



standard auditel total audience

Report Settimanale

28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

8.187.830 ascoltatori medi (AMR)

1.375.555.422 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

699.084

Ascoltatori medi

Andamento AMR

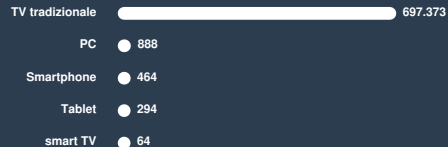
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

305.245

Ascoltatori medi

Andamento AMR

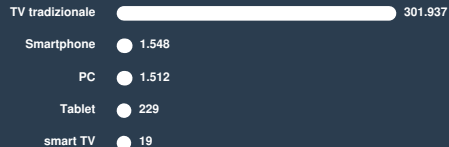
- 9%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



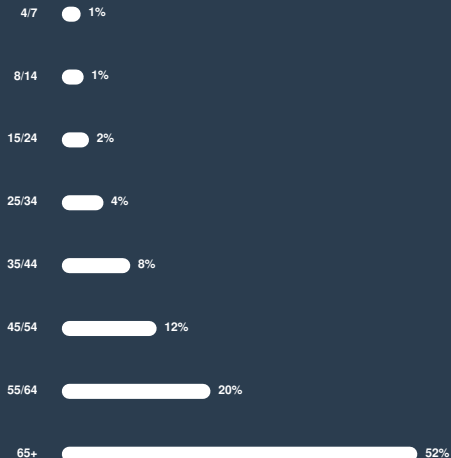
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



AMR Total Audience

2.980.924

Ascoltatori medi

Andamento AMR

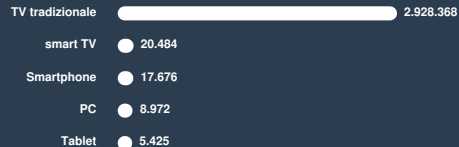
- 5%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



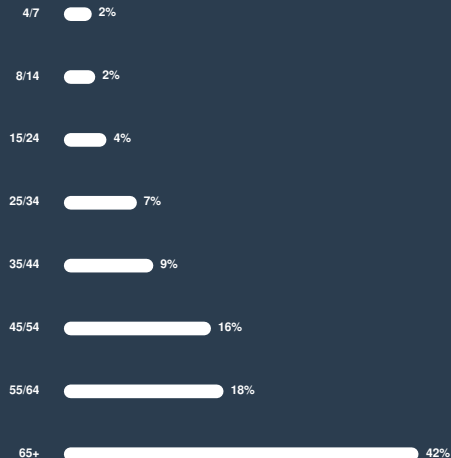
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

Rai

AMR Total Audience

3.145.461

Ascoltatori medi

Andamento AMR

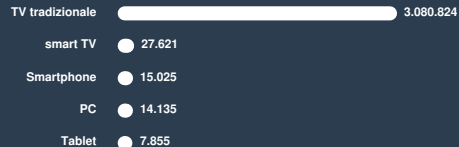
- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



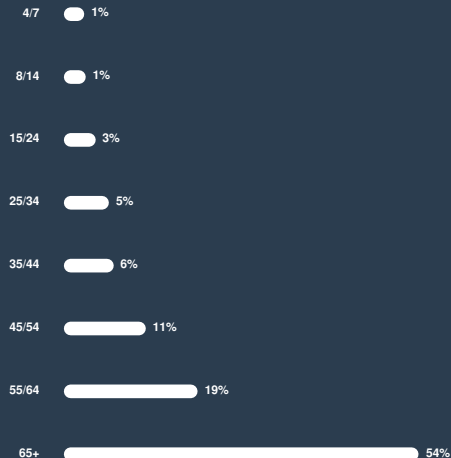
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

sky

AMR Total Audience

626.881

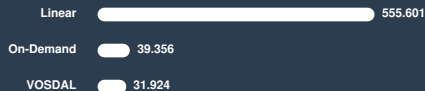
Ascoltatori medi

Andamento AMR

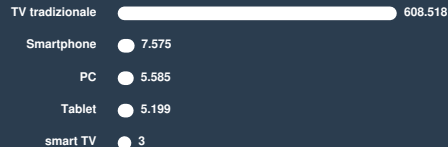
+ 7%

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:

28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

8.248.059 ascoltatori medi (AMR)

1.385.673.978 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

64.166

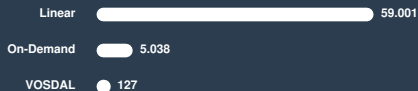
Ascoltatori medi

Andamento AMR

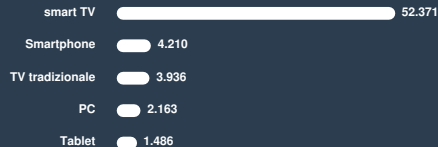
- 20%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

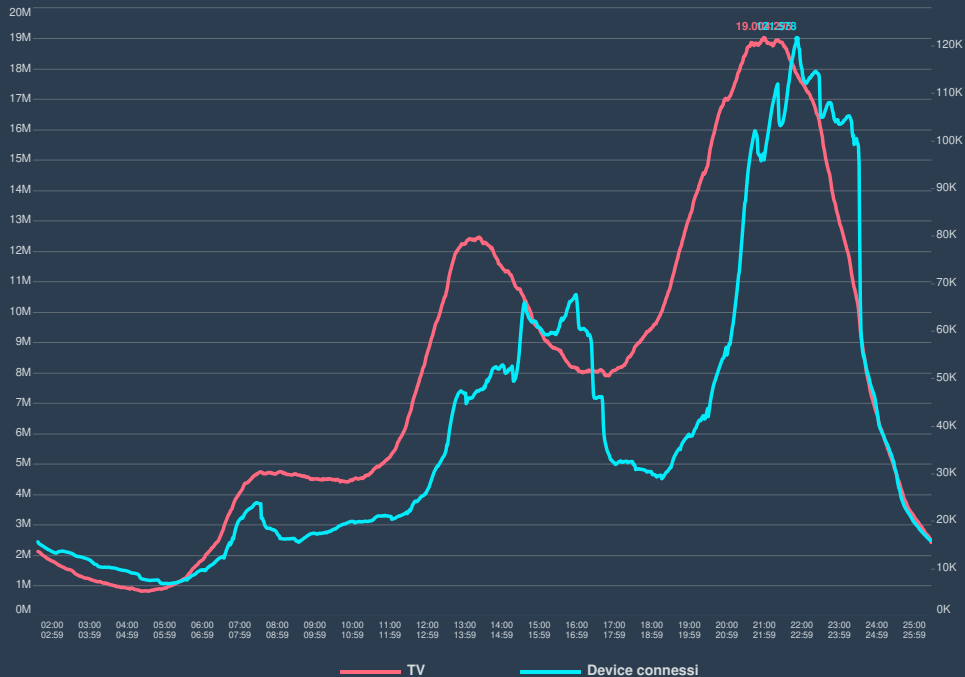
7.861.108 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

39.556 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

total
audience
linear

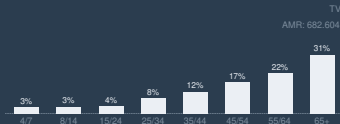
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

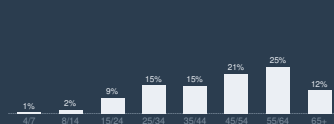
Discovery AMR: 683.541

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



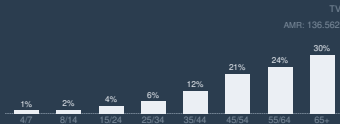
DEVICE CONNESSI AMR: 937

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



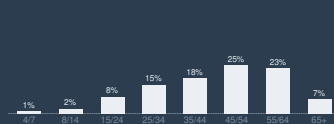
NOVE AMR: 136.692

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



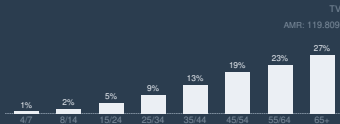
DEVICE CONNESSI AMR: 130

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



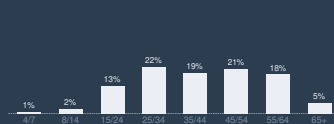
REAL TIME AMR: 119.905

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



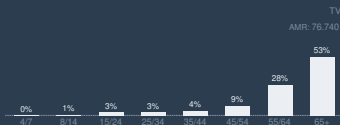
DEVICE CONNESSI AMR: 97

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



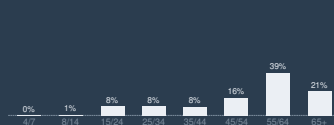
GIALLO AMR: 76.938

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



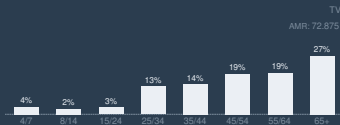
DEVICE CONNESSI AMR: 199

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



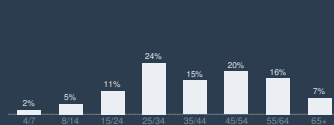
DMAX AMR: 72.990

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



DEVICE CONNESSI AMR: 115

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



total
audience
linear

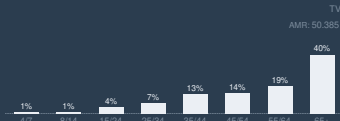
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

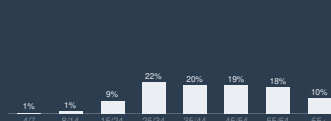
FOOD NETWORK
AMR: 50.395

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



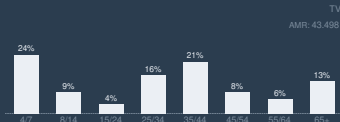
DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



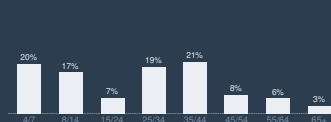
FRISBEE
AMR: 43.504

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



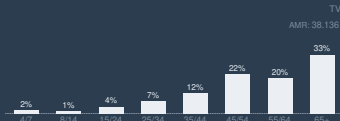
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



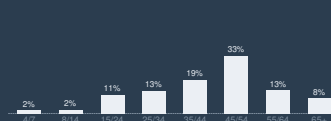
MOTOR TREND
AMR: 38.184

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



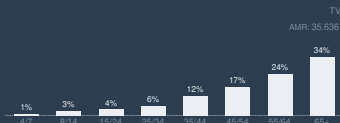
DEVICE CONNESSI
AMR: 48

Donne **10**%
Uomini **90**%



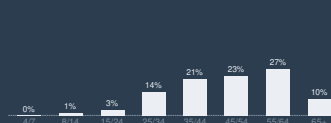
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 35.653

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



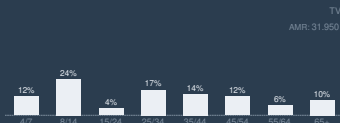
DEVICE CONNESSI
AMR: 17

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



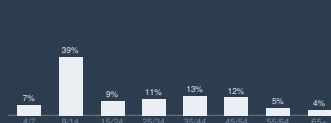
K2
AMR: 31.960

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



total audience linear

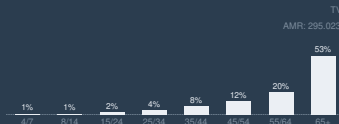
composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 296.596

Donne
54
%

Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.573

Donne
41
%

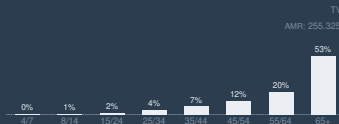
Uomini
59
%



LA7
AMR: 256.898

Donne
50
%

Uomini
50
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.573

Donne
41
%

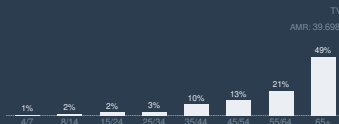
Uomini
59
%



LA7D
AMR: 39.698

Donne
74
%

Uomini
26
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



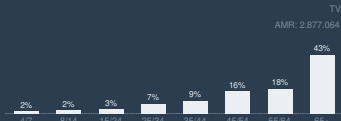
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

RTI - Mediaset

AMR: 2.888.450

Donne
58
%

Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 11.386

Donne
53
%

Uomini
47
%

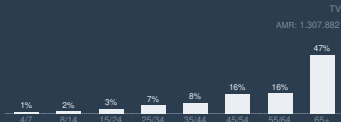


CANALE 5

AMR: 1.311.984

Donne
63
%

Uomini
37
%

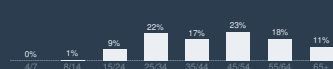


DEVICE CONNESSI

AMR: 4.102

Donne
65
%

Uomini
35
%

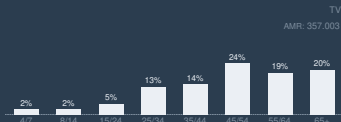


ITALIA 1

AMR: 358.465

Donne
50
%

Uomini
50
%

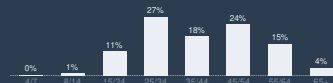


DEVICE CONNESSI

AMR: 1.462

Donne
38
%

Uomini
62
%

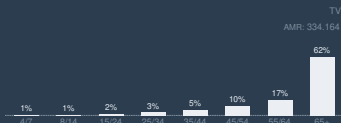


RETE 4

AMR: 335.273

Donne
59
%

Uomini
41
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.108

Donne
56
%

Uomini
44
%

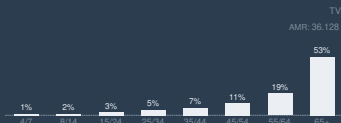


TGCOM 24

AMR: 37.848

Donne
45
%

Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.720

Donne
33
%

Uomini
67
%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

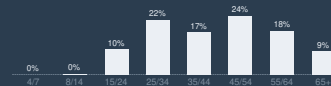


Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 61

DEVICE CONNESSI
AMR: 61

Donne	Uomini
59%	41%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

RAI

AMR: 3.035.011

Donne

59
%

Uomini

41
%



TV
AMR: 3.019.798

DEVICE CONNESSI

AMR: 15.213

Donne

45
%

Uomini

55
%



RAI 1

AMR: 1.526.208

Donne

64
%

Uomini

36
%



TV
AMR: 1.518.816

DEVICE CONNESSI

AMR: 7.391

Donne

43
%

Uomini

57
%



RAI 3

AMR: 561.991

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 559.565

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.425

Donne

56
%

Uomini

44
%



RAI 2

AMR: 415.080

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 413.348

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.732

Donne

46
%

Uomini

54
%



RAI PREMIUM

AMR: 114.887

Donne

67
%

Uomini

33
%



TV
AMR: 114.589

DEVICE CONNESSI

AMR: 298

Donne

75
%

Uomini

25
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI 4
AMR: 105.473

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



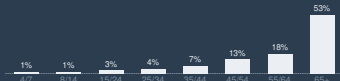
DEVICE CONNESSI
AMR: 471

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



RAI MOVIE
AMR: 92.280

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



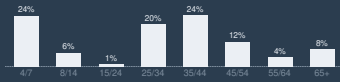
DEVICE CONNESSI
AMR: 325

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



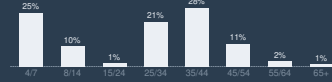
RAI YOYO
AMR: 57.600

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 51

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



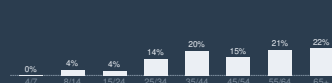
RAI NEWS 24
AMR: 49.114

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



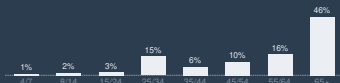
DEVICE CONNESSI
AMR: 923

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



RAI SPORT
AMR: 40.675

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 476

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



total
audience
linear

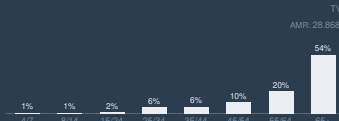
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

RAI 5
AMR: 28.981

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



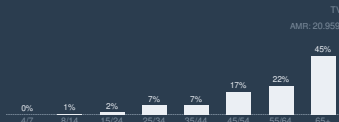
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 21.096

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



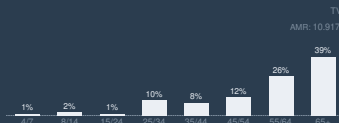
DEVICE CONNESSI
AMR: 137

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



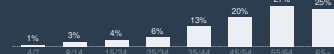
RAI SCUOLA
AMR: 10.999

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



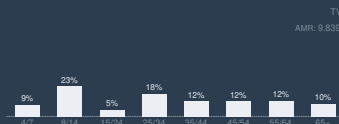
DEVICE CONNESSI
AMR: 82

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



RAI GULP
AMR: 9.861

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 22

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



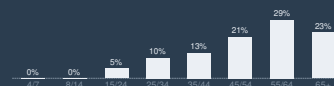
RAI RADIO2
AMR: 496

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI
AMR: 496

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



total
audience
linear

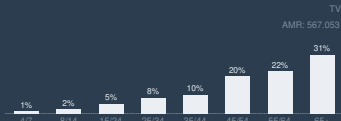
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

Sky Italia
AMR: 577.499

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



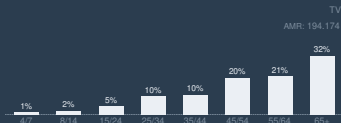
DEVICE CONNESSI
AMR: 10.446

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



TV8
AMR: 194.913

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



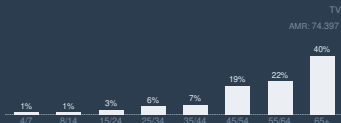
DEVICE CONNESSI
AMR: 739

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



CIELO
AMR: 74.515

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



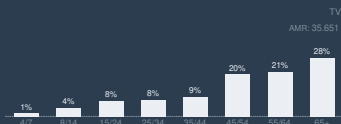
DEVICE CONNESSI
AMR: 118

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



SKY SPORT UNO
AMR: 38.062

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



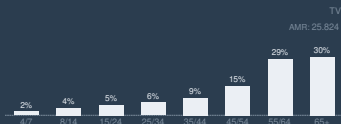
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.411

Donne **10**%
Uomini **90**%



SKY TG24
AMR: 26.478

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 655

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

SKY SPORT F1
AMR: 25.516

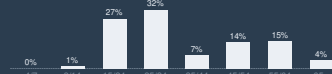
Donne **33**%
Uomini **67**%



TV
AMR: 23.064

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.452

Donne **15**%
Uomini **85**%



SKY SPORT 24
AMR: 24.037

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



TV
AMR: 23.551

DEVICE CONNESSI
AMR: 486

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



SKY TG24 (50)
AMR: 19.733

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



TV
AMR: 19.733

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



SKY UNO
AMR: 15.601

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



TV
AMR: 15.476

DEVICE CONNESSI
AMR: 124

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



SKY INVESTIGATION
AMR: 14.352

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



TV
AMR: 14.285

DEVICE CONNESSI
AMR: 67

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 11.476

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



TV
AMR: 11.394

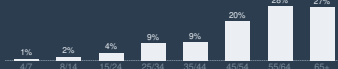
DEVICE CONNESSI
AMR: 82

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



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 11.083

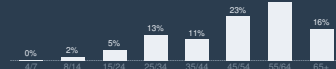
Donne **46**%
Uomini **54**%



TV
AMR: 11.029

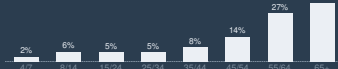
DEVICE CONNESSI
AMR: 55

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



SKY SPORT 251
AMR: 9.552

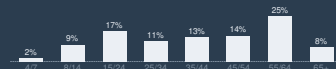
Donne **29**%
Uomini **71**%



TV
AMR: 7.930

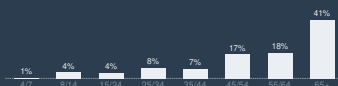
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.622

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



SKY SPORT CALCIO
AMR: 8.818

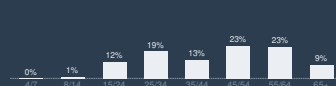
Donne **30**%
Uomini **70**%



TV
AMR: 8.570

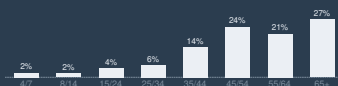
DEVICE CONNESSI
AMR: 247

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



SKY CINEMA ACTION
AMR: 7.408

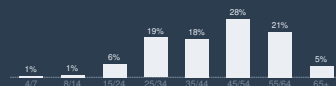
Donne **39**%
Uomini **61**%



TV
AMR: 7.356

DEVICE CONNESSI
AMR: 52

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



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:

28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

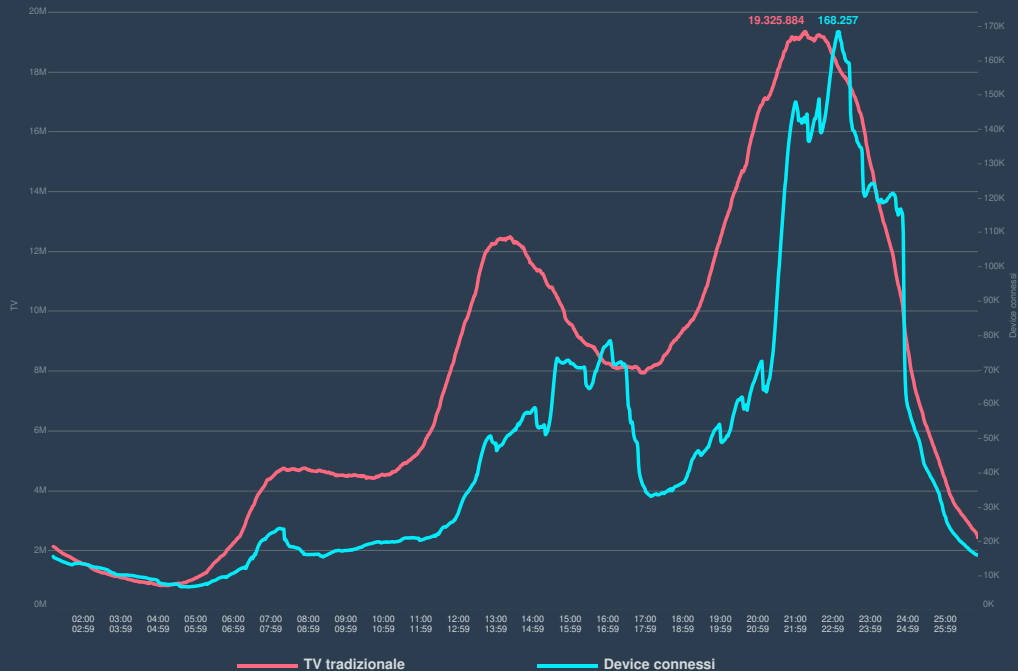
7.909.002 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

46.861 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:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

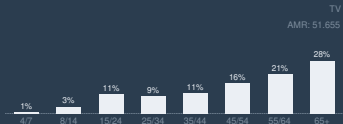


Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

DAZN AMR: 58.959

Donne
30
%

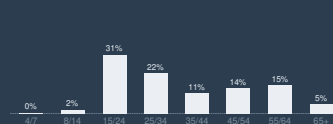
Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI AMR: 7.305

Donne
10
%

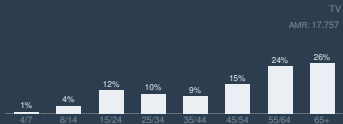
Uomini
90
%



DAZN1 AMR: 20.917

Donne
33
%

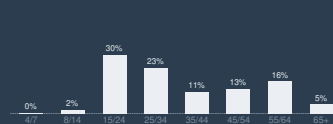
Uomini
67
%



DEVICE CONNESSI AMR: 3.160

Donne
13
%

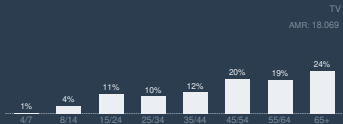
Uomini
87
%



DAZN6 AMR: 20.426

Donne
28
%

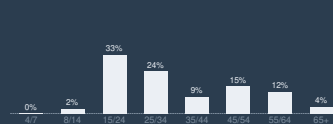
Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI AMR: 2.357

Donne
7
%

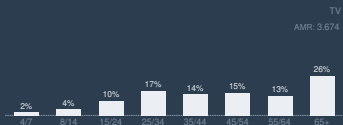
Uomini
93
%



DAZN3 AMR: 4.277

Donne
25
%

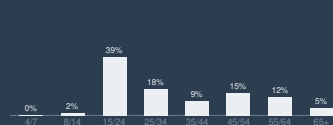
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI AMR: 602

Donne
11
%

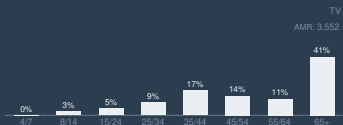
Uomini
89
%



ZONA DAZN AMR: 3.552

Donne
34
%

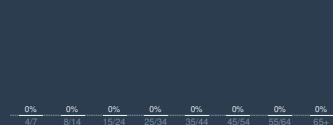
Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne
%

Uomini
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

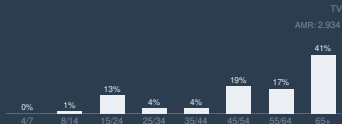


Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

DAZN5
AMR: 3.346

Donne
28
%

Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 412

Donne
11
%

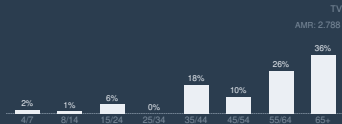
Uomini
89
%



DAZN2
AMR: 3.122

Donne
32
%

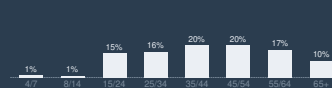
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 334

Donne
10
%

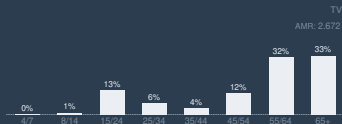
Uomini
90
%



DAZN4
AMR: 3.112

Donne
29
%

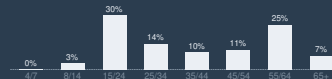
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 440

Donne
10
%

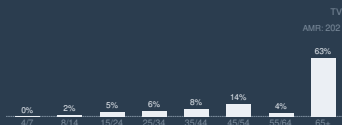
Uomini
90
%



ZONA DAZN 2
AMR: 202

Donne
37
%

Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

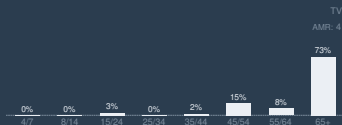
Uomini
%



ZONA DAZN 4
AMR: 4

Donne
52
%

Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



ZONA DAZN 3
AMR: 3

Donne
52
%

Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



ZONA DAZN 5
AMR: 0

Donne
81
%

Uomini
19
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

106.048 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

canale

sesto

età

DAZN
AMR: 5.031

Donne

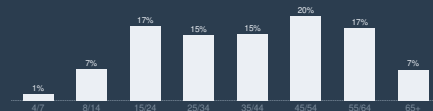
8

%

Uomini

92

%



DAZN VOD
AMR: 5.031

Donne

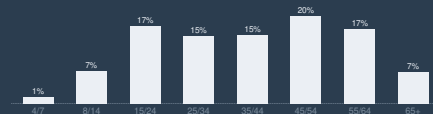
8

%

Uomini

92

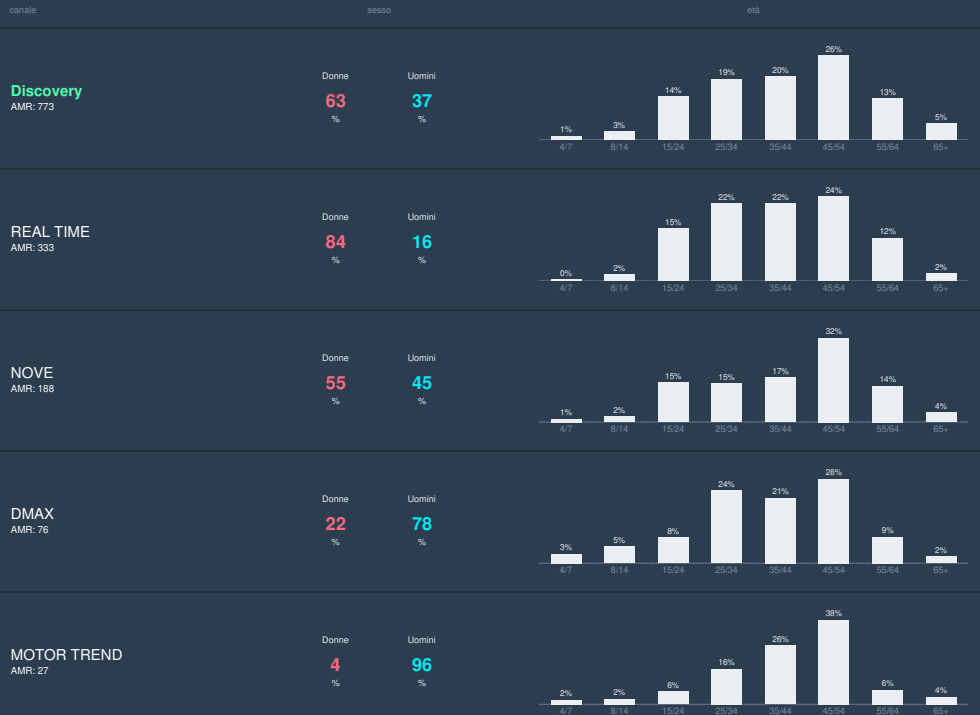
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



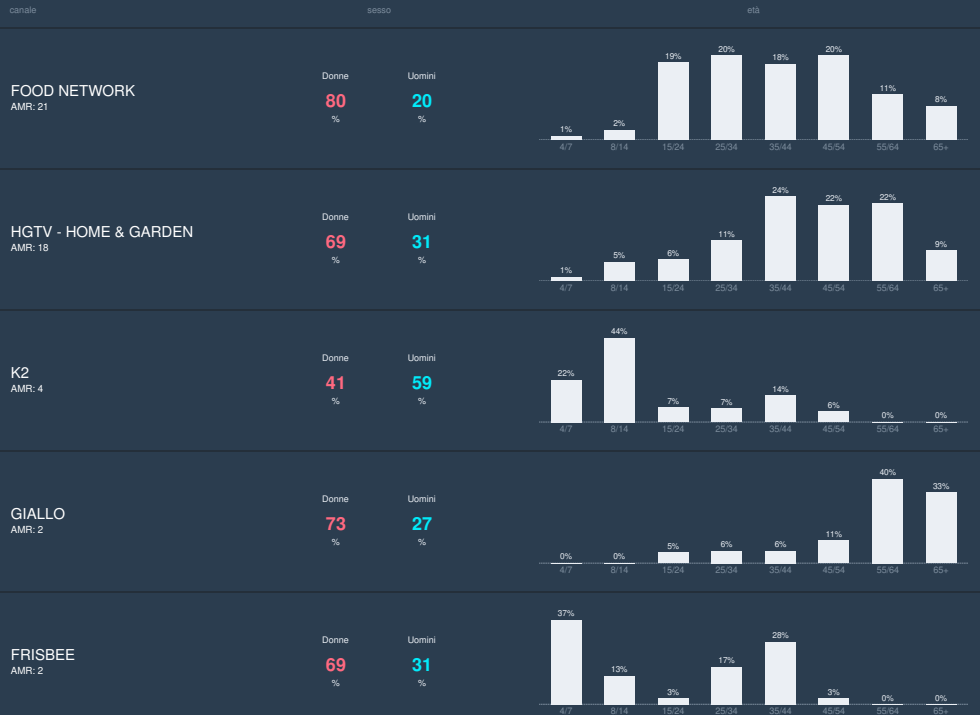
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

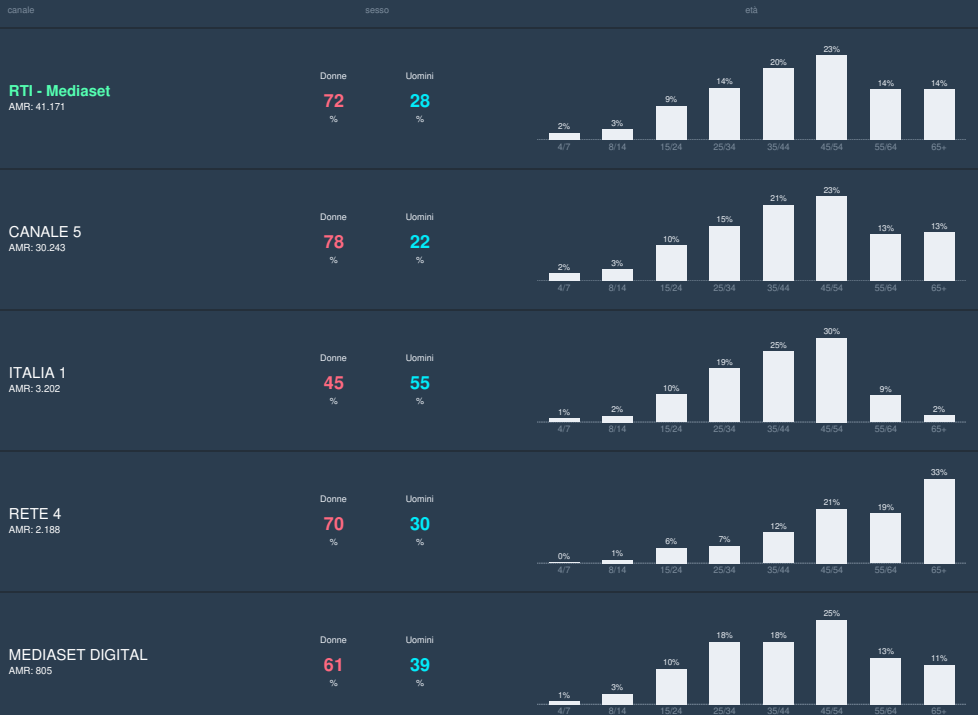




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 783

Donne

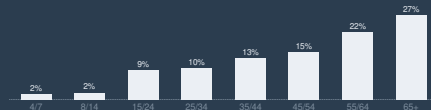
25

%

Uomini

75

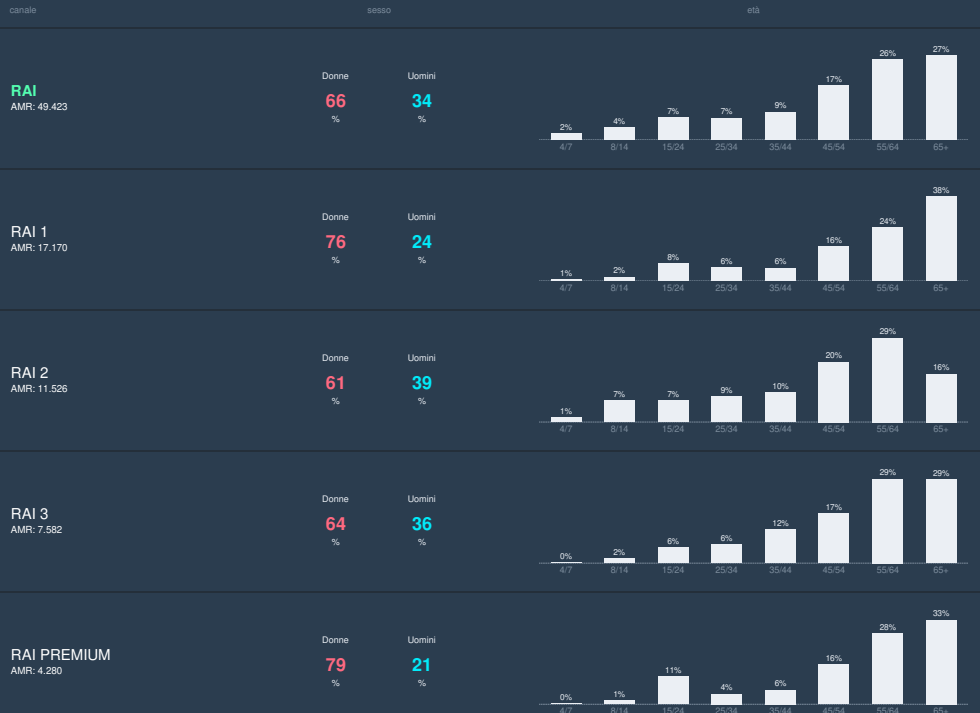
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

canale

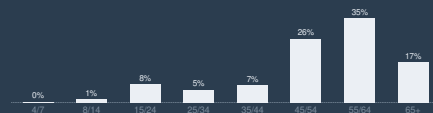
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 2.730

Donne
57
%

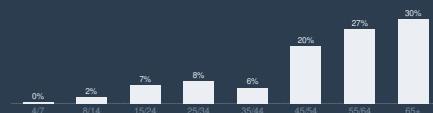
Uomini
43
%



RAI MOVIE
AMR: 1.440

Donne
46
%

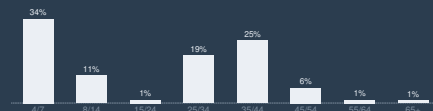
Uomini
54
%



RAI YOYO
AMR: 1.413

Donne
61
%

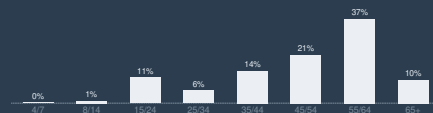
Uomini
39
%



RAI 4
AMR: 1.077

Donne
45
%

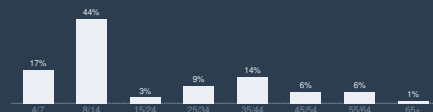
Uomini
55
%



RAI GULP
AMR: 711

Donne
61
%

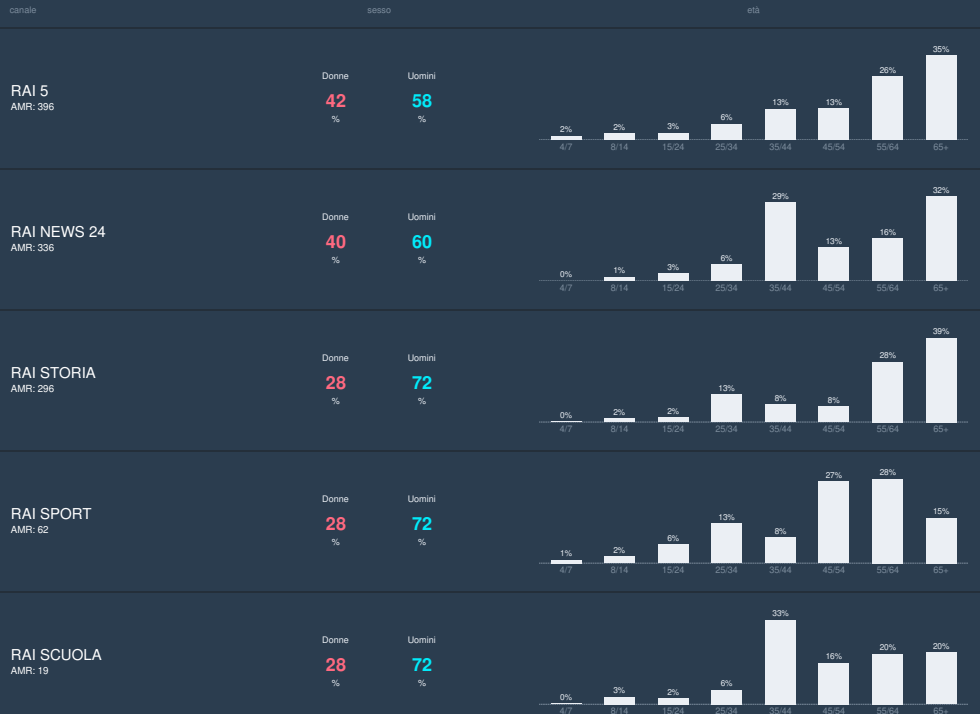
Uomini
39
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 7.916

Donne

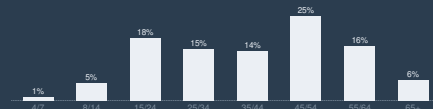
33

%

Uomini

67

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.430

Donne

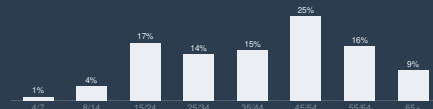
39

%

Uomini

61

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 1.087

Donne

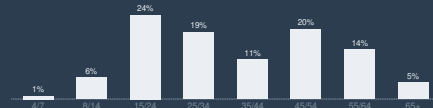
7

%

Uomini

93

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 1.014

Donne

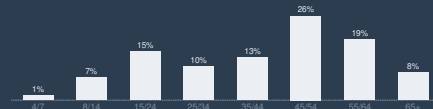
29

%

Uomini

71

%



SKY SERIE

AMR: 1.003

Donne

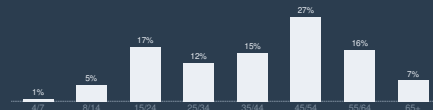
45

%

Uomini

55

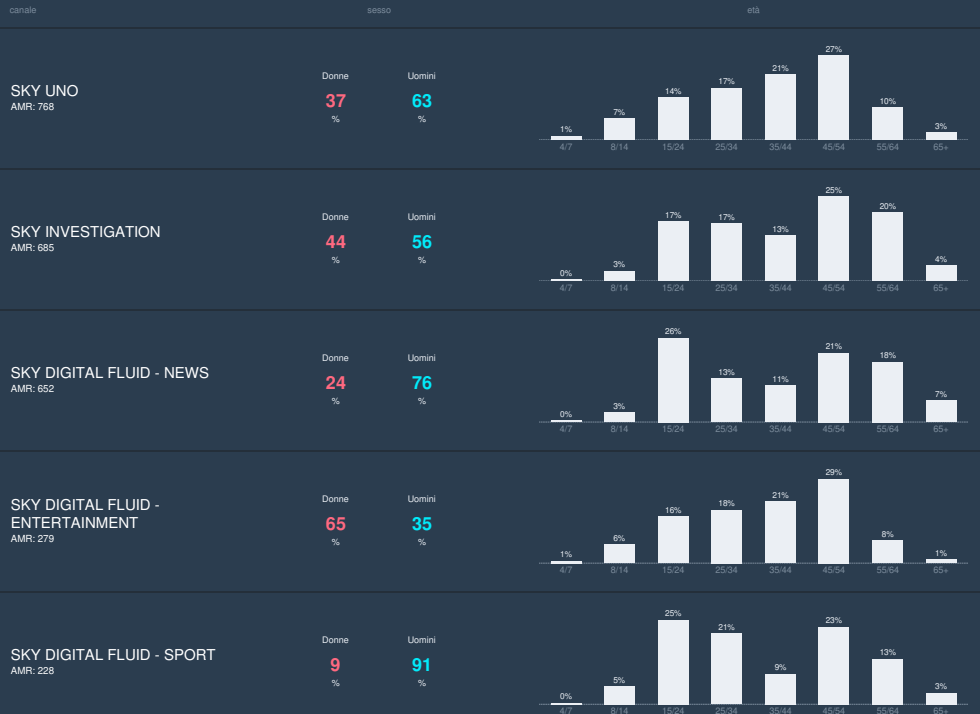
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



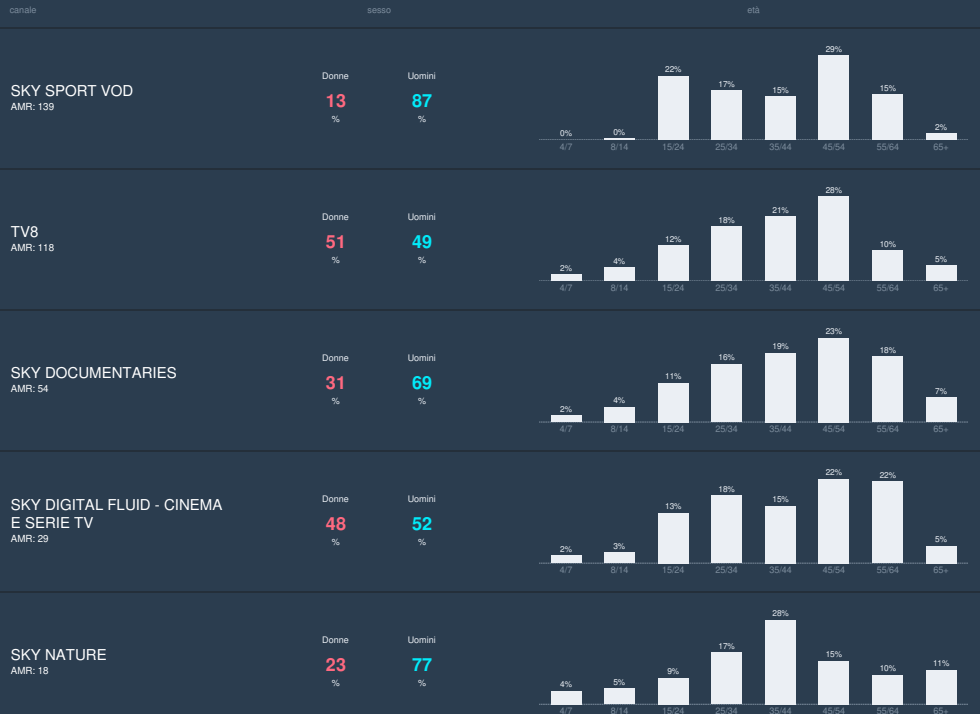
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 maggio 2023 - 3 giugno 2023



Informazioni utili note metodologiche FAQ

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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