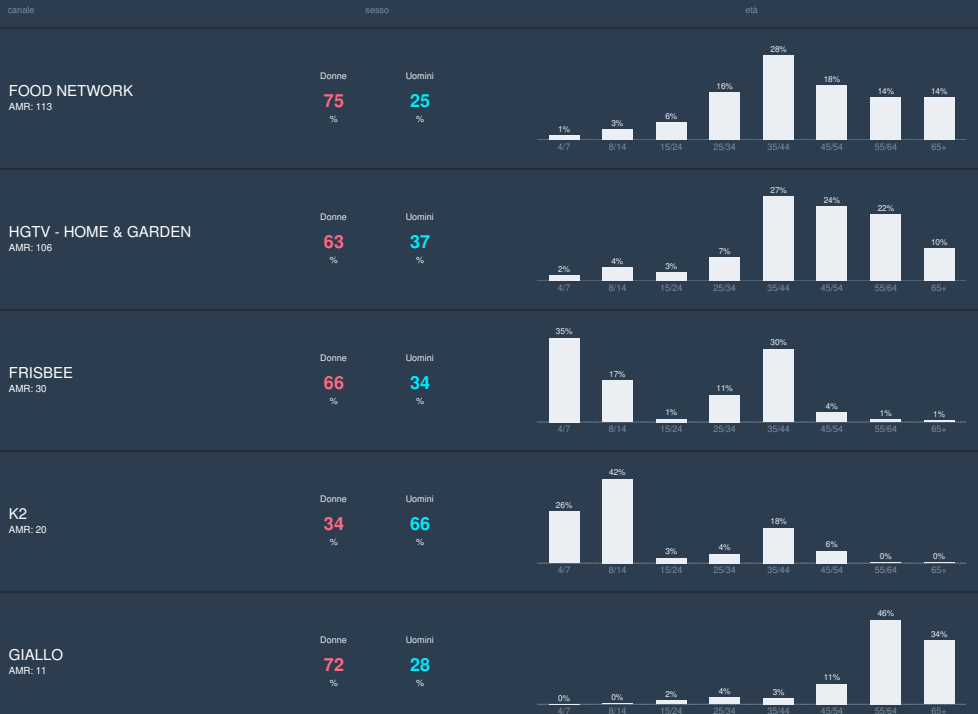
Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023





total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

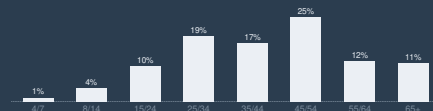
seesso

età

RTI - Mediaset
AMR: 57.140

Donne
71
%

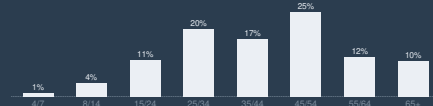
Uomini
29
%



CANALE 5
AMR: 44.419

Donne
76
%

Uomini
24
%



ITALIA 1
AMR: 5.674

Donne
45
%

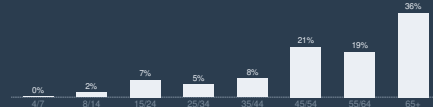
Uomini
55
%



RETE 4
AMR: 1.674

Donne
66
%

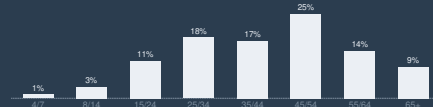
Uomini
34
%



MEDIASET DIGITAL
AMR: 1.201

Donne
59
%

Uomini
41
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

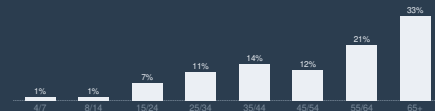
seesso

età

TGCOM 24
AMR: 414

Donne
25
%

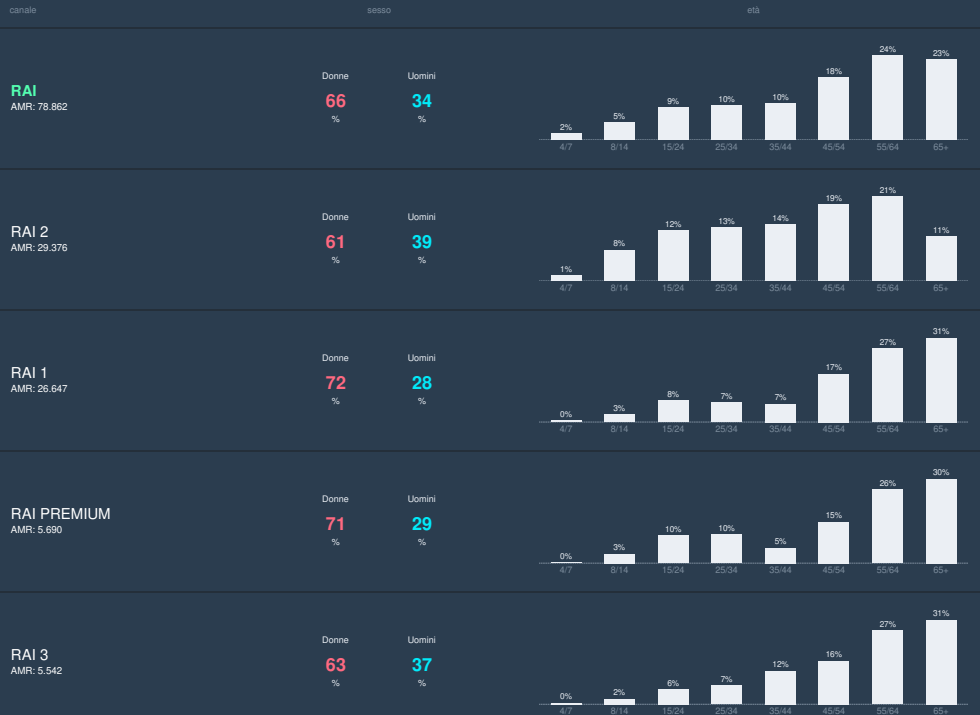
Uomini
75
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

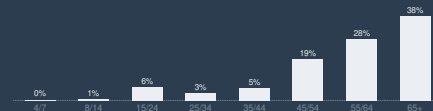
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 4.919

Donne
77
%

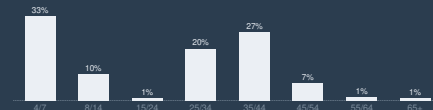
Uomini
23
%



RAI YOYO
AMR: 1.565

Donne
60
%

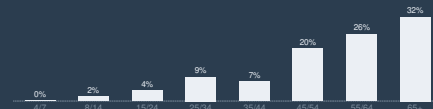
Uomini
40
%



RAI MOVIE
AMR: 1.559

Donne
44
%

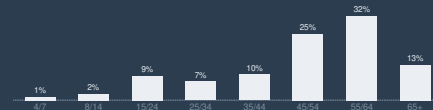
Uomini
56
%



RAI 4
AMR: 1.117

Donne
54
%

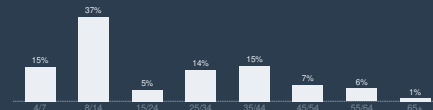
Uomini
46
%



RAI GULP
AMR: 903

Donne
58
%

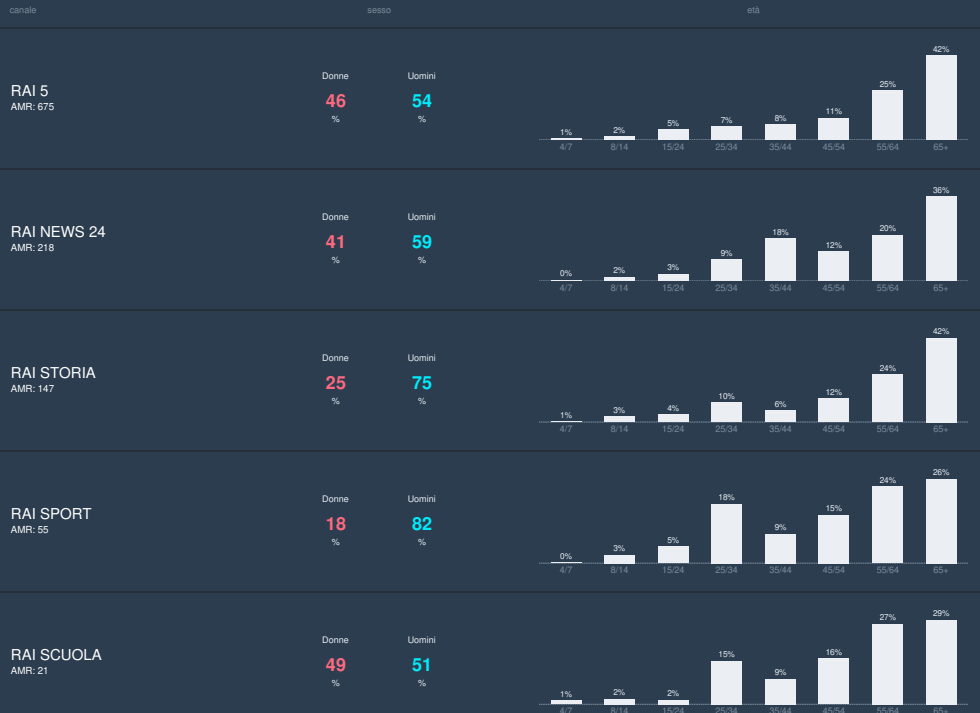
Uomini
42
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 11.911

Donne

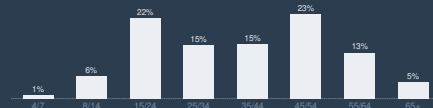
31

%

Uomini

69

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 2.105

Donne

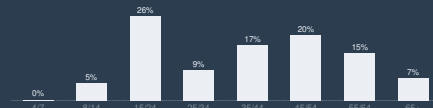
19

%

Uomini

81

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 2.076

Donne

7

%

Uomini

93

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.586

Donne

38

%

Uomini

62

%



SKY UNO

AMR: 1.142

Donne

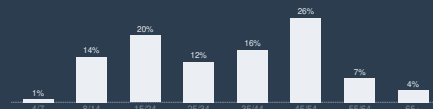
42

%

Uomini

58

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023

canale

seesso

età

SKY DIGITAL FLUID -
ENTERTAINMENT

AMR: 1.087

Donne

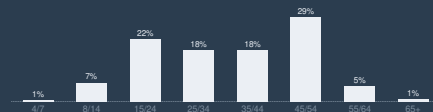
62

%

Uomini

38

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 1.087

Donne

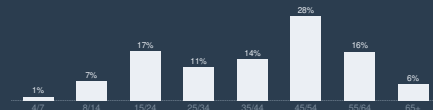
33

%

Uomini

67

%



SKY DIGITAL FLUID - SPORT

AMR: 679

Donne

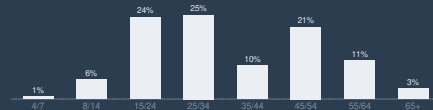
8

%

Uomini

92

%



SKY SERIE

AMR: 623

Donne

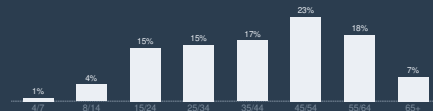
53

%

Uomini

47

%



SKY INVESTIGATION

AMR: 623

Donne

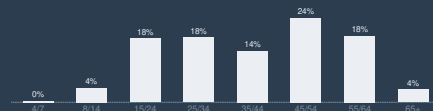
49

%

Uomini

51

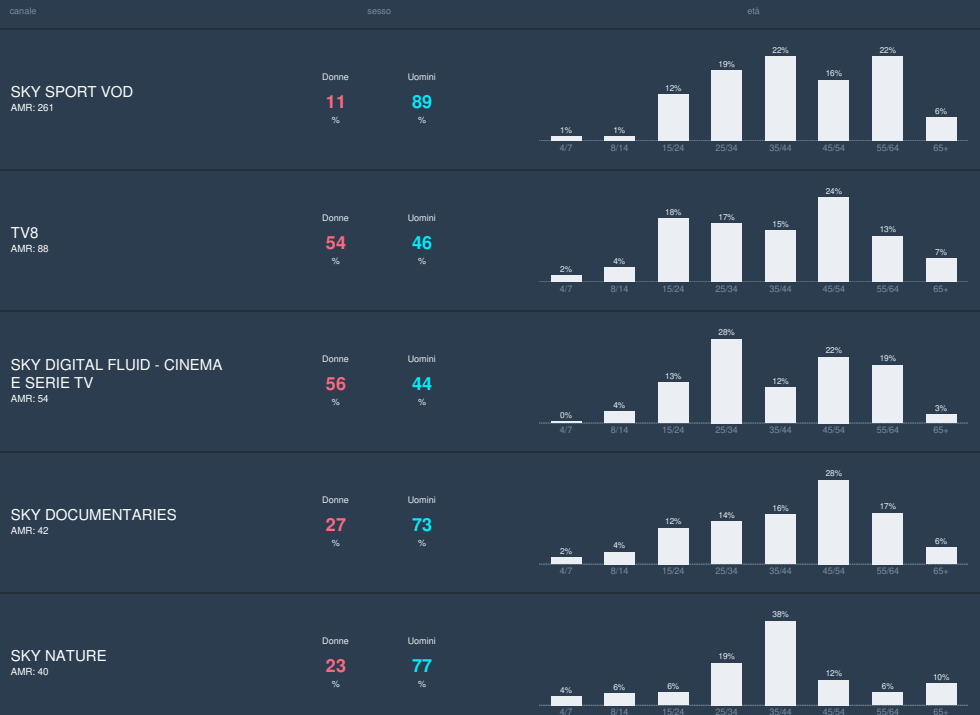
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
2 aprile 2023 - 8 aprile 2023



Informazioni utili note metodologiche **FAQ**

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

Il fattore di co-viewing è stato stimato per i device digitali attraverso una indagine ad hoc a livello disaggregato per genere televisivo. Se parliamo del solo Ambiente Digitale, pertanto, l'ascolto medio può essere calcolato in questi due modi. Se, invece, parliamo di Total Audience, l'ascolto medio può essere solo riferito agli individui, dato che nell'Ambiente TV può essere calcolato solo in questo modo; ed è quindi giocoforza calcolarlo nello stesso modo anche nell'Ambiente Digitale.

7. Che cosa si intende per ascolto medio lineare e per ascolto medio VOD?

Con «ascolto medio lineare» si intende l'ascolto medio riferito alla fruizione in modo simultaneo alla messa in onda. In altri termini, il telespettatore fruisce del contenuto esattamente nel momento della sua trasmissione. L'ascolto medio lineare può essere riferito alla sola TV (ascolto medio lineare TV), ai soli device digitali (ascolto medio lineare digital), o all'insieme dei due (ascolto medio lineare Total Audience).

Con «ascolto medio VOD» si intende l'ascolto medio riferito alla fruizione di contenuti in modalità On Demand, ossia tramite una library di contenuti su richiesta e nel momento scelto dall'utente.

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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



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

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