



standard auditel total audience

Report Settimanale

21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

8.448.457 ascoltatori medi (AMR)

1.419.340.778 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

700.788

Ascoltatori medi

Andamento AMR

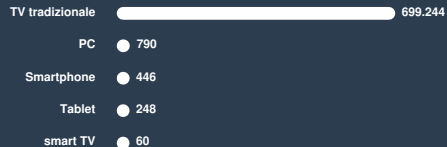
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



AMR Total Audience

335.035

Ascoltatori medi

Andamento AMR

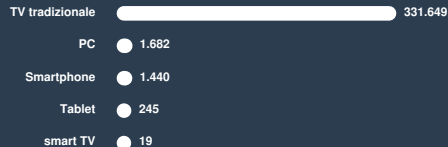
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



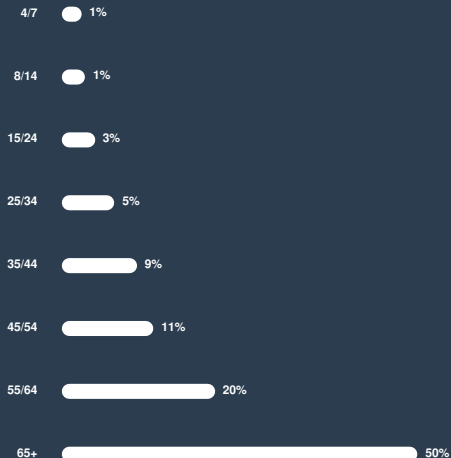
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



AMR Total Audience

3.124.443

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 7%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



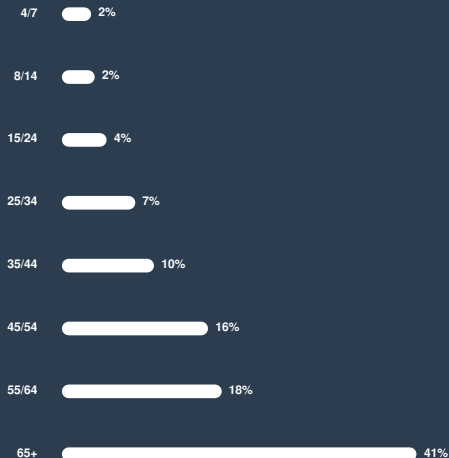
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

Rai

AMR Total Audience

3.249.752

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 5%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



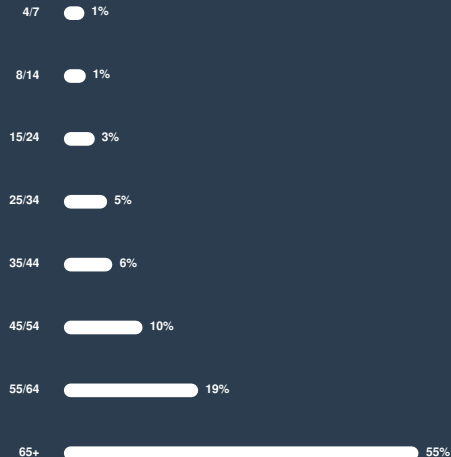
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

sky

AMR Total Audience

588.162

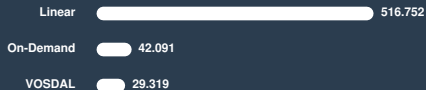
Ascoltatori medi

Andamento AMR

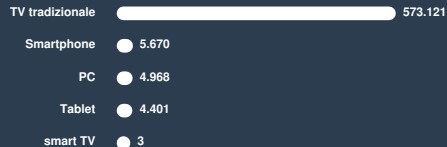
- 19%

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:

21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

8.522.166 ascoltatori medi (AMR)

1.431.723.875 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

80.149

Ascoltatori medi

Andamento AMR

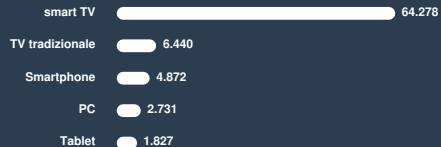
+ 16%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

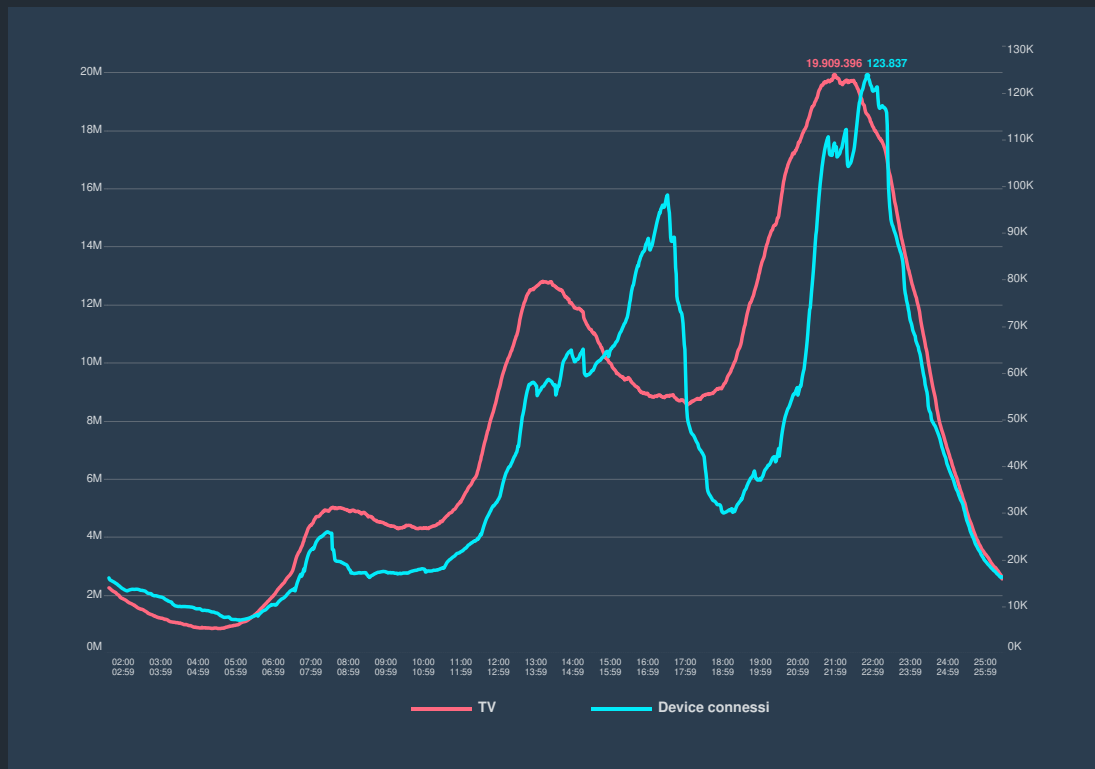
8.106.838 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

42.234 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

Discovery

AMR: 685.911

Donne

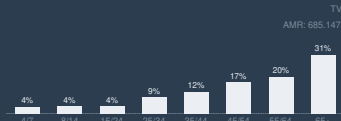
57

%

Uomini

43

%



DEVICE CONNESSI

AMR: 764

Donne

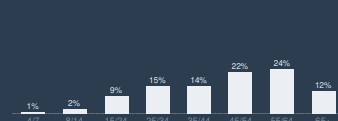
56

%

Uomini

44

%



NOVE

AMR: 144.231

Donne

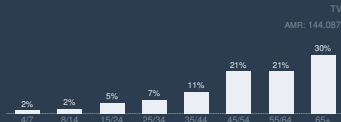
57

%

Uomini

43

%



DEVICE CONNESSI

AMR: 144

Donne

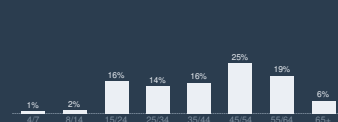
55

%

Uomini

45

%



REAL TIME

AMR: 115.886

Donne

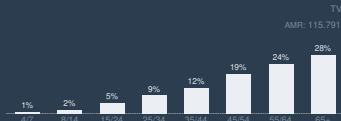
72

%

Uomini

28

%



DEVICE CONNESSI

AMR: 95

Donne

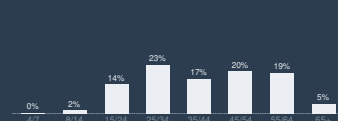
76

%

Uomini

24

%



DMAX

AMR: 77.546

Donne

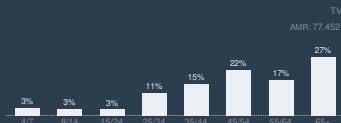
46

%

Uomini

54

%



DEVICE CONNESSI

AMR: 93

Donne

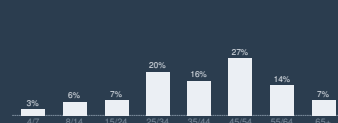
30

%

Uomini

70

%



GIALLO

AMR: 76.454

Donne

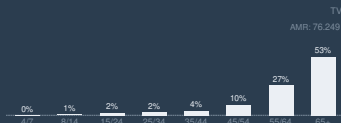
65

%

Uomini

35

%



DEVICE CONNESSI

AMR: 205

Donne

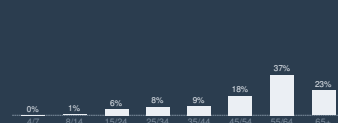
72

%

Uomini

28

%



total audience linear

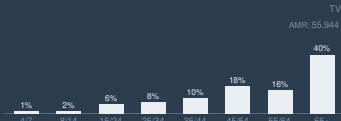
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

FOOD NETWORK
AMR: 55.954

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



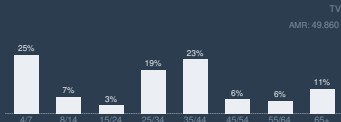
DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



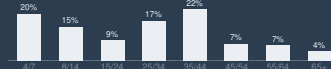
FRISBEE
AMR: 49.866

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



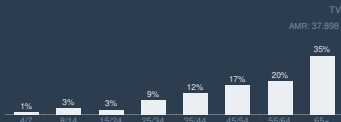
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



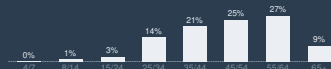
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 37.916

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



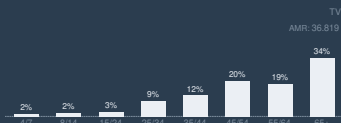
DEVICE CONNESSI
AMR: 18

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



MOTOR TREND
AMR: 36.867

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



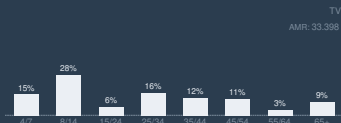
DEVICE CONNESSI
AMR: 48

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



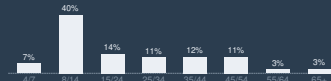
K2
AMR: 33.407

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 9

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



total
audience
linear

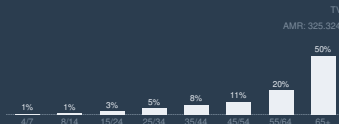
composizione
ascolto per
editore per
target



La7
AMR: 327.158

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.835

Donne
43
%

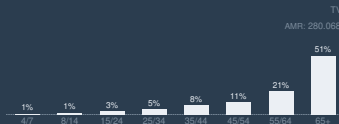
Uomini
57
%



LA7
AMR: 281.902

Donne
52
%

Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.835

Donne
43
%

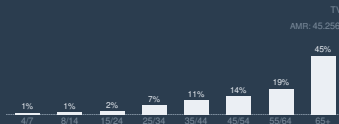
Uomini
57
%



LA7D
AMR: 45.256

Donne
71
%

Uomini
29
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

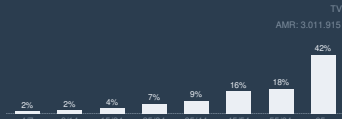


Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

RTI - Mediaset

AMR: 3.026.931

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 15.016

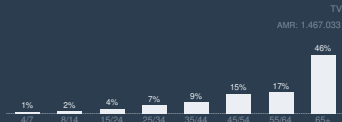
Donne **44**%
Uomini **56**%



CANALE 5

AMR: 1.474.288

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 7.256

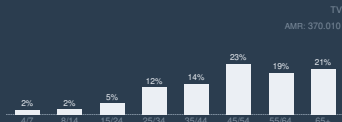
Donne **44**%
Uomini **56**%



ITALIA 1

AMR: 371.909

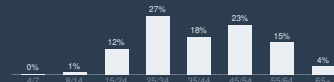
Donne **49**%
Uomini **51**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.899

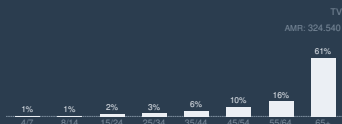
Donne **37**%
Uomini **63**%



RETE 4

AMR: 325.549

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.009

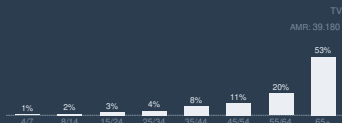
Donne **57**%
Uomini **43**%



TGCOM 24

AMR: 40.999

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.819

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

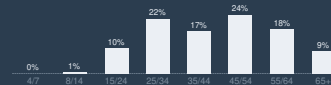


Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 86

DEVICE CONNESSI
AMR: 86

Donne	Uomini
59%	41%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

RAI

AMR: 3.131.680

Donne

59

%

Uomini

41

%



TV
AMR: 3.114.167

DEVICE CONNESSI

AMR: 17.513

Donne

42

%

Uomini

58

%



RAI 1

AMR: 1.416.495

Donne

65

%

Uomini

35

%



TV
AMR: 1.412.552

DEVICE CONNESSI

AMR: 3.942

Donne

65

%

Uomini

35

%



RAI 3

AMR: 596.896

Donne

58

%

Uomini

42

%



TV
AMR: 594.449

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.447

Donne

59

%

Uomini

41

%



RAI 2

AMR: 562.093

Donne

48

%

Uomini

51

%



TV
AMR: 555.599

DEVICE CONNESSI

AMR: 6.494

Donne

25

%

Uomini

75

%



RAI 4

AMR: 114.526

Donne

56

%

Uomini

44

%



TV
AMR: 114.049

DEVICE CONNESSI

AMR: 476

Donne

53

%

Uomini

47

%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

RAI PREMIUM
AMR: 109.161

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



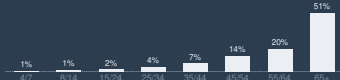
DEVICE CONNESSI
AMR: 288

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



RAI MOVIE
AMR: 86.930

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 306

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



RAI SPORT
AMR: 71.459

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



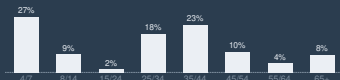
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.207

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



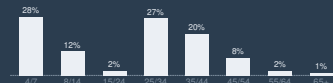
RAI YOYO
AMR: 56.876

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 51

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



RAI NEWS 24
AMR: 53.577

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.031

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



total
audience
linear

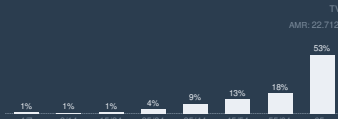
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

RAI 5
AMR: 22.805

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



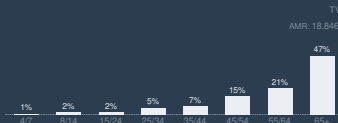
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 18.989

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



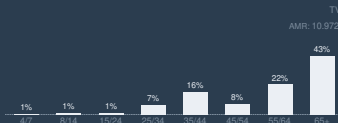
DEVICE CONNESSI
AMR: 143

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



RAI SCUOLA
AMR: 11.037

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



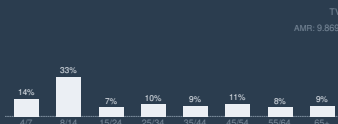
DEVICE CONNESSI
AMR: 65

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



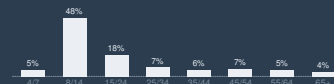
RAI GULP
AMR: 9.889

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



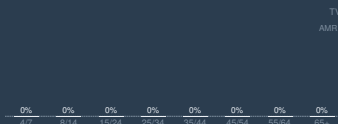
DEVICE CONNESSI
AMR: 20

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



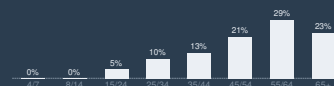
RAI RADIO2
AMR: 544

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI
AMR: 544

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



total
audience
linear

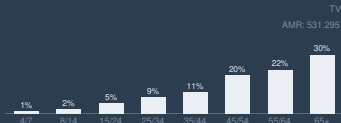
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

Sky Italia
AMR: 538.402

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



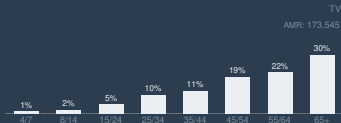
DEVICE CONNESSI
AMR: 7.106

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



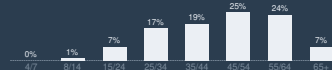
TV8
AMR: 174.025

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



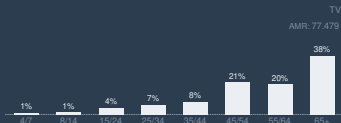
DEVICE CONNESSI
AMR: 480

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



CIELO
AMR: 77.606

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



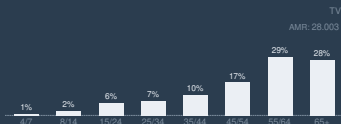
DEVICE CONNESSI
AMR: 127

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



SKY TG24
AMR: 28.721

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



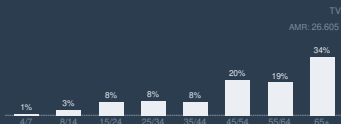
DEVICE CONNESSI
AMR: 718

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



SKY SPORT 24
AMR: 27.156

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 551

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

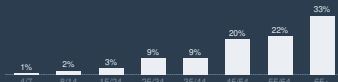
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

SKY TG24 (50)
AMR: 22.611

Donne
37
%

Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

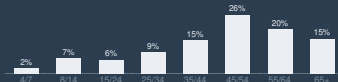
Uomini
%



SKY UNO
AMR: 17.600

Donne
57
%

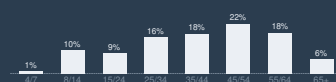
Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 145

Donne
49
%

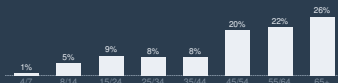
Uomini
51
%



SKY SPORT UNO
AMR: 17.041

Donne
32
%

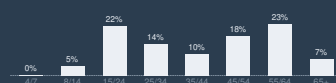
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.368

Donne
15
%

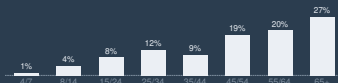
Uomini
85
%



SKY SPORT F1
AMR: 15.438

Donne
34
%

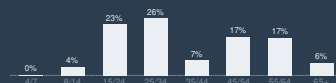
Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.148

Donne
17
%

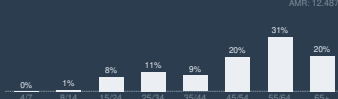
Uomini
83
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 12.556

Donne
58
%

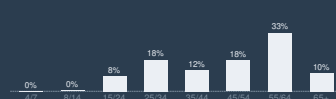
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 69

Donne
60
%

Uomini
40
%



total
audience
linear

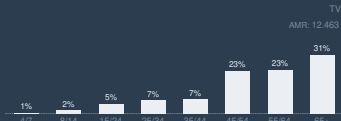
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

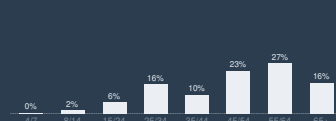
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 12.513

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



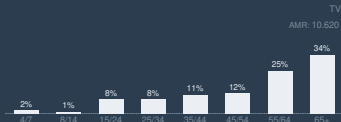
DEVICE CONNESSI
AMR: 50

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



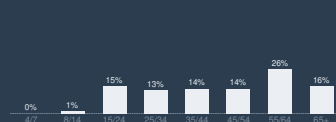
SKY ATLANTIC +1
AMR: 10.633

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



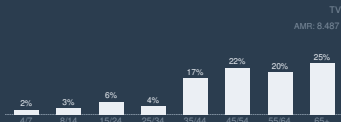
DEVICE CONNESSI
AMR: 13

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



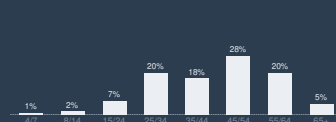
SKY CINEMA ACTION
AMR: 8.549

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



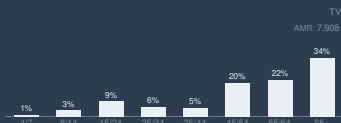
DEVICE CONNESSI
AMR: 62

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



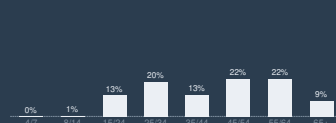
SKY SPORT CALCIO
AMR: 8.263

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



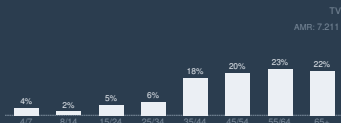
DEVICE CONNESSI
AMR: 355

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



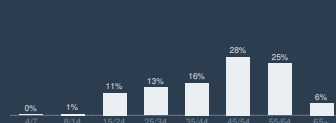
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 7.256

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 45

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



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:

21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

8.166.572 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

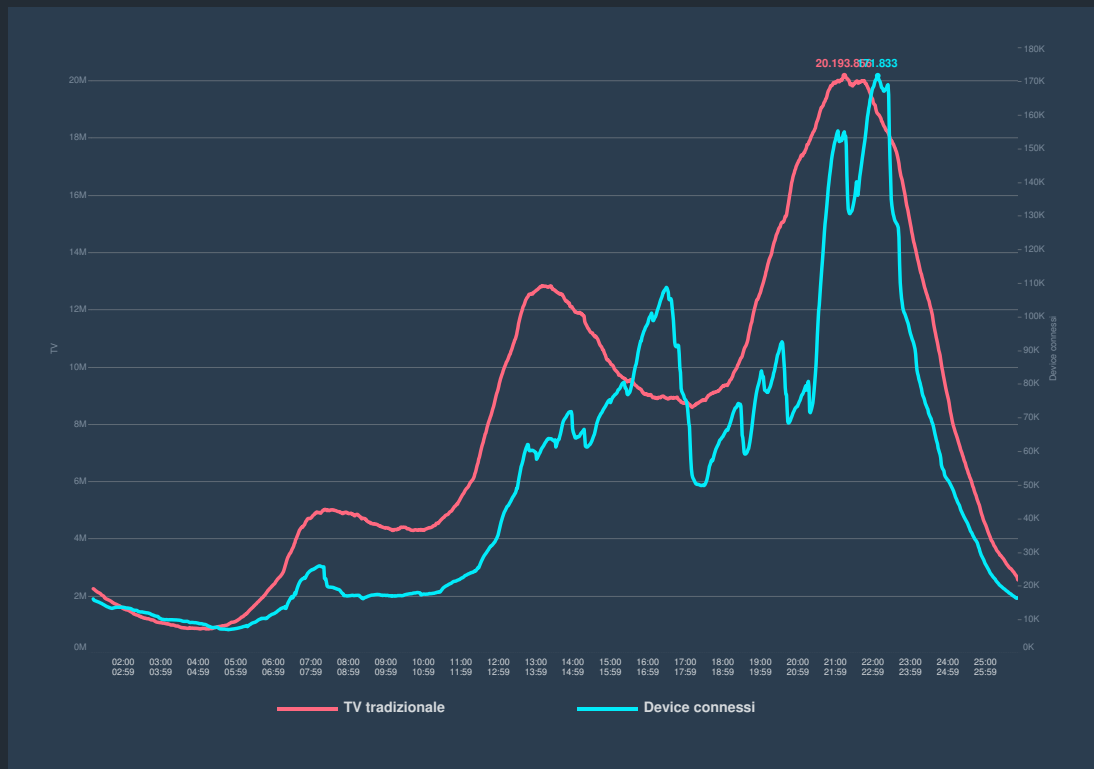
51.117 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

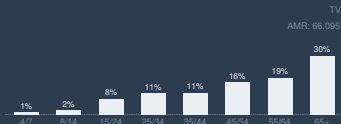


Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

DAZN
AMR: 74.978

Donne
27
%

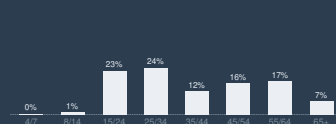
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 8.883

Donne
9
%

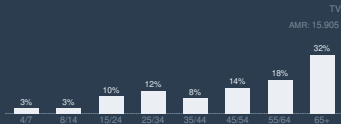
Uomini
91
%



DAZN2
AMR: 18.020

Donne
27
%

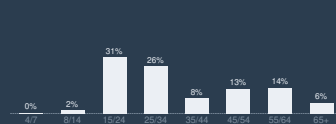
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.115

Donne
10
%

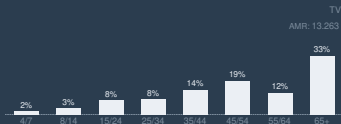
Uomini
90
%



DAZN3
AMR: 15.297

Donne
23
%

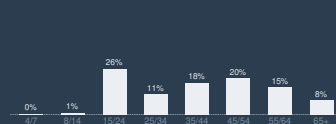
Uomini
77
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.034

Donne
6
%

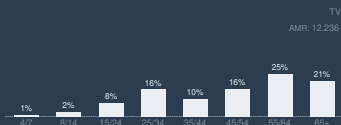
Uomini
94
%



DAZN4
AMR: 13.945

Donne
23
%

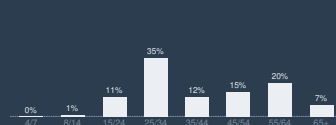
Uomini
77
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.709

Donne
9
%

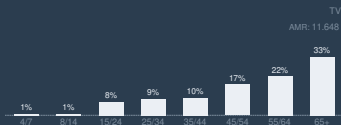
Uomini
91
%



DAZN1
AMR: 13.471

Donne
29
%

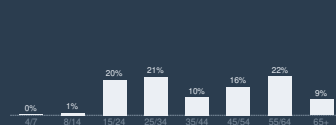
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.823

Donne
8
%

Uomini
92
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



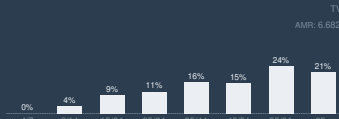
DAZN5
AMR: 7.883

Donne

30
%

Uomini

70
%



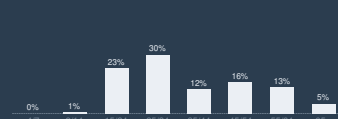
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.201

Donne

10
%

Uomini

90
%



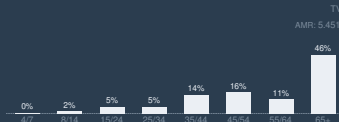
ZONA DAZN
AMR: 5.451

Donne

42
%

Uomini

58
%



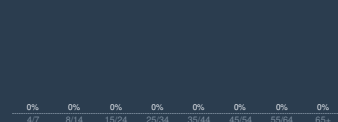
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



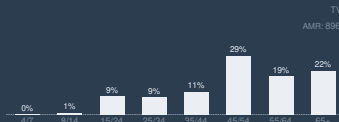
ZONA DAZN 2
AMR: 896

Donne

34
%

Uomini

66
%



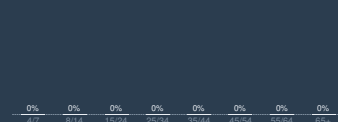
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



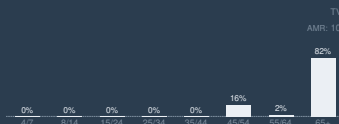
ZONA DAZN 4
AMR: 10

Donne

48
%

Uomini

52
%



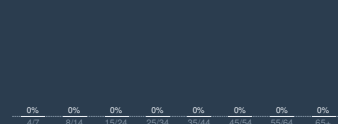
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



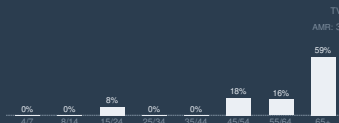
ZONA DAZN 3
AMR: 3

Donne

74
%

Uomini

26
%



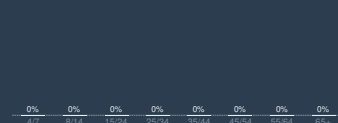
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

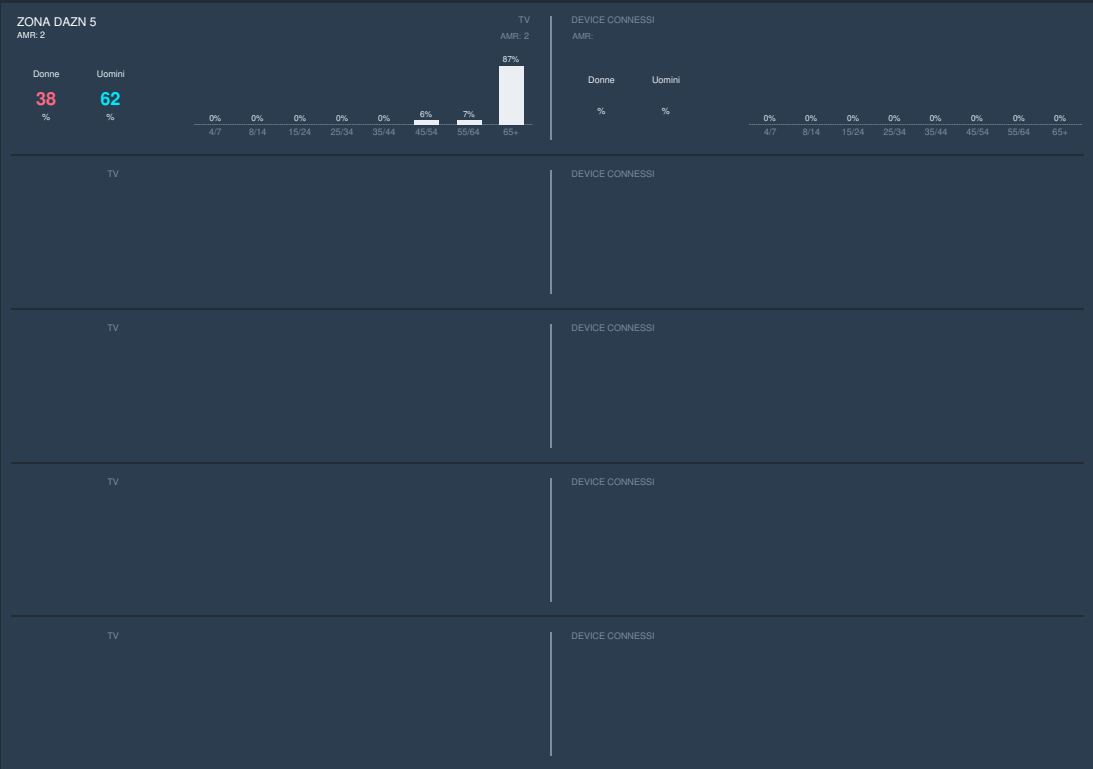
Uomini

%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



total audience on demand totali della settimana totale editori digital

Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

111.559 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

canale

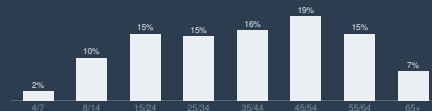
sesto

età

DAZN
AMR: 5.092

Donne
8
%

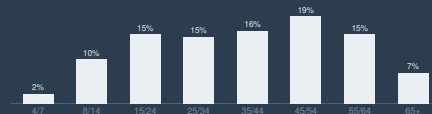
Uomini
92
%



DAZN VOD
AMR: 5.092

Donne
8
%

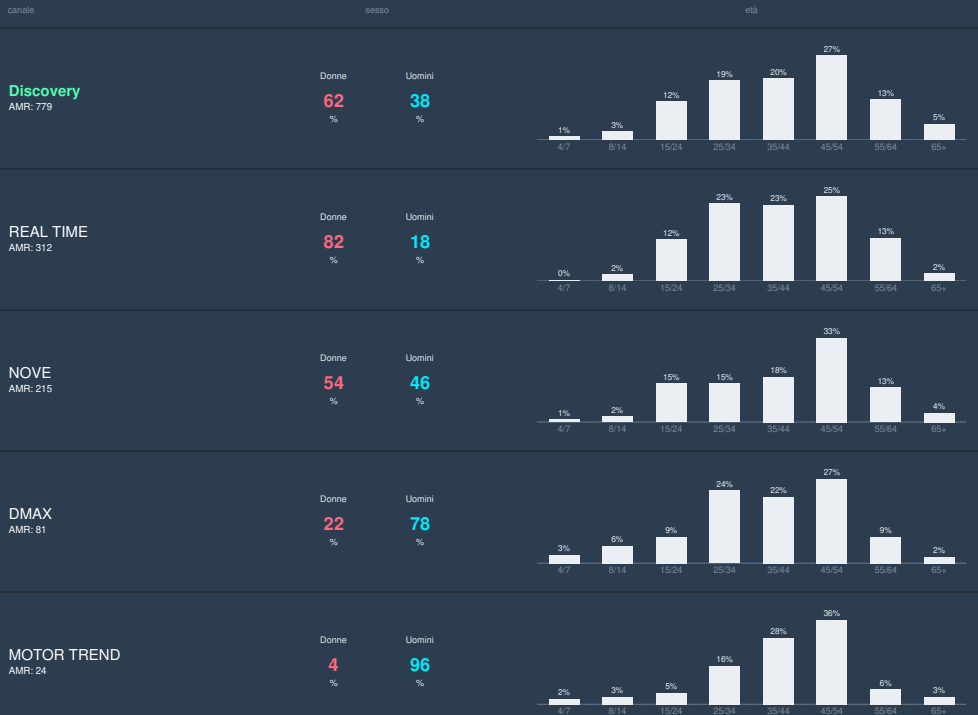
Uomini
92
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



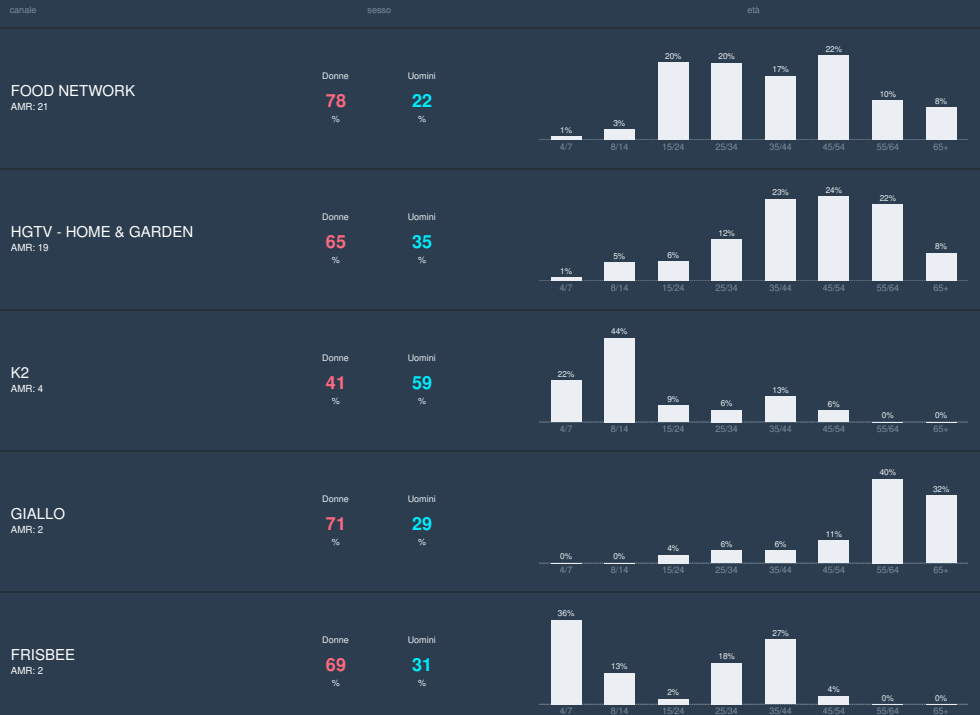
Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

canale

seesso

età

La7

AMR: 1.551

Donne

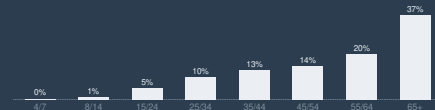
42

%

Uomini

58

%



LA7

AMR: 1.461

Donne

42

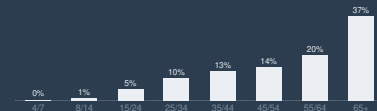
%

Uomini

58

%

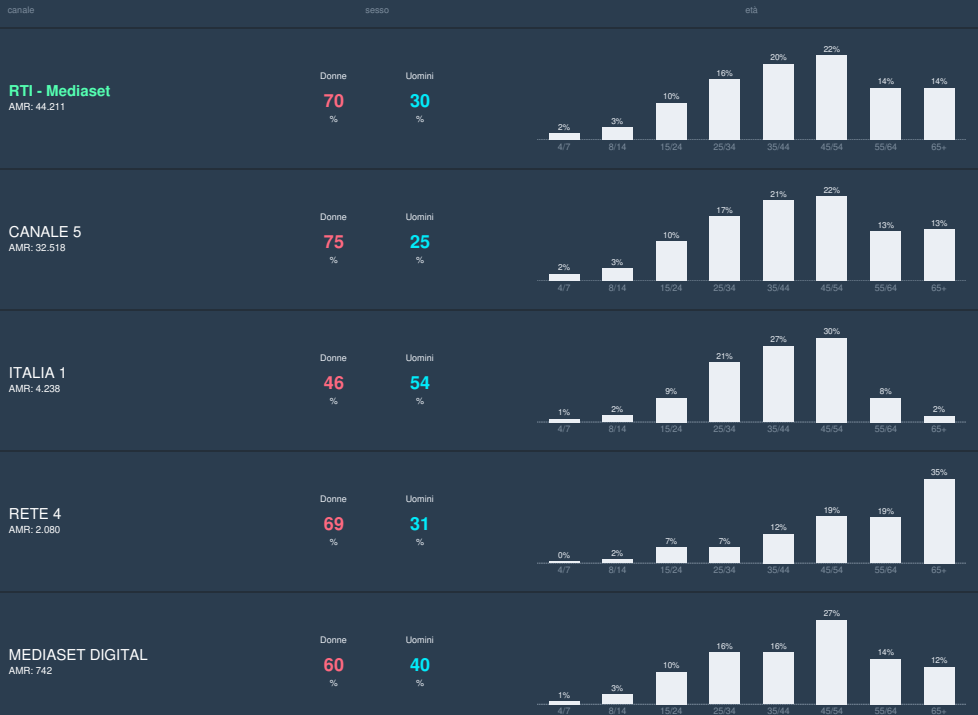
LA7



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 457

Donne

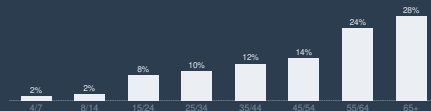
24

%

Uomini

76

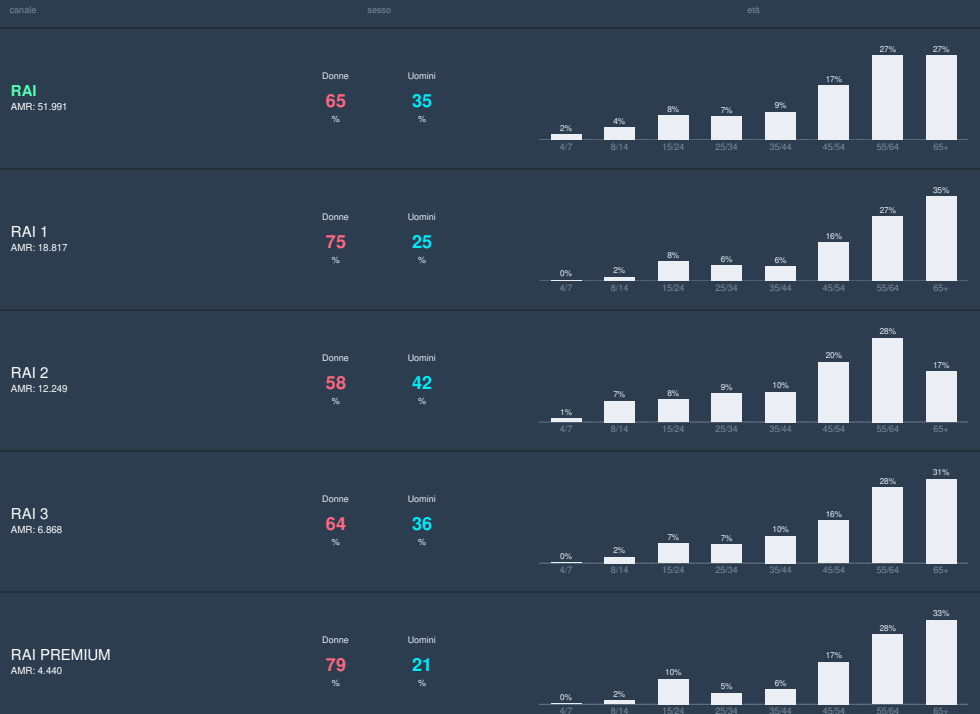
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



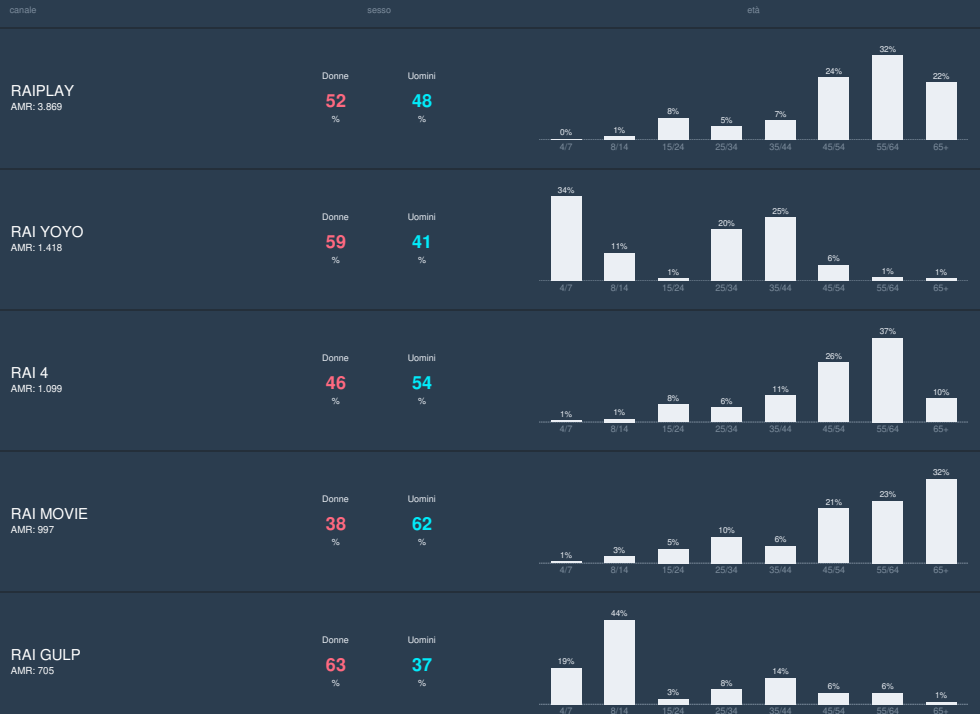
Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



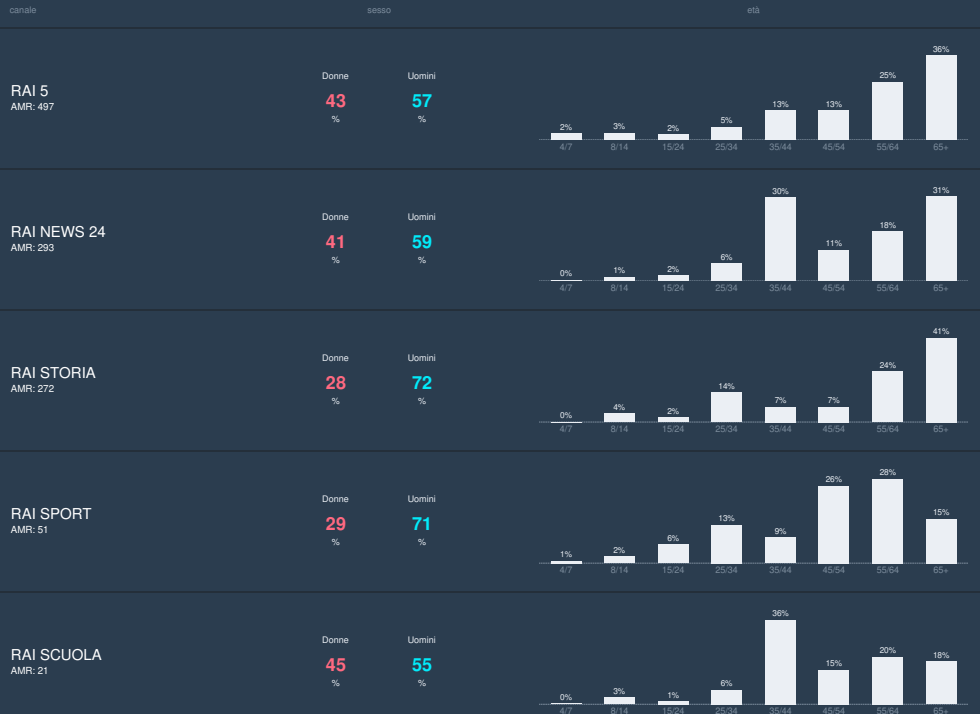
Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 7.934

Donne

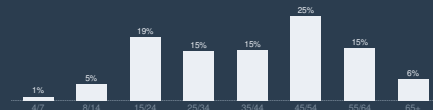
34

%

Uomini

66

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.417

Donne

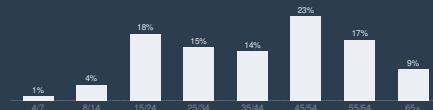
38

%

Uomini

62

%



SKY SERIE

AMR: 1.180

Donne

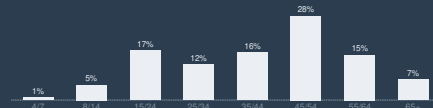
45

%

Uomini

55

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 971

Donne

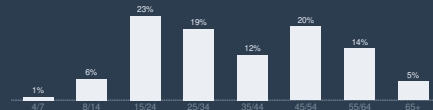
7

%

Uomini

93

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 918

Donne

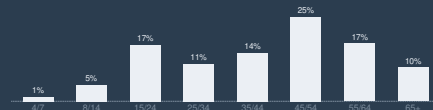
33

%

Uomini

67

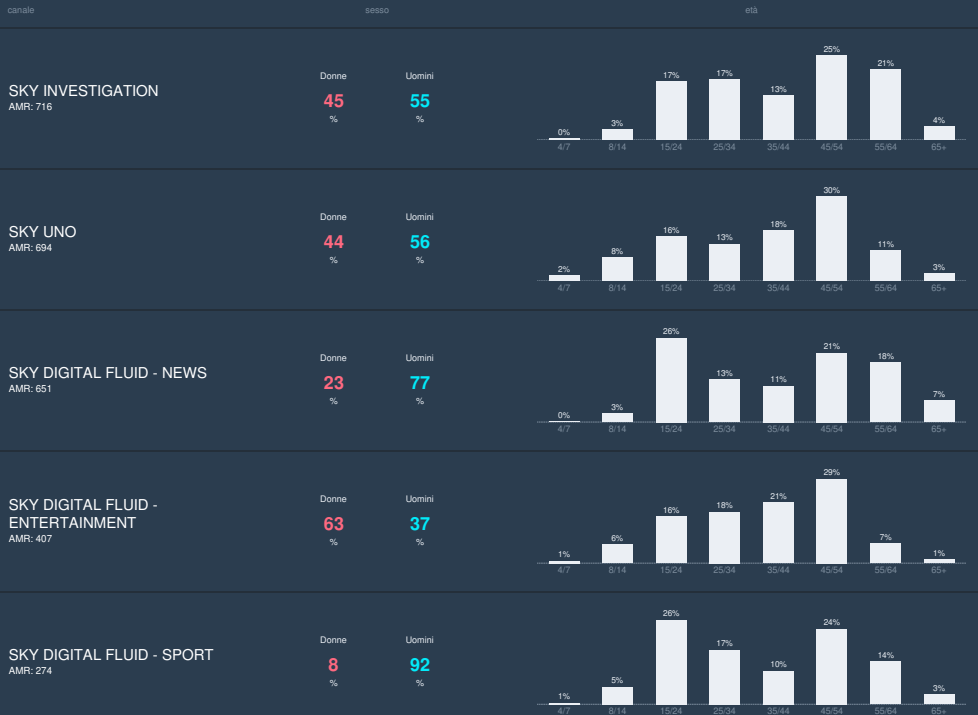
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
21 maggio 2023 - 27 maggio 2023

canale

seesso

età

TV8
AMR: 103

Donne

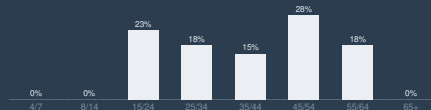
52

%

Uomini

48

%



SKY DOCUMENTARIES
AMR: 70

Donne

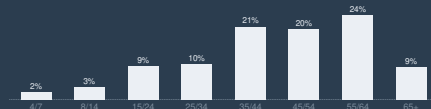
40

%

Uomini

60

%



SKY SPORT VOD
AMR: 51

Donne

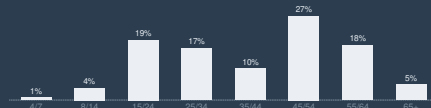
19

%

Uomini

81

%



SKY DIGITAL FLUID - CINEMA
E SERIE TV
AMR: 29

Donne

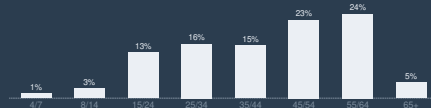
54

%

Uomini

46

%



SKY NATURE
AMR: 20

Donne

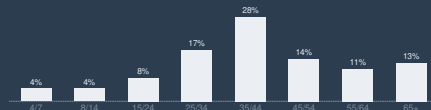
21

%

Uomini

79

%



Informazioni utili note metodologiche FAQ

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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