



standard auditel total audience

Report Settimanale

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

8.680.760 ascoltatori medi (AMR)

1.458.367.695 ore totali (TTS)

total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore



AMR Total Audience

676.801

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

318.913

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



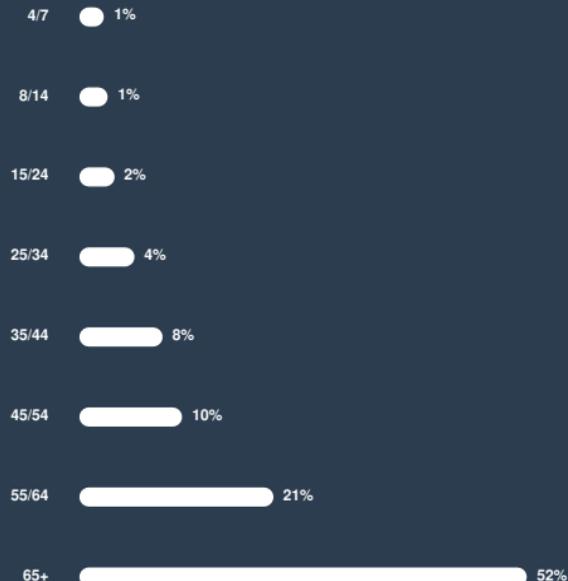
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

3.186.678

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



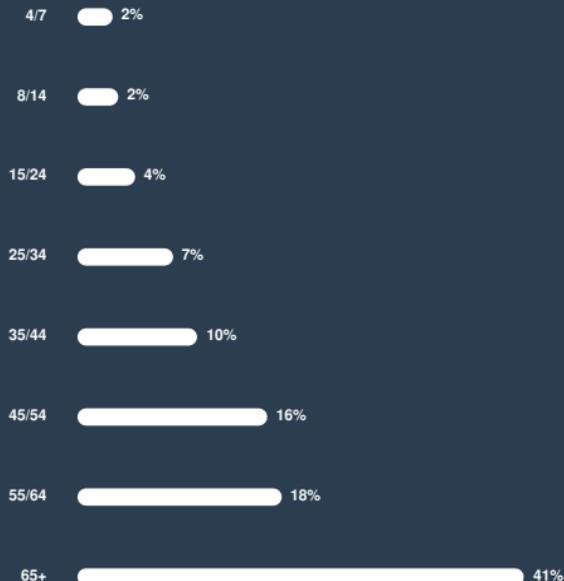
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

3.331.801

Ascoltatori medi

Andamento AMR

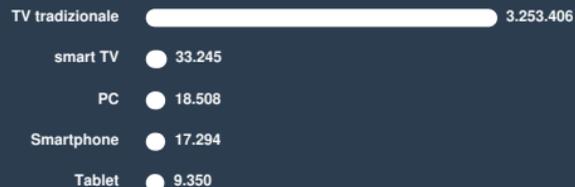
+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



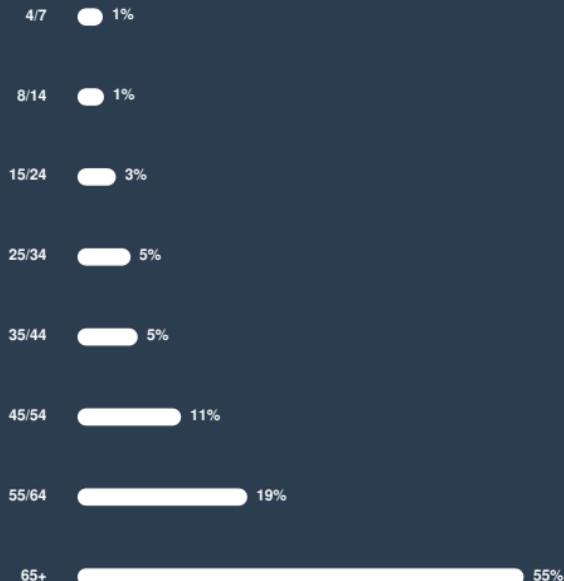
Dettaglio Device



Sesso



Età



total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore

sky

AMR Total Audience

720.517

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 16%

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.

8.759.229 ascoltatori medi (AMR)

1.471.550.397 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

Auditel

total
audience
ascolto
medio
settimana
per editore



AMR Total Audience

82.058

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 46%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

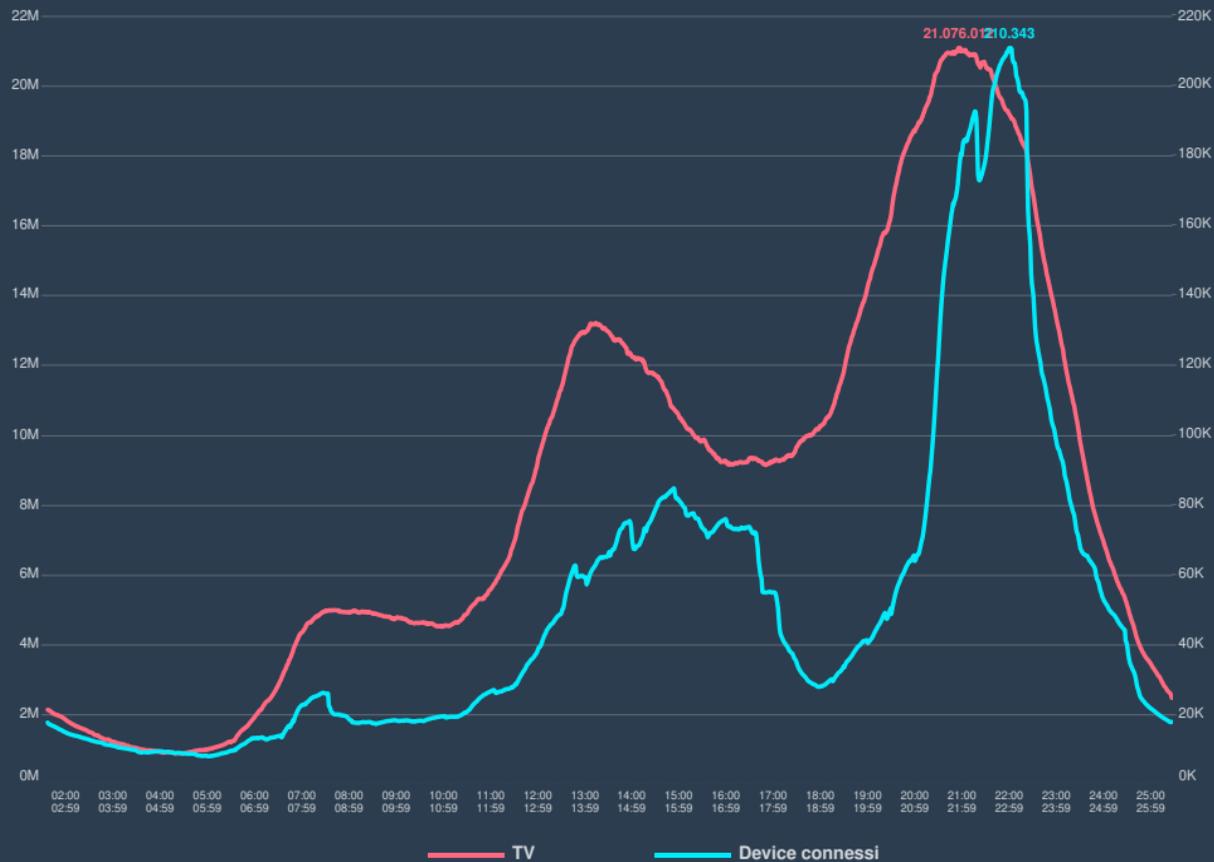
8.484.936 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

51.338 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

total
audience
linear

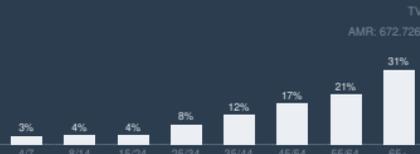
composizione
ascolto per
editore per
target



Discovery
AMR: 673.521

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 795

Donne
51
%

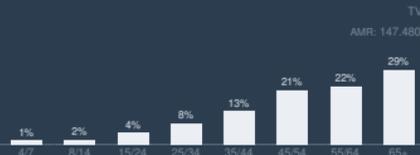
Uomini
49
%



NOVE
AMR: 147.669

Donne
57
%

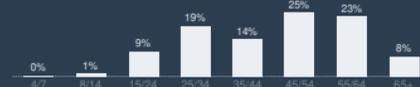
Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 189

Donne
55
%

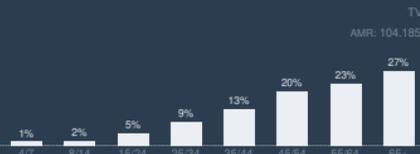
Uomini
45
%



REAL TIME
AMR: 104.278

Donne
68
%

Uomini
32
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 93

Donne
69
%

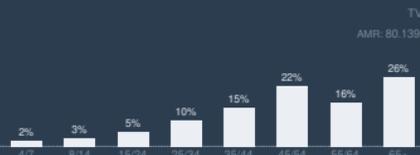
Uomini
31
%



DMAX
AMR: 80.239

Donne
40
%

Uomini
60
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 99

Donne
23
%

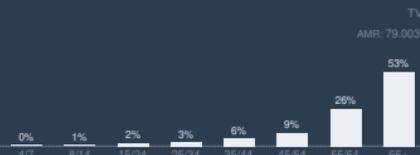
Uomini
77
%



GIALLO
AMR: 79.203

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 200

Donne
62
%

Uomini
38
%



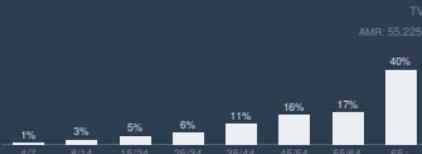
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



FOOD NETWORK
AMR: 55.237

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



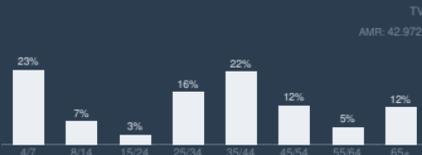
DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



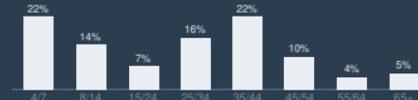
FRISBEE
AMR: 42.979

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



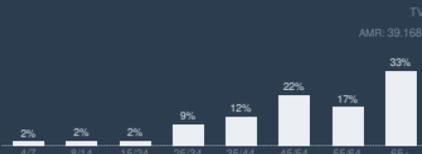
DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



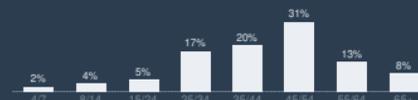
MOTOR TREND
AMR: 39.214

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



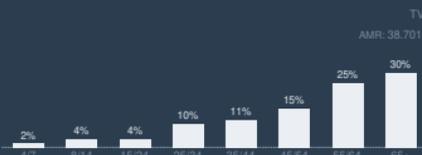
DEVICE CONNESSI
AMR: 46

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



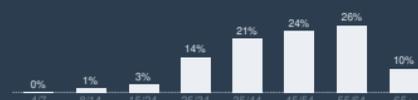
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 38.718

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



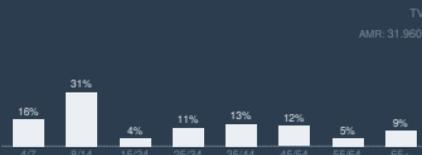
DEVICE CONNESSI
AMR: 18

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



K2
AMR: 31.970

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



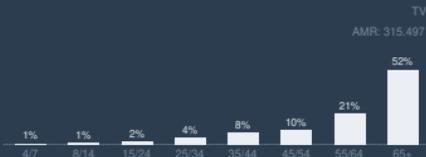
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 317.389

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



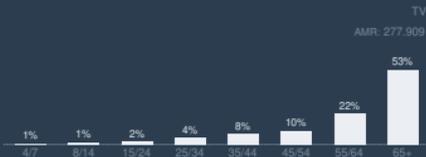
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.893

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



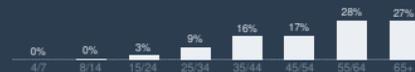
LA7
AMR: 279.801

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



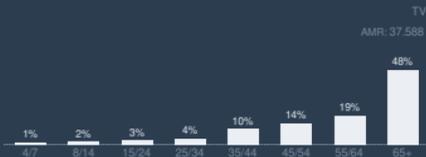
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.893

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



LA7D
AMR: 37.588

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



total audience linear

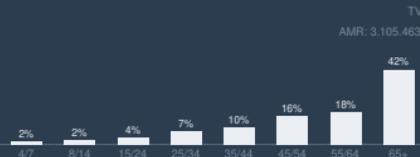
composizione ascolto per editore per target



RTI - Mediaset

AMR: 3.121.362

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 15.899

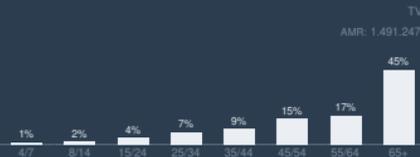
Donne **49**%
Uomini **51**%



CANALE 5

AMR: 1.499.198

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 7.951

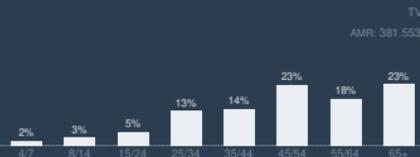
Donne **53**%
Uomini **47**%



ITALIA 1

AMR: 383.496

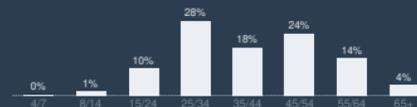
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.944

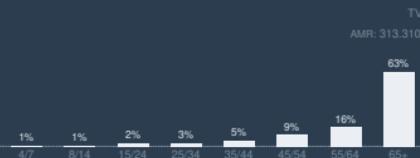
Donne **38**%
Uomini **62**%



RETE 4

AMR: 314.295

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 985

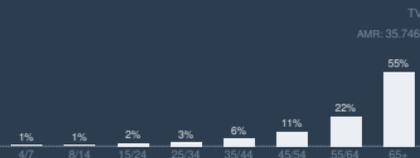
Donne **59**%
Uomini **41**%



TGCOM 24

AMR: 37.621

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.875

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

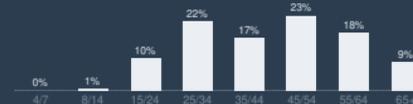


Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 57

DEVICE CONNESSI
AMR: 57

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI

AMR: 3.271.013

Donne

59

%

Uomini

41

%



TV

AMR: 3.251.440

DEVICE CONNESSI

AMR: 19.573

Donne

45

%

Uomini

55

%



RAI 1

AMR: 1.556.421

Donne

65

%

Uomini

35

%



TV

AMR: 1.549.975

DEVICE CONNESSI

AMR: 6.447

Donne

55

%

Uomini

45

%



RAI 3

AMR: 572.883

Donne

56

%

Uomini

44

%



TV

AMR: 570.514

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.369

Donne

54

%

Uomini

46

%



RAI 2

AMR: 561.112

Donne

50

%

Uomini

50

%



TV

AMR: 555.187

DEVICE CONNESSI

AMR: 5.925

Donne

31

%

Uomini

69

%



RAI 4

AMR: 126.624

Donne

56

%

Uomini

44

%



TV

AMR: 126.054

DEVICE CONNESSI

AMR: 570

Donne

54

%

Uomini

46

%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI PREMIUM
AMR: 121.583

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 323

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



RAI MOVIE
AMR: 86.777

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



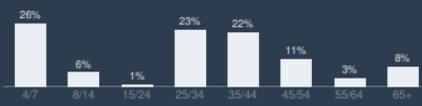
DEVICE CONNESSI
AMR: 290

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



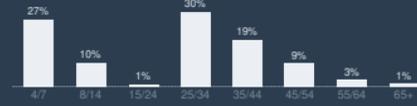
RAI YOYO
AMR: 65.501

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



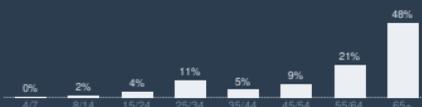
DEVICE CONNESSI
AMR: 56

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



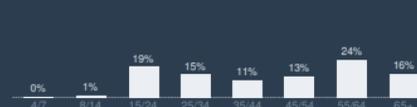
RAI SPORT
AMR: 65.388

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.042

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



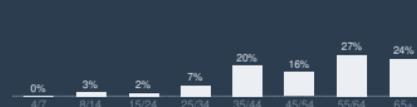
RAI NEWS 24
AMR: 47.182

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 990

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



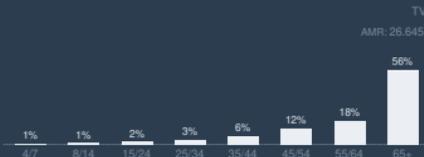
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 26.752

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



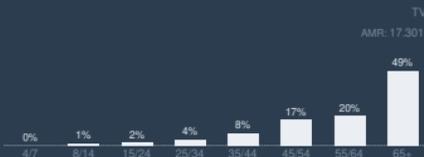
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 17.443

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



DEVICE CONNESSI

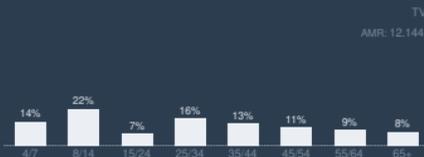
AMR: 142

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



RAI GULP
AMR: 12.167

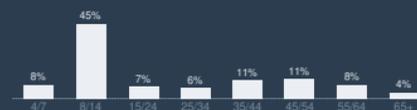
Donne **56**%
Uomini **44**%



DEVICE CONNESSI

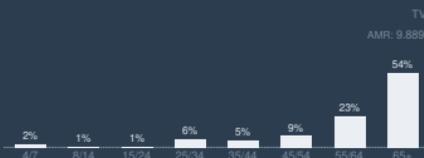
AMR: 24

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



RAI SCUOLA
AMR: 9.949

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 60

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



RAI RADIO2
AMR: 686

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 686

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



total audience linear

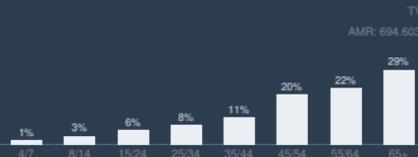
composizione ascolto per editore per target



Sky Italia

AMR: 707.781

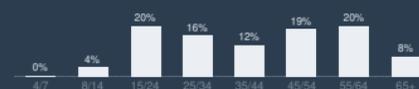
Donne **44**%
Uomini **56**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 13.178

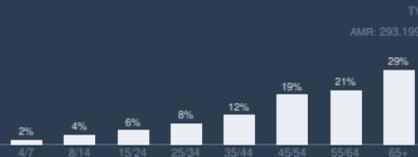
Donne **18**%
Uomini **82**%



TV8

AMR: 294.233

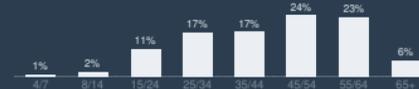
Donne **46**%
Uomini **54**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.034

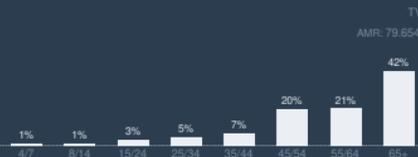
Donne **23**%
Uomini **77**%



CIELO

AMR: 79.783

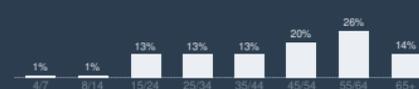
Donne **49**%
Uomini **51**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 129

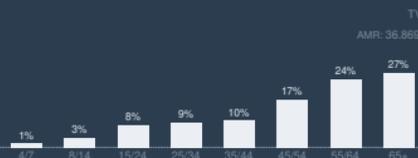
Donne **45**%
Uomini **55**%



SKY SPORT UNO

AMR: 39.798

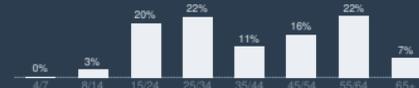
Donne **37**%
Uomini **63**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.928

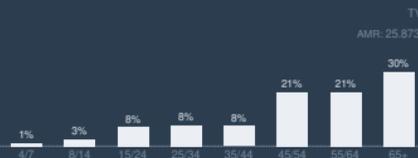
Donne **17**%
Uomini **83**%



SKY SPORT 24

AMR: 26.488

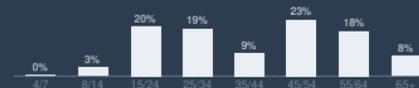
Donne **28**%
Uomini **72**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 614

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



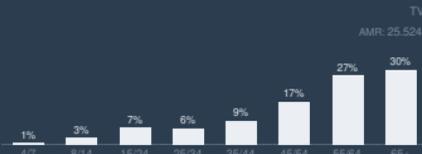
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



SKY TG24
AMR: 26.221

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



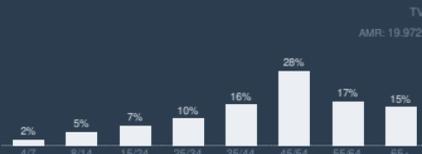
DEVICE CONNESSI
AMR: 698

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



SKY UNO
AMR: 20.432

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



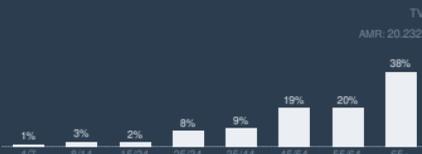
DEVICE CONNESSI
AMR: 460

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



SKY TG24 (50)
AMR: 20.232

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



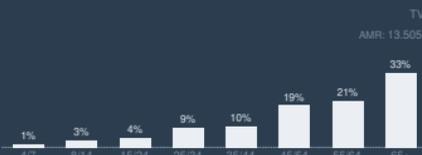
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne **0**%
Uomini **0**%



SKY SPORT CALCIO
AMR: 14.130

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



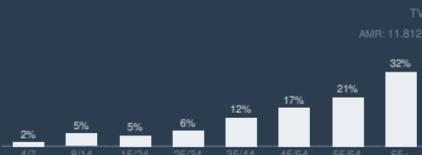
DEVICE CONNESSI
AMR: 625

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



SKY SPORT 251
AMR: 13.775

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.963

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

SKY SPORT F1
AMR: 12.996

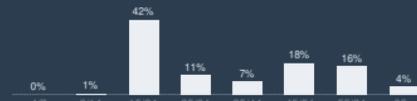
TV
AMR: 11.731

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.265

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



SKY SPORT TENNIS
AMR: 12.752

TV
AMR: 12.002

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 751

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



SKY INVESTIGATION
AMR: 11.950

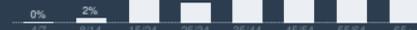
TV
AMR: 11.882

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 67

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



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 11.301

TV
AMR: 11.249

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 51

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



SKY CINEMA ACTION
AMR: 8.272

TV
AMR: 8.206

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 66

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



total audience linear totali della settimana

totale editori con DAZN

In questa sezione viene mostrato un dato di Total Audience diverso dallo Standard Auditel (Live + VOSDAL), poiché vengono inclusi nella Total Audience i dati di AMR di DAZN via App digital su TV connesse.

Tali dati sono di origine censuaria e vengono rilevati tramite SDK su tutti i dispositivi connessi, quindi includendo per la TV anche la fruizione nelle seconde case.

Inoltre, diversamente dagli altri Editori, l'ascolto di origine censuaria è prevalente rispetto a quello campionario fornito dal SuperPanel Auditel, che relativamente agli ascolti della TV non include le seconde case.

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

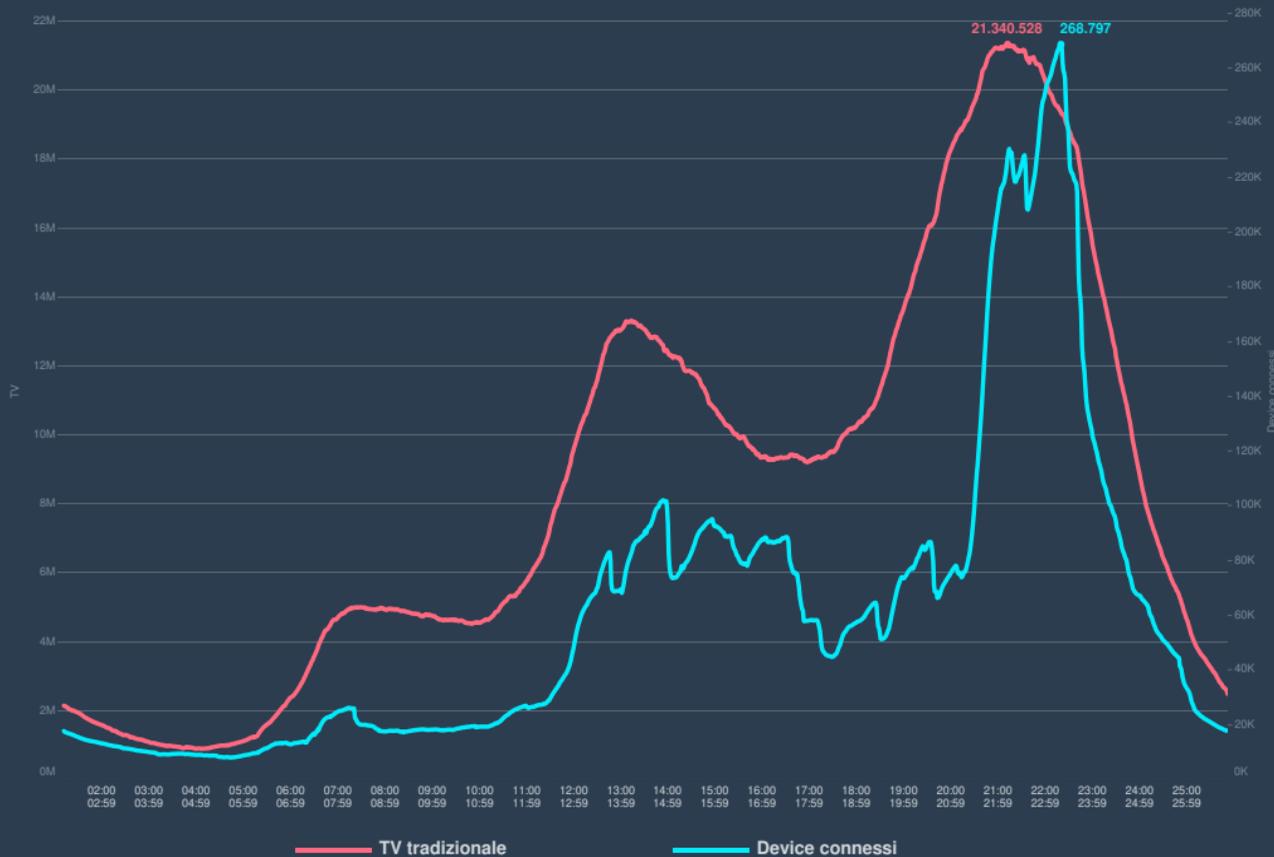
8.547.369 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

61.192 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:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

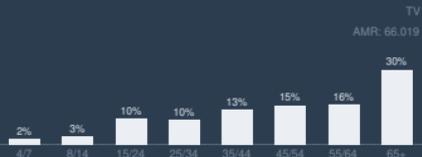
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



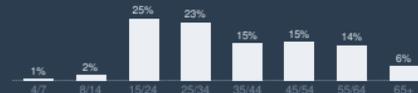
DAZN
AMR: 75.873

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



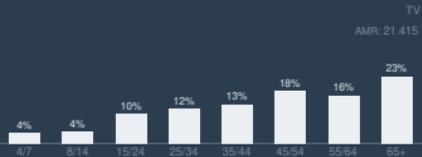
DEVICE CONNESSI
AMR: 9.854

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



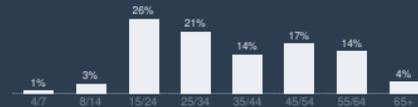
DAZN3
AMR: 24.342

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



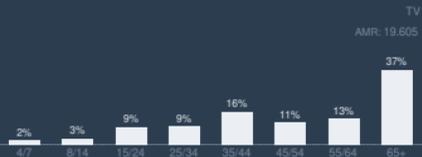
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.927

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



DAZN1
AMR: 23.156

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



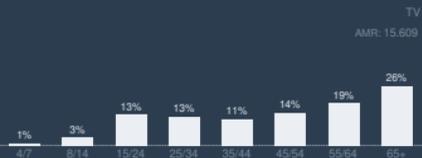
DEVICE CONNESSI
AMR: 3.551

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



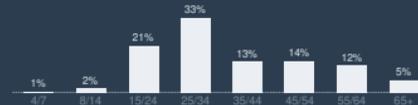
DAZN2
AMR: 18.129

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



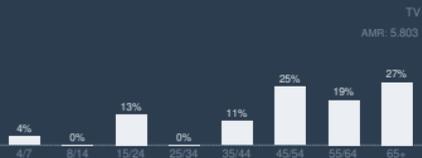
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.520

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



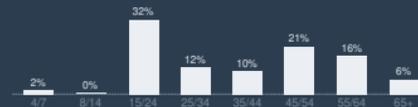
DAZN4
AMR: 6.660

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 856

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



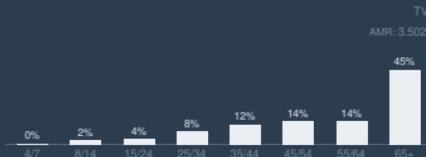
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



ZONA DAZN AMR: 3.502

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



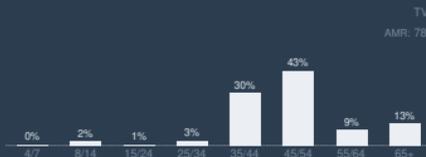
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 2 AMR: 78

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



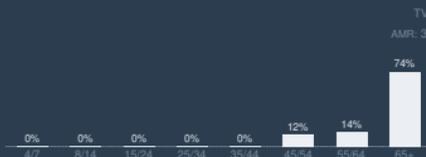
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 5 AMR: 3

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



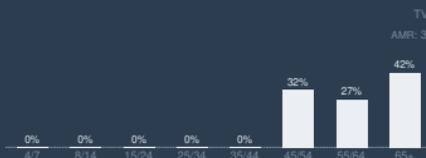
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 4 AMR: 3

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



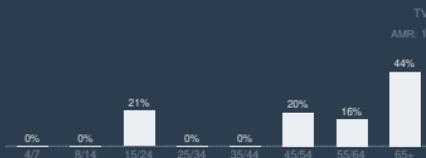
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 3 AMR: 1

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



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

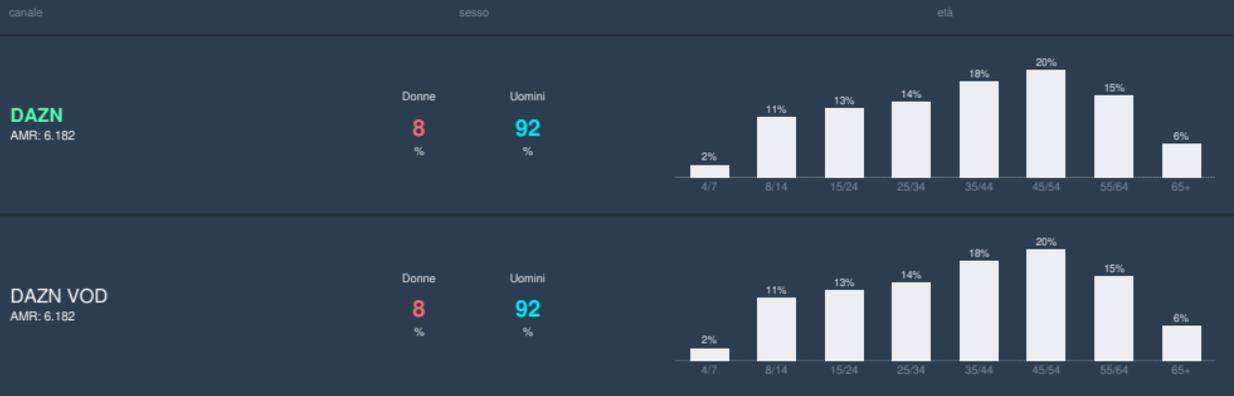
142.866 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

Discovery

AMR: 2.715

Donne

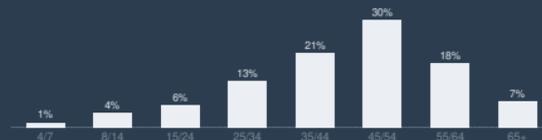
56

%

Uomini

44

%



REAL TIME

AMR: 846

Donne

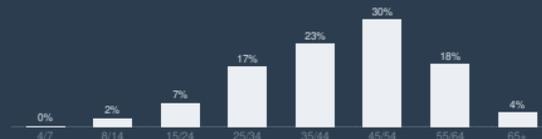
80

%

Uomini

20

%



NOVE

AMR: 767

Donne

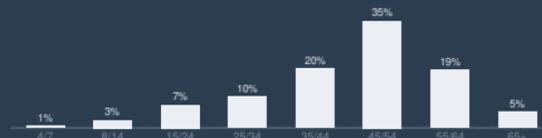
52

%

Uomini

48

%



DMAX

AMR: 404

Donne

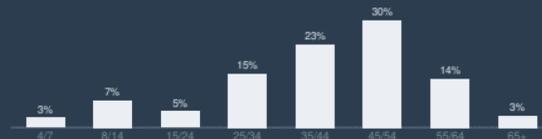
24

%

Uomini

76

%



MOTOR TREND

AMR: 115

Donne

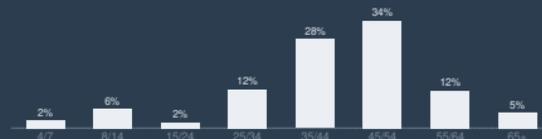
7

%

Uomini

93

%

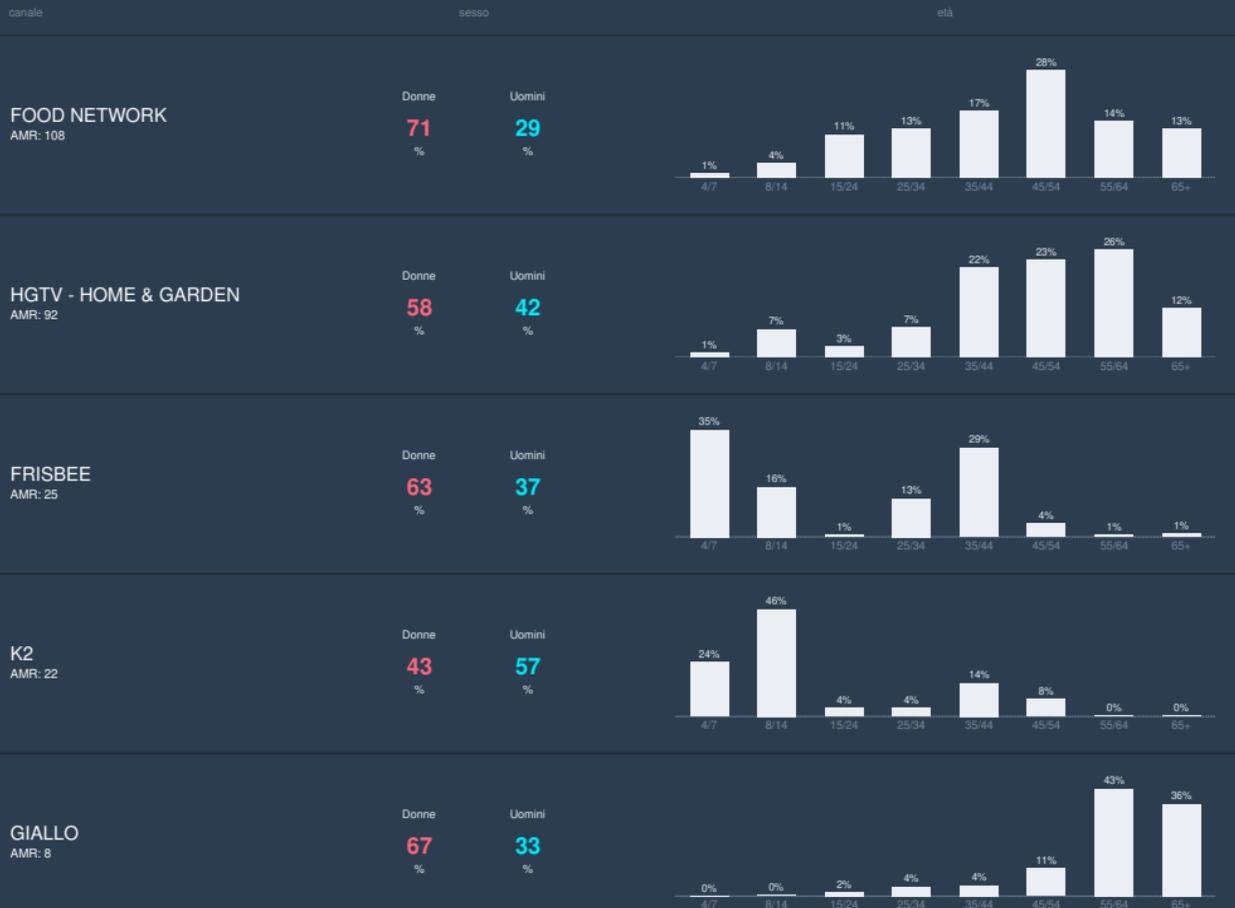


Dati relativi alla settimana Auditel:

7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

canale

seesso

età

La7

AMR: 1.272

Donne

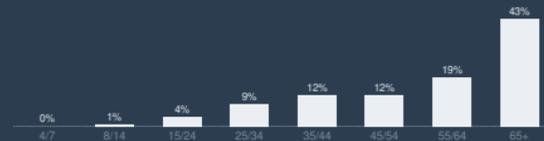
41

%

Uomini

59

%



LA7

AMR: 1.272

Donne

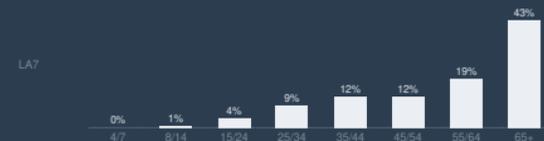
41

%

Uomini

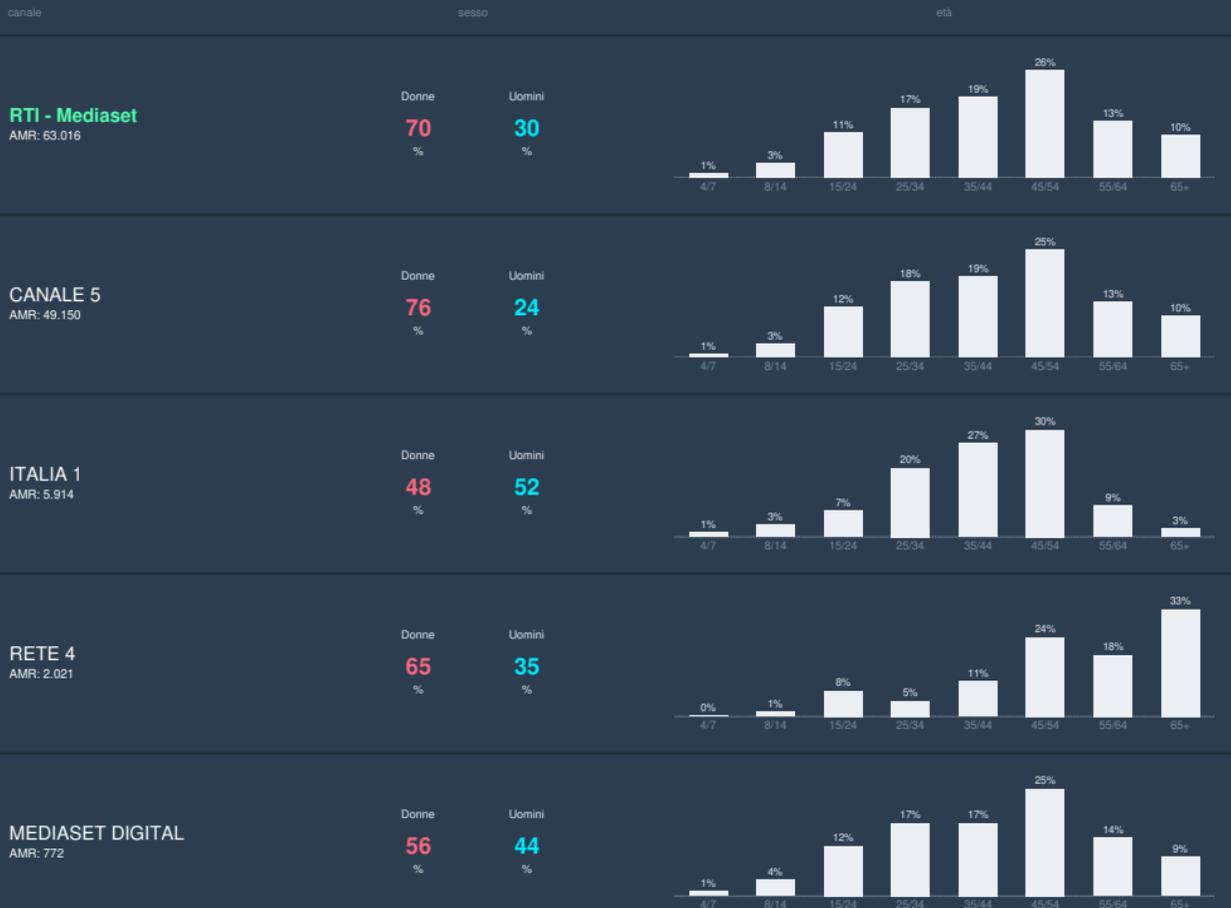
59

%



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:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 453

Donne

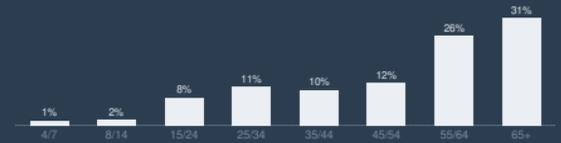
24

%

Uomini

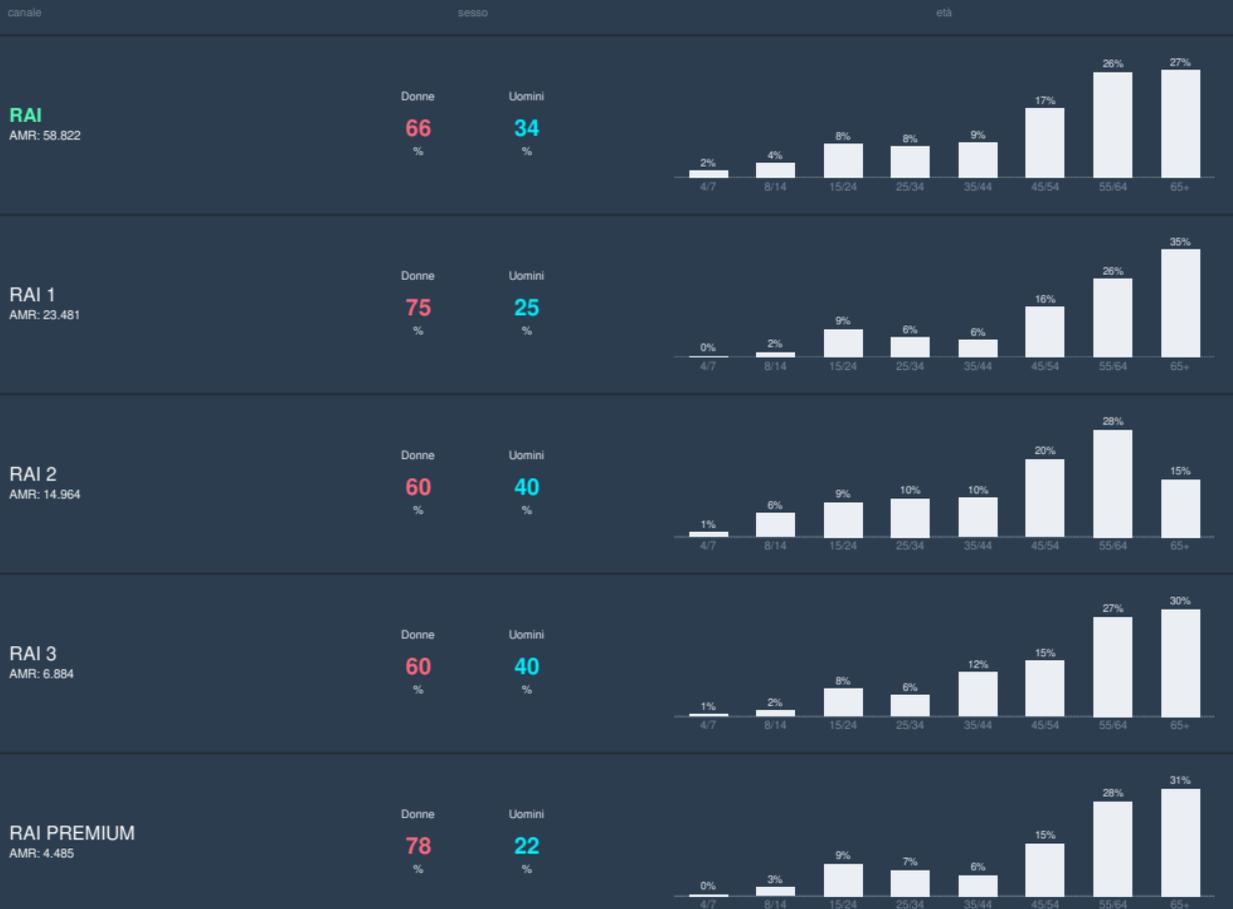
76

%



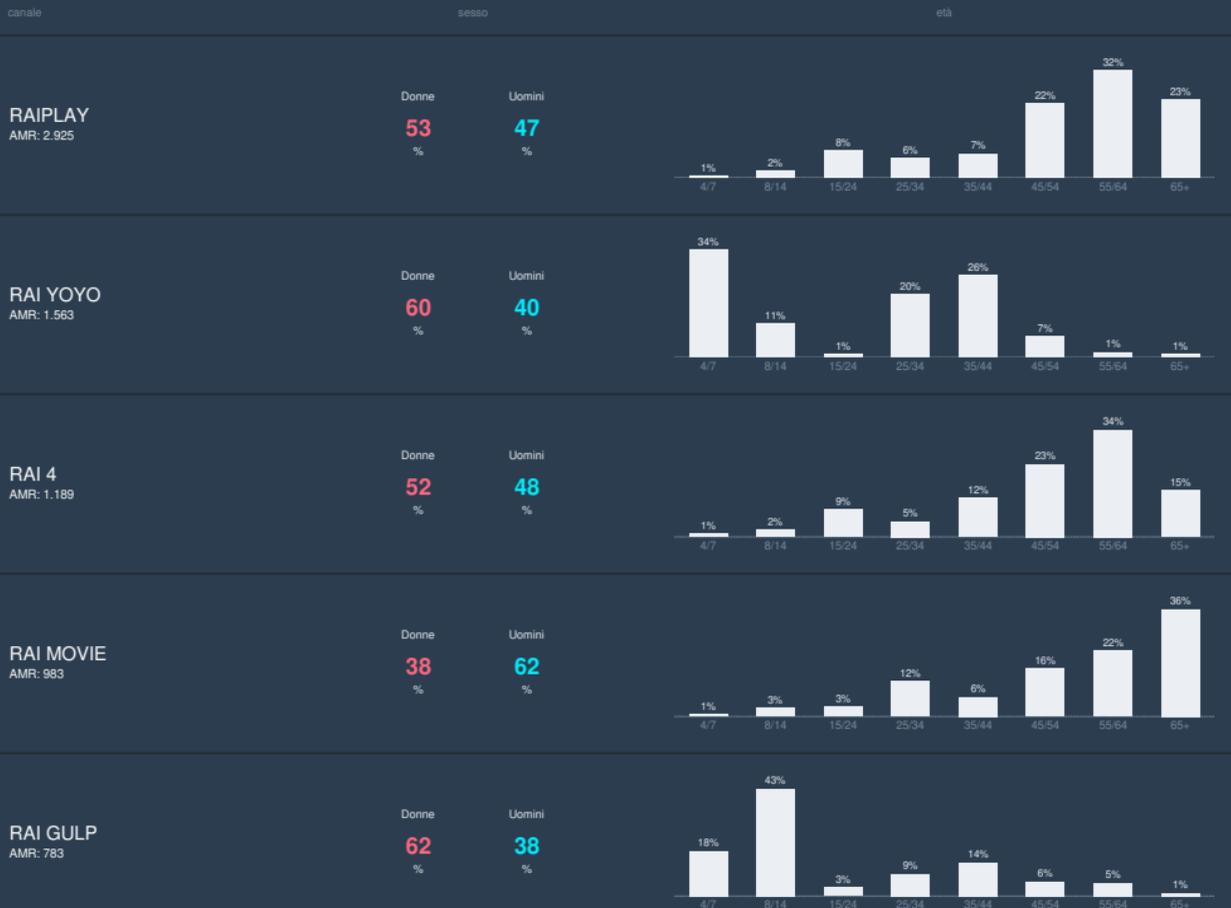
total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



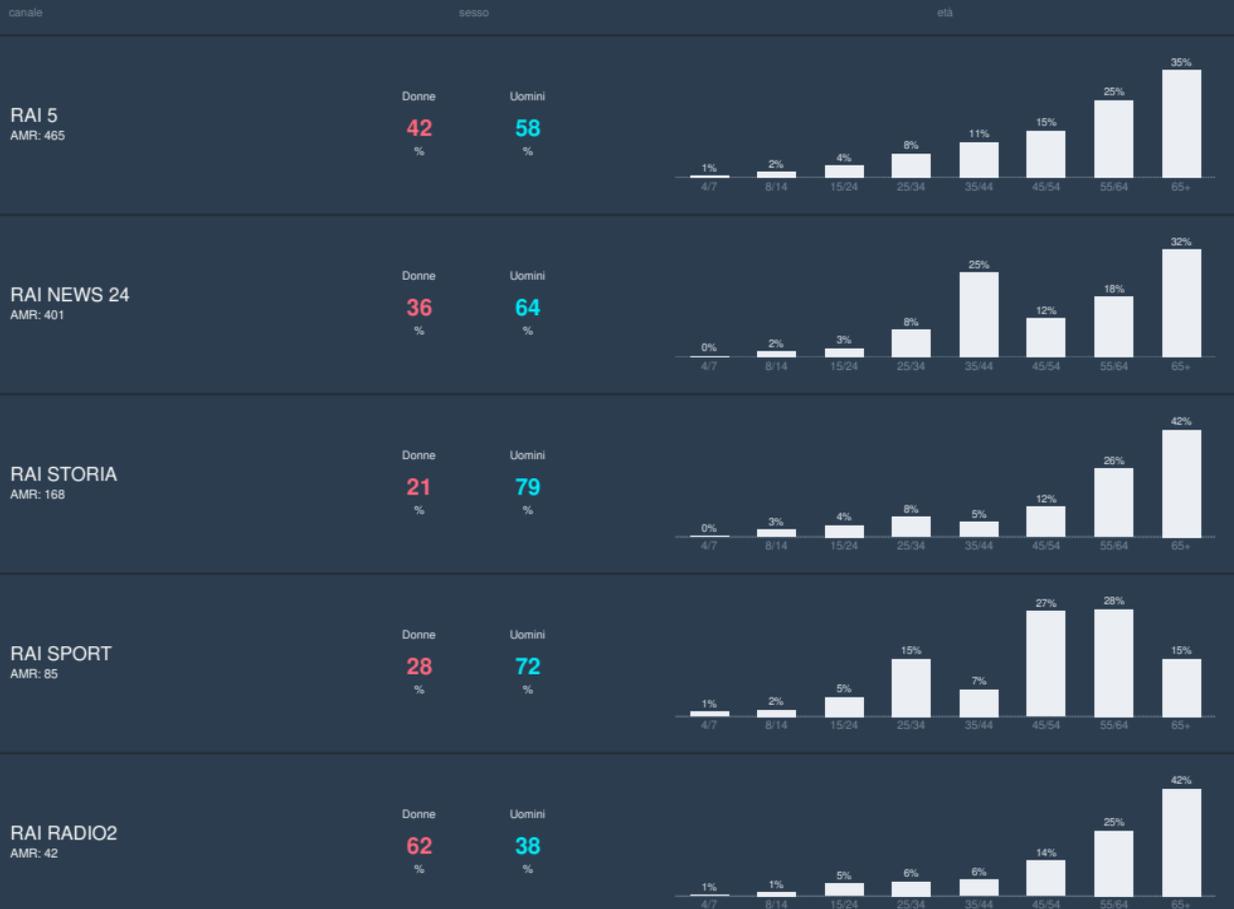
total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



total audience on demand

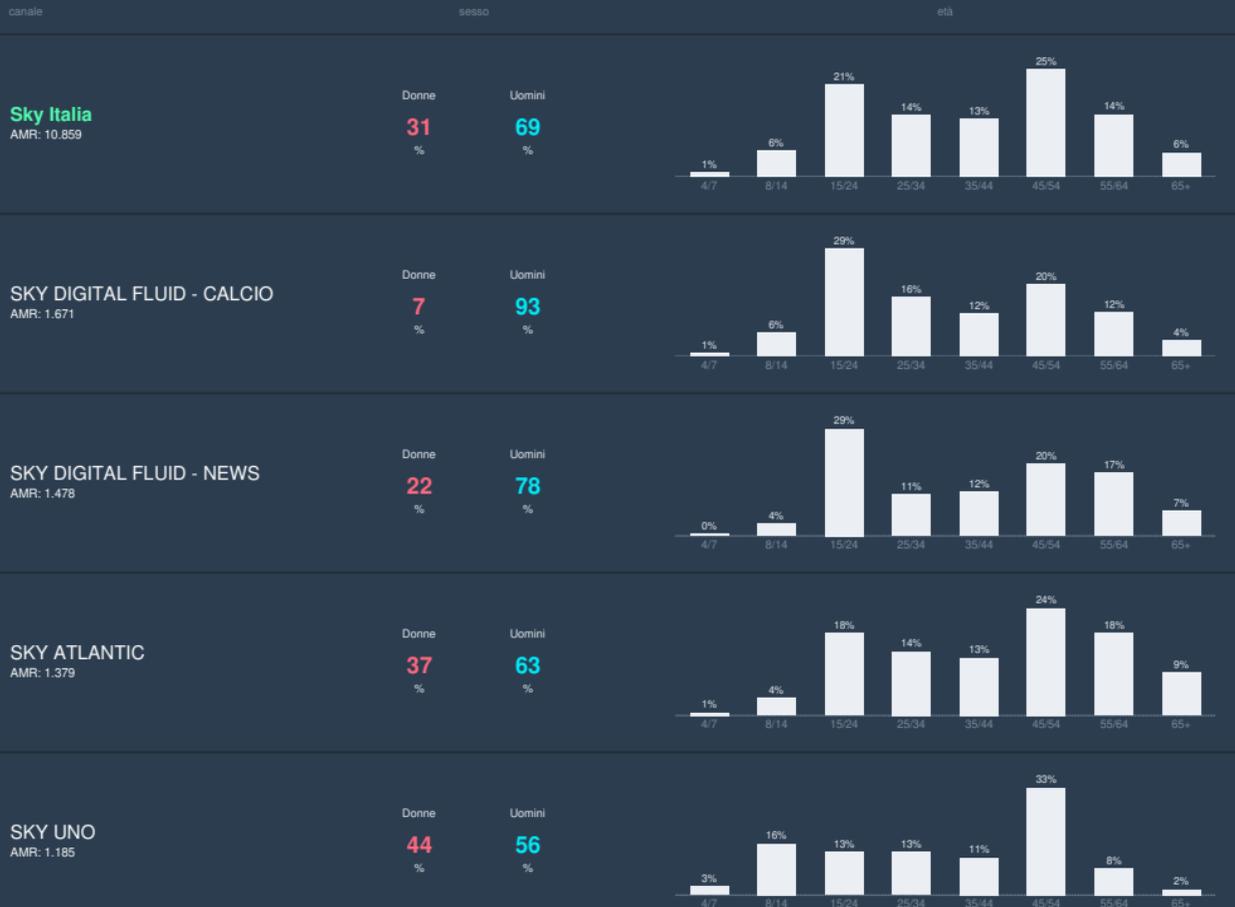
composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



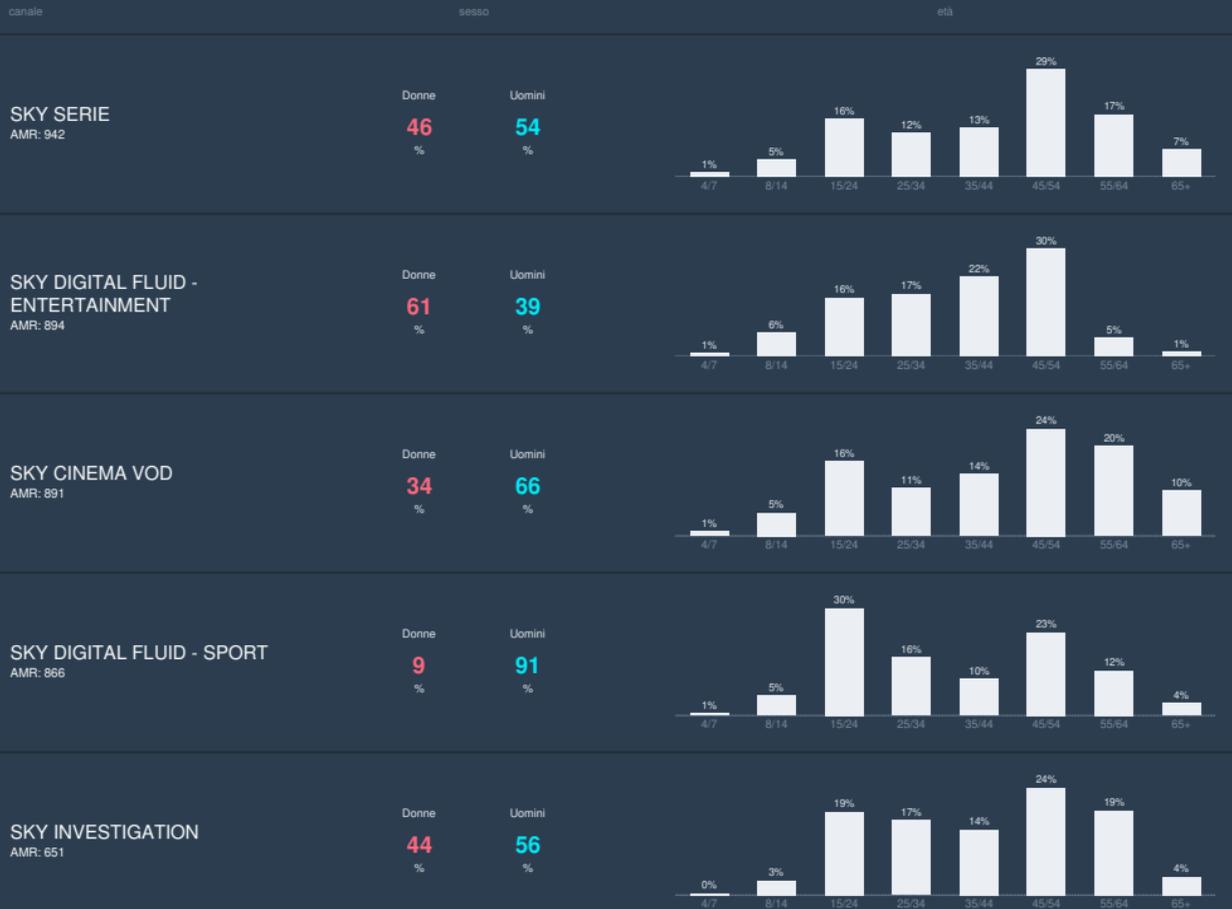
Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



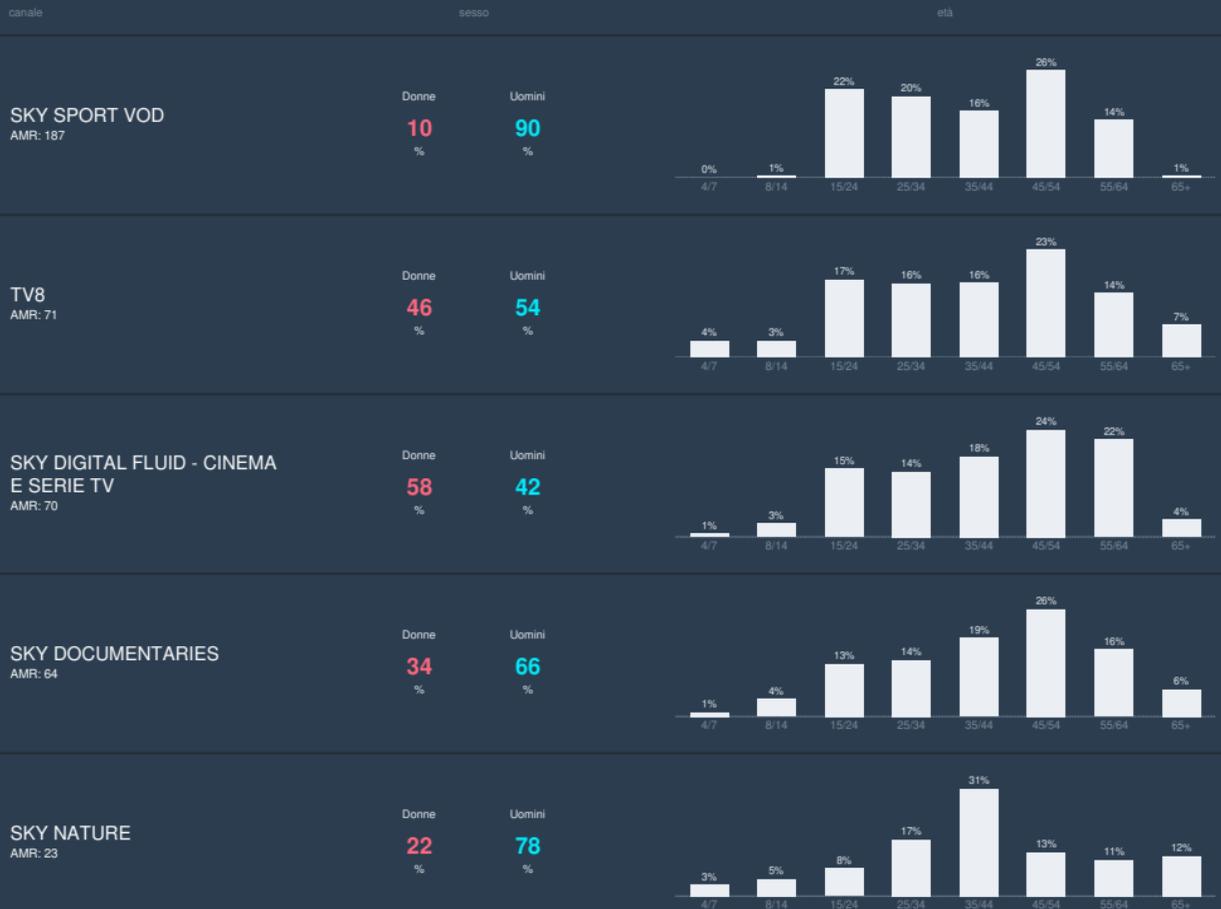
Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 maggio 2023 - 13 maggio 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.

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

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