



standard auditel total audience

Report Settimanale

4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

8.121.429 ascoltatori medi (AMR)

1.364.400.001 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

691.559

Ascoltatori medi

Andamento AMR

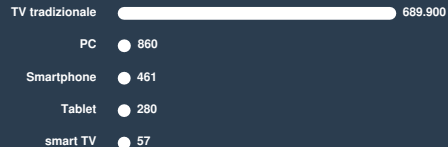
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

310.543

Ascoltatori medi

Andamento AMR

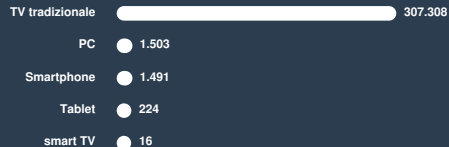
+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



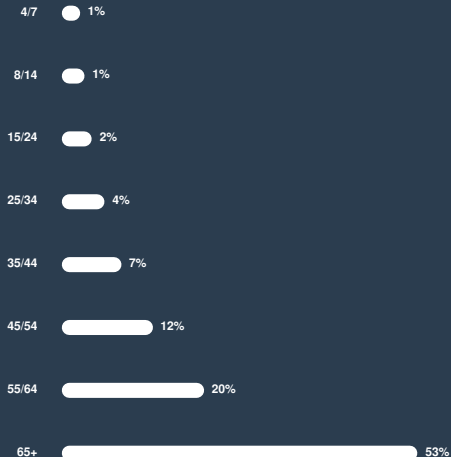
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



AMR Total Audience

3.117.766

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 5%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



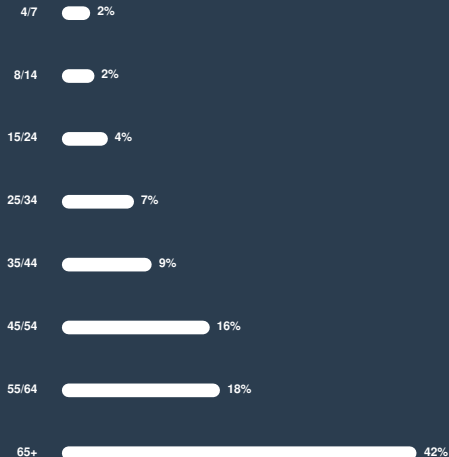
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

Rai

AMR Total Audience

2.885.143

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 8%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



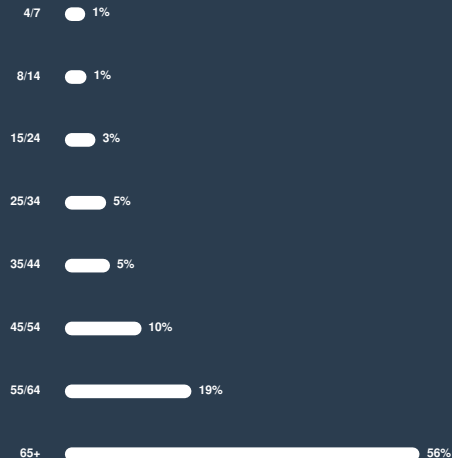
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

sky

AMR Total Audience

674.341

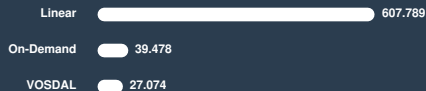
Ascoltatori medi

Andamento AMR

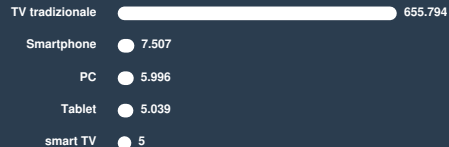
+ 8%

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:

4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

8.157.301 ascoltatori medi (AMR)

1.370.426.637 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

37.786

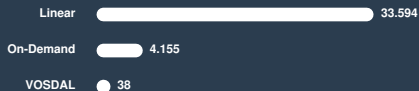
Ascoltatori medi

Andamento AMR

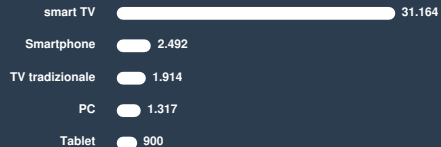
- 41%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

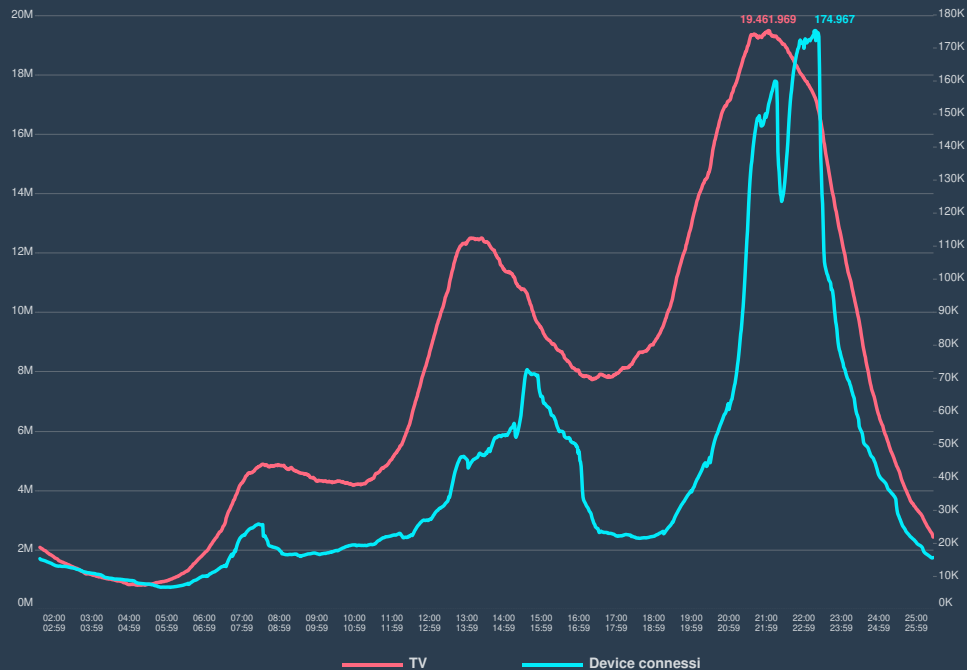
7.823.095 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

40.991 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

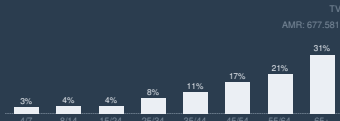


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

Discovery AMR: 678.474

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI AMR: 692

Donne
51
%

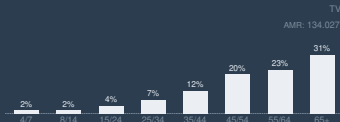
Uomini
49
%



NOVE AMR: 134.167

Donne
58
%

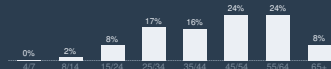
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI AMR: 139

Donne
53
%

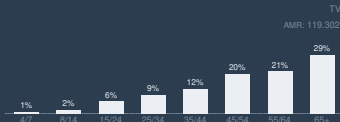
Uomini
47
%



REAL TIME AMR: 119.398

Donne
70
%

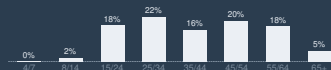
Uomini
30
%



DEVICE CONNESSI AMR: 97

Donne
68
%

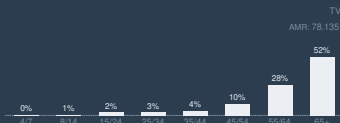
Uomini
32
%



GIALLO AMR: 78.332

Donne
63
%

Uomini
37
%



DEVICE CONNESSI AMR: 196

Donne
65
%

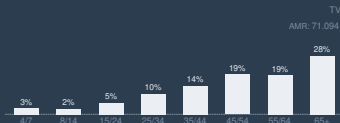
Uomini
35
%



DMAX AMR: 71.185

Donne
40
%

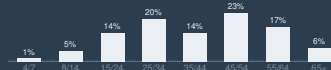
Uomini
60
%



DEVICE CONNESSI AMR: 91

Donne
23
%

Uomini
77
%



total
audience
linear

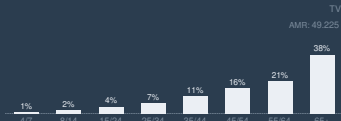
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

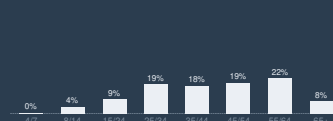
FOOD NETWORK
AMR: 49.235

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



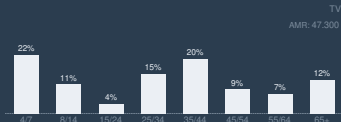
DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



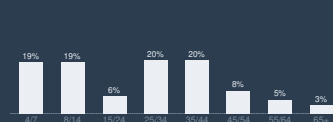
FRISBEE
AMR: 47.306

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



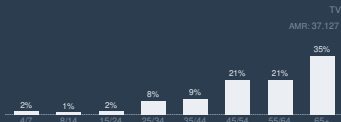
DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



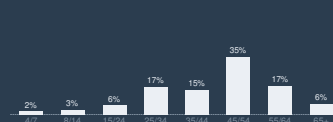
MOTOR TREND
AMR: 37.177

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



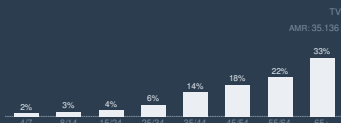
DEVICE CONNESSI
AMR: 50

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



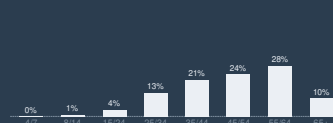
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 35.152

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



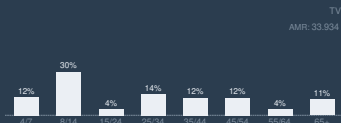
DEVICE CONNESSI
AMR: 16

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



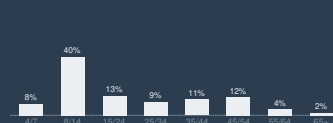
K2
AMR: 33.943

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 304.613

Donne

52

%

Uomini

48

%



TV
AMR: 302.993

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.620

Donne

39

%

Uomini

61

%



LA7
AMR: 263.953

Donne

49

%

Uomini

51

%



TV
AMR: 262.333

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.620

Donne

39

%

Uomini

61

%



LA7D
AMR: 40.660

Donne

74

%

Uomini

26

%



TV
AMR: 40.660

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

RTI - Mediaset

AMR: 3.023.937

Donne
57
%

Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 16.155

Donne
44
%

Uomini
56
%

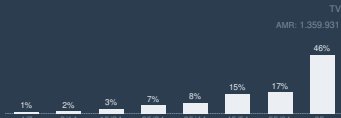


CANALE 5

AMR: 1.368.631

Donne
61
%

Uomini
39
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 8.701

Donne
43
%

Uomini
57
%

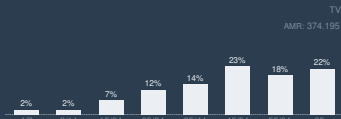


ITALIA 1

AMR: 375.759

Donne
48
%

Uomini
52
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.564

Donne
37
%

Uomini
63
%

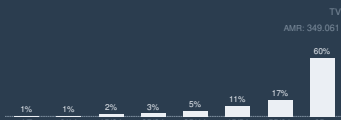


RETE 4

AMR: 350.164

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.103

Donne
59
%

Uomini
41
%

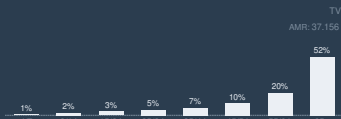


TGCOM 24

AMR: 38.880

Donne
43
%

Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.724

Donne
29
%

Uomini
71
%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



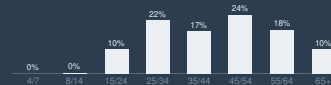
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 48

DEVICE CONNESSI
AMR: 48

Donne
59
%

Uomini
41
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

RAI

AMR: 2.796.896

Donne

61
%

Uomini

39
%



TV
AMR: 2.785.339

DEVICE CONNESSI

AMR: 11.557

Donne

54
%

Uomini

46
%



RAI 1

AMR: 1.332.556

Donne

67
%

Uomini

33
%



TV
AMR: 1.328.896

DEVICE CONNESSI

AMR: 3.660

Donne

68
%

Uomini

32
%



RAI 3

AMR: 506.014

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 504.101

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.912

Donne

56
%

Uomini

44
%



RAI 2

AMR: 435.579

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV
AMR: 433.208

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.372

Donne

45
%

Uomini

55
%



RAI 4

AMR: 102.739

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV
AMR: 102.269

DEVICE CONNESSI

AMR: 471

Donne

54
%

Uomini

46
%



total
audience
linear

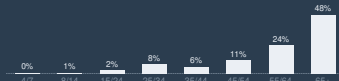
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

RAI PREMIUM
AMR: 97.840

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



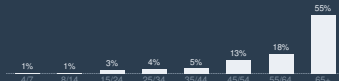
DEVICE CONNESSI
AMR: 277

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



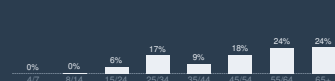
RAI MOVIE
AMR: 90.426

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



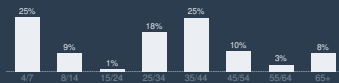
DEVICE CONNESSI
AMR: 336

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



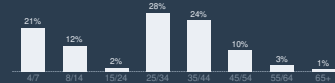
RAI YOYO
AMR: 56.194

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 52

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



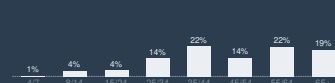
RAI NEWS 24
AMR: 53.284

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 959

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



RAI SPORT
AMR: 48.219

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 402

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



total
audience
linear

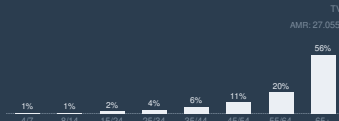
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

RAI 5
AMR: 27.162

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



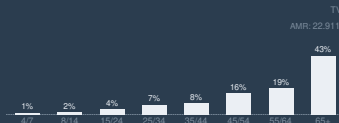
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 23.060

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



DEVICE CONNESSI

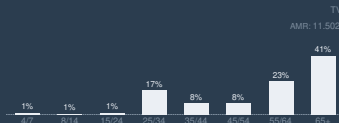
AMR: 149

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



RAI SCUOLA
AMR: 11.581

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



DEVICE CONNESSI

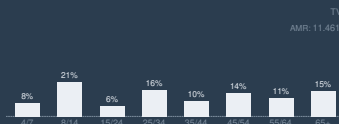
AMR: 79

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



RAI GULP
AMR: 11.485

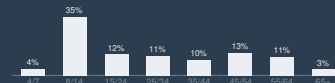
Donne **49**%
Uomini **51**%



DEVICE CONNESSI

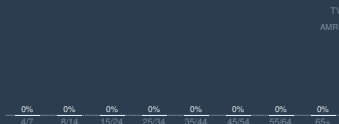
AMR: 23

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



RAI RADIO2
AMR: 531

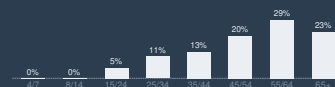
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 531

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



total
audience
linear

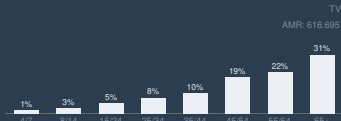
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

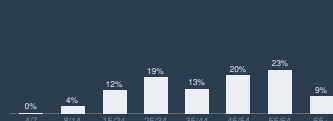
Sky Italia
AMR: 627.462

Donne 45%
Uomini 55%



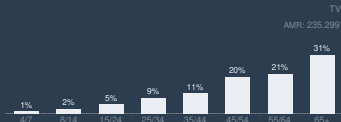
DEVICE CONNESSI
AMR: 10.767

Donne 19%
Uomini 81%



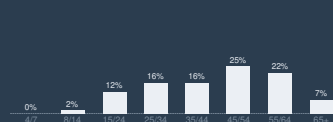
TV8
AMR: 237.322

Donne 49%
Uomini 51%



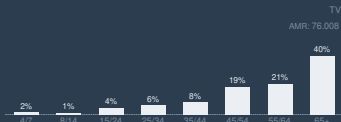
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.023

Donne 20%
Uomini 80%



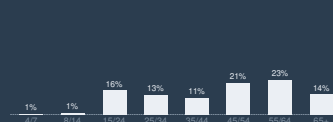
CIELO
AMR: 76.117

Donne 51%
Uomini 49%



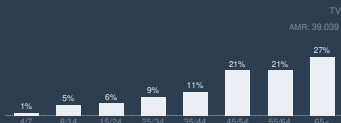
DEVICE CONNESSI
AMR: 109

Donne 43%
Uomini 57%



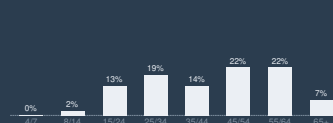
SKY SPORT UNO
AMR: 40.865

Donne 31%
Uomini 69%



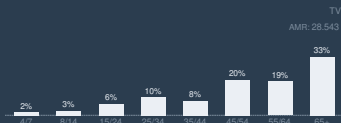
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.826

Donne 15%
Uomini 85%



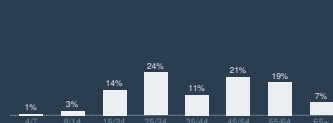
SKY SPORT 24
AMR: 29.242

Donne 28%
Uomini 72%



DEVICE CONNESSI
AMR: 700

Donne 15%
Uomini 85%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

SKY TG24
AMR: 25.972

Donne

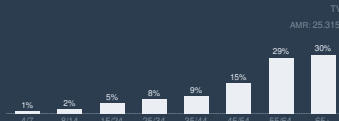
42

%

Uomini

58

%



DEVICE CONNESSI
AMR: 658

Donne

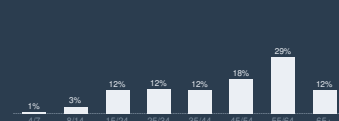
26

%

Uomini

74

%



SKY TG24 (50)
AMR: 20.467

Donne

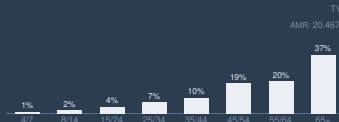
38

%

Uomini

62

%



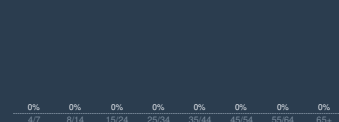
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



SKY UNO
AMR: 16.844

Donne

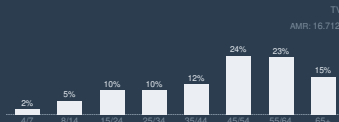
58

%

Uomini

42

%



DEVICE CONNESSI
AMR: 132

Donne

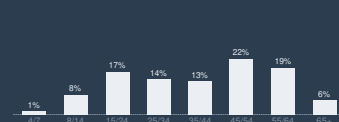
51

%

Uomini

49

%



SKY INVESTIGATION
AMR: 14.517

Donne

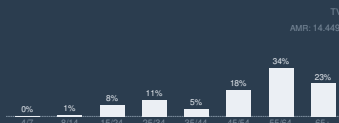
62

%

Uomini

38

%



DEVICE CONNESSI
AMR: 68

Donne

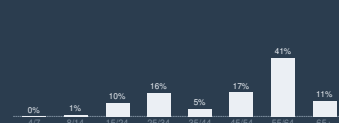
68

%

Uomini

32

%



SKY SPORT F1
AMR: 12.968

Donne

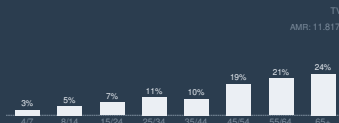
31

%

Uomini

69

%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.152

Donne

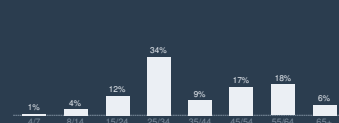
12

%

Uomini

88

%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

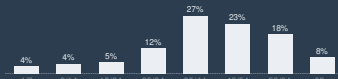
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 12.065

Donne
36
%

Uomini
64
%

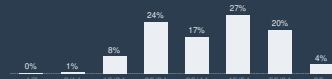


TV
AMR: 11.959

DEVICE CONNESSI
AMR: 106

Donne
19
%

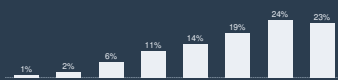
Uomini
81
%



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 11.016

Donne
43
%

Uomini
57
%

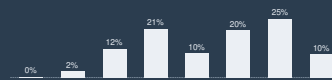


TV
AMR: 10.963

DEVICE CONNESSI
AMR: 53

Donne
33
%

Uomini
67
%



SKY SPORT 251
AMR: 10.568

Donne
33
%

Uomini
67
%

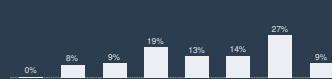


TV
AMR: 8.698

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.870

Donne
12
%

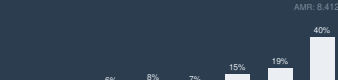
Uomini
88
%



SKY SPORT MOTO GP
AMR: 8.893

Donne
39
%

Uomini
61
%



TV
AMR: 8.412

DEVICE CONNESSI
AMR: 481

Donne
31
%

Uomini
69
%



SKY SPORT 4K
AMR: 7.194

Donne
27
%

Uomini
73
%



TV
AMR: 7.194

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



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:

4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

7.850.590 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

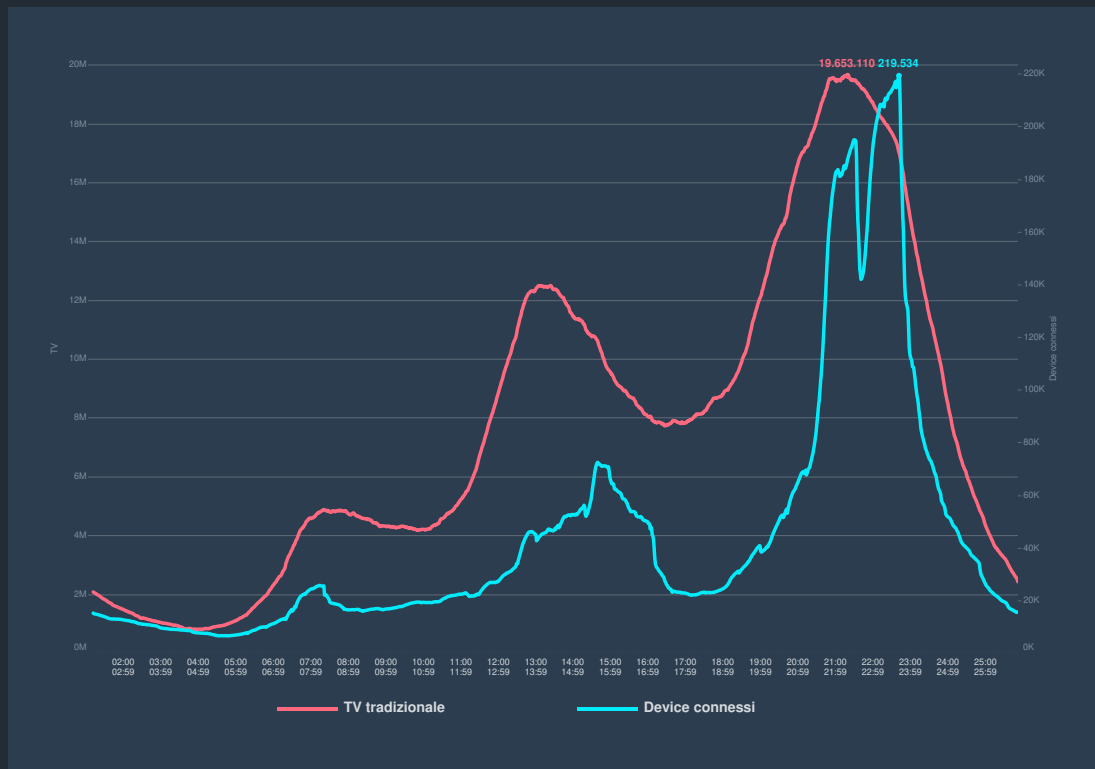
45.220 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

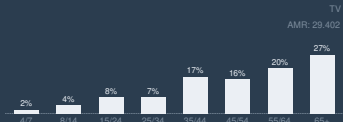


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

DAZN
AMR: 33.631

Donne
32
%

Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 4.229

Donne
13
%

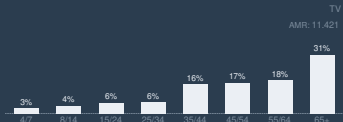
Uomini
87
%



DAZN1
AMR: 13.020

Donne
34
%

Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.599

Donne
15
%

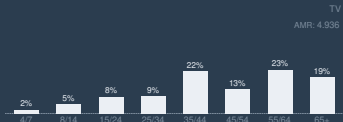
Uomini
85
%



DAZN5
AMR: 5.706

Donne
35
%

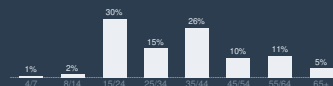
Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 771

Donne
11
%

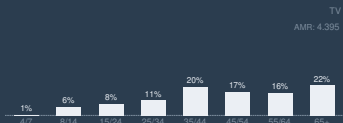
Uomini
89
%



DAZN2
AMR: 5.103

Donne
22
%

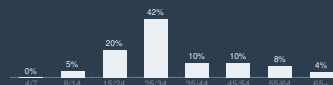
Uomini
78
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 708

Donne
6
%

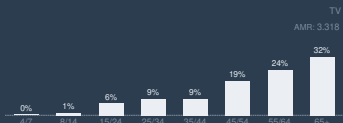
Uomini
94
%



DAZN7
AMR: 3.826

Donne
33
%

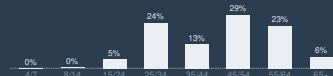
Uomini
67
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 509

Donne
13
%

Uomini
87
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

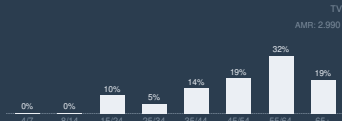
DAZN6
AMR: 3.529

Donne

38
%

Uomini

62
%



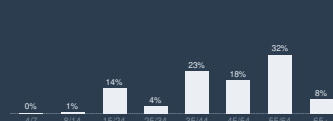
DEVICE CONNESSI
AMR: 539

Donne

18
%

Uomini

82
%



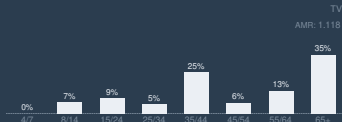
ZONA DAZN
AMR: 1.118

Donne

31
%

Uomini

69
%



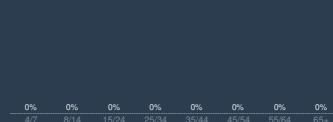
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



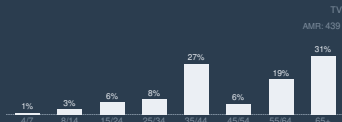
ZONA DAZN 2
AMR: 439

Donne

31
%

Uomini

69
%



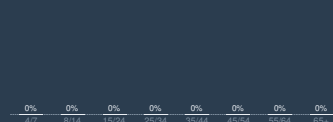
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



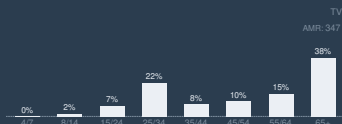
ZONA DAZN 3
AMR: 347

Donne

45
%

Uomini

55
%



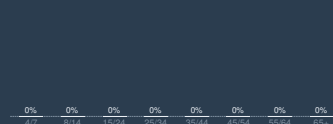
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



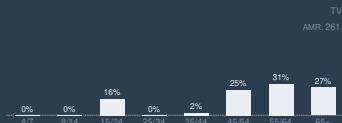
DAZN4
AMR: 319

Donne

8
%

Uomini

92
%



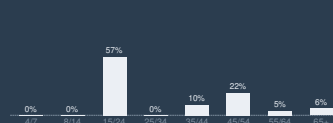
DEVICE CONNESSI
AMR: 58

Donne

2
%

Uomini

98
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

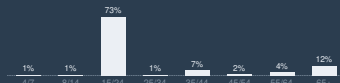


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

DAZN3
AMR: 221

Donne
45
%

Uomini
55
%



TV
AMR: 175

DEVICE CONNESSI
AMR: 46

Donne
9
%

Uomini
91
%



ZONA DAZN 5
AMR: 2

Donne
8
%

Uomini
92
%



TV
AMR: 2

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



ZONA DAZN 4
AMR: 1

Donne
30
%

Uomini
70
%



TV
AMR: 1

DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

110.732 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

canale

sesto

età

DAZN

AMR: 4.149

Donne

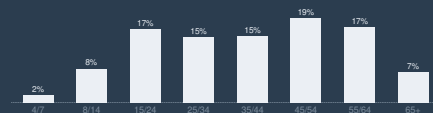
9

%

Uomini

91

%



DAZN VOD

AMR: 4.149

Donne

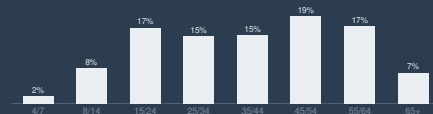
9

%

Uomini

91

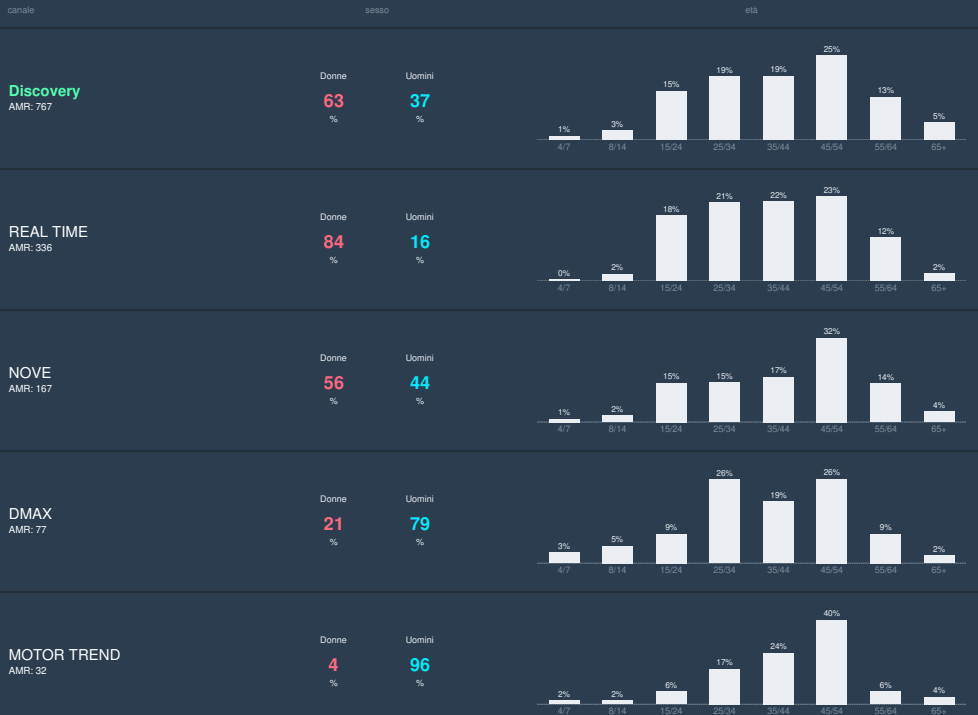
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

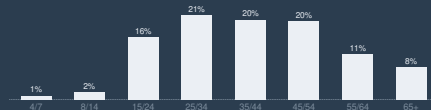
seesso

età

FOOD NETWORK
AMR: 19

Donne
78
%

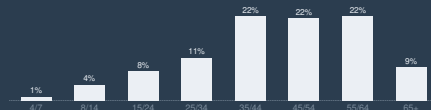
Uomini
22
%



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 18

Donne
68
%

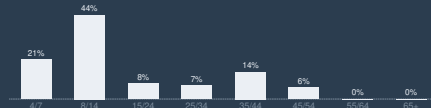
Uomini
32
%



K2
AMR: 4

Donne
41
%

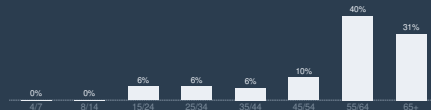
Uomini
59
%



GIALLO
AMR: 2

Donne
73
%

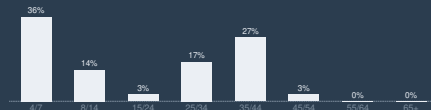
Uomini
27
%



FRISBEE
AMR: 2

Donne
69
%

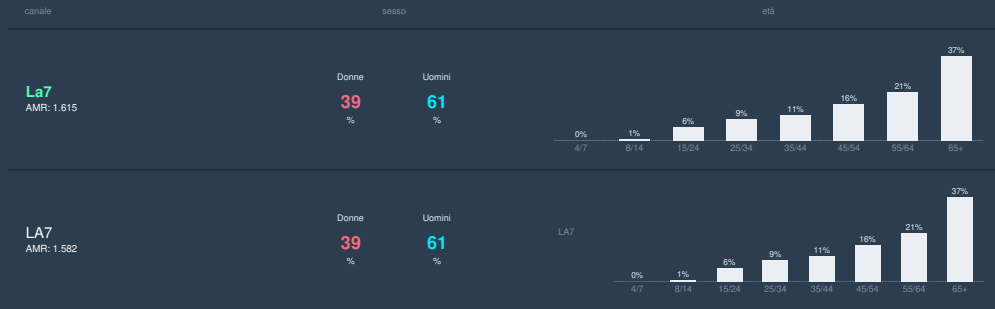
Uomini
31
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



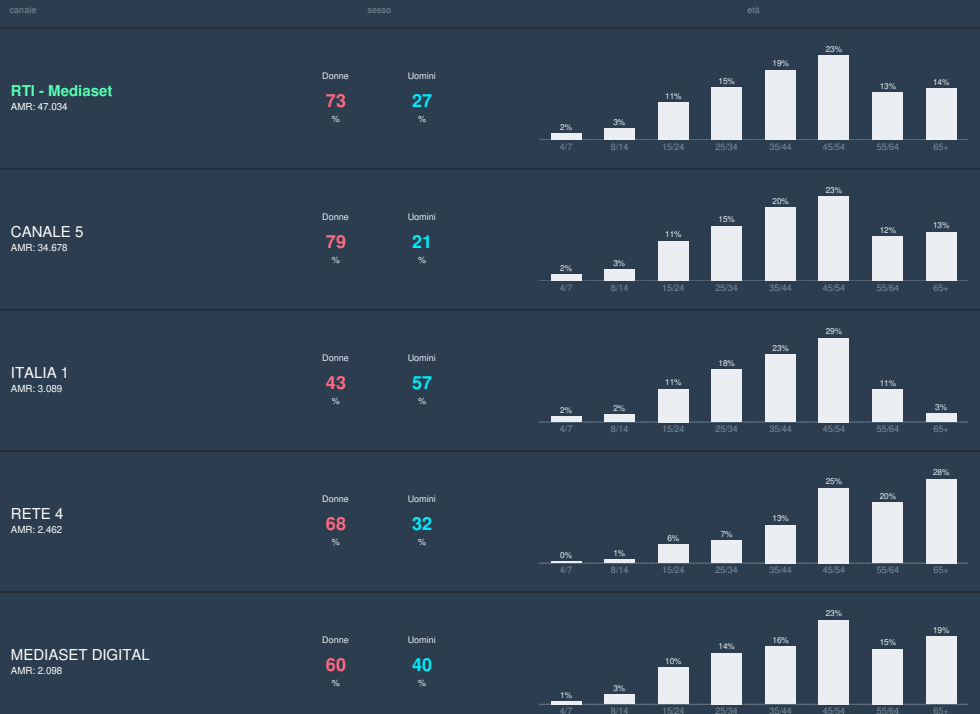
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 848

Donne

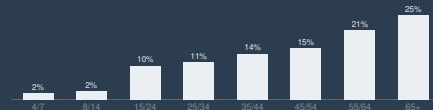
26

%

Uomini

74

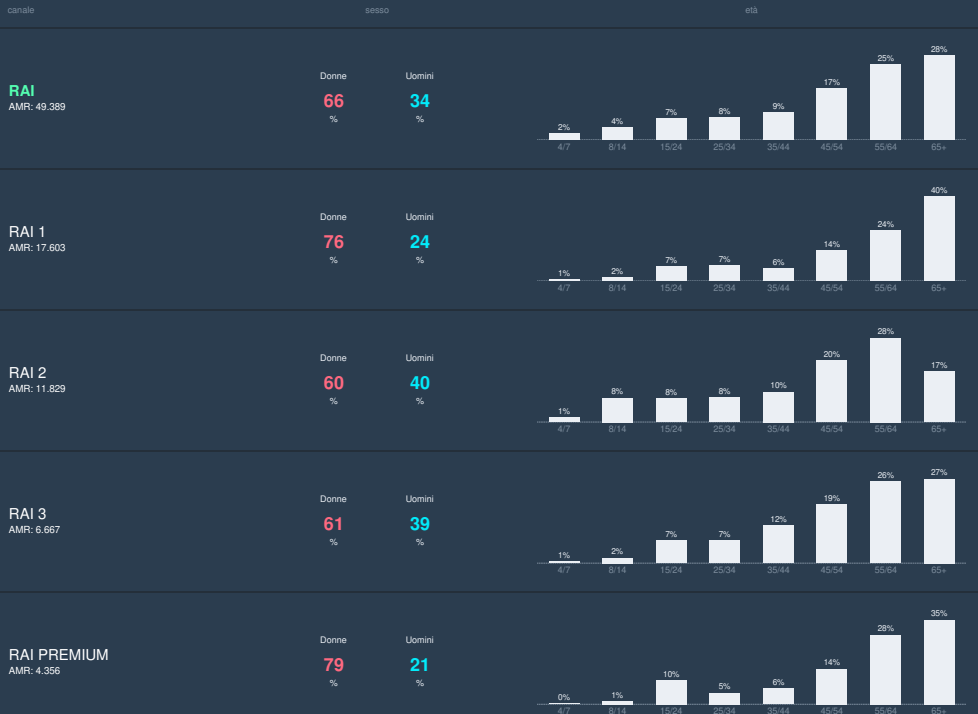
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

canale

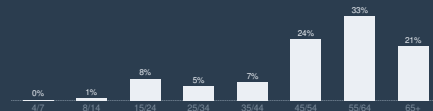
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 2.546

Donne
59
%

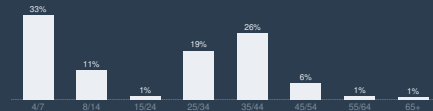
Uomini
41
%



RAI YOYO
AMR: 1.463

Donne
61
%

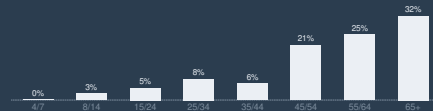
Uomini
39
%



RAI MOVIE
AMR: 1.327

Donne
42
%

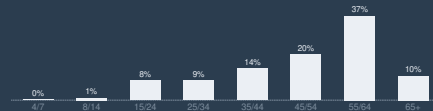
Uomini
58
%



RAI 4
AMR: 1.139

Donne
45
%

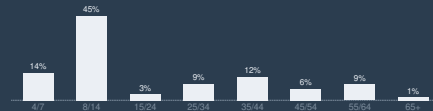
Uomini
55
%



RAI GULP
AMR: 785

Donne
62
%

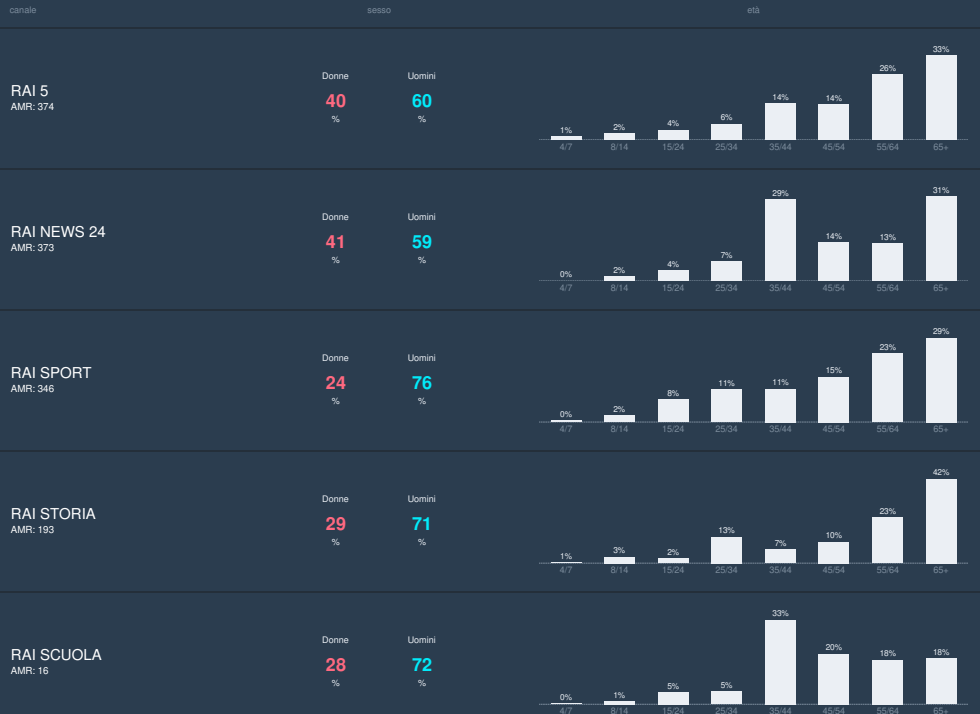
Uomini
38
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 7.779

Donne

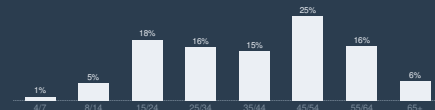
33

%

Uomini

67

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.600

Donne

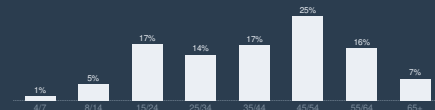
36

%

Uomini

64

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 959

Donne

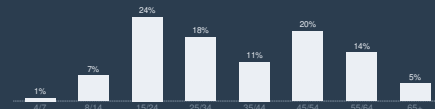
7

%

Uomini

93

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 953

Donne

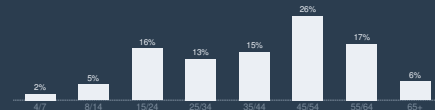
32

%

Uomini

68

%



SKY SERIE

AMR: 872

Donne

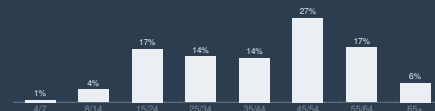
47

%

Uomini

53

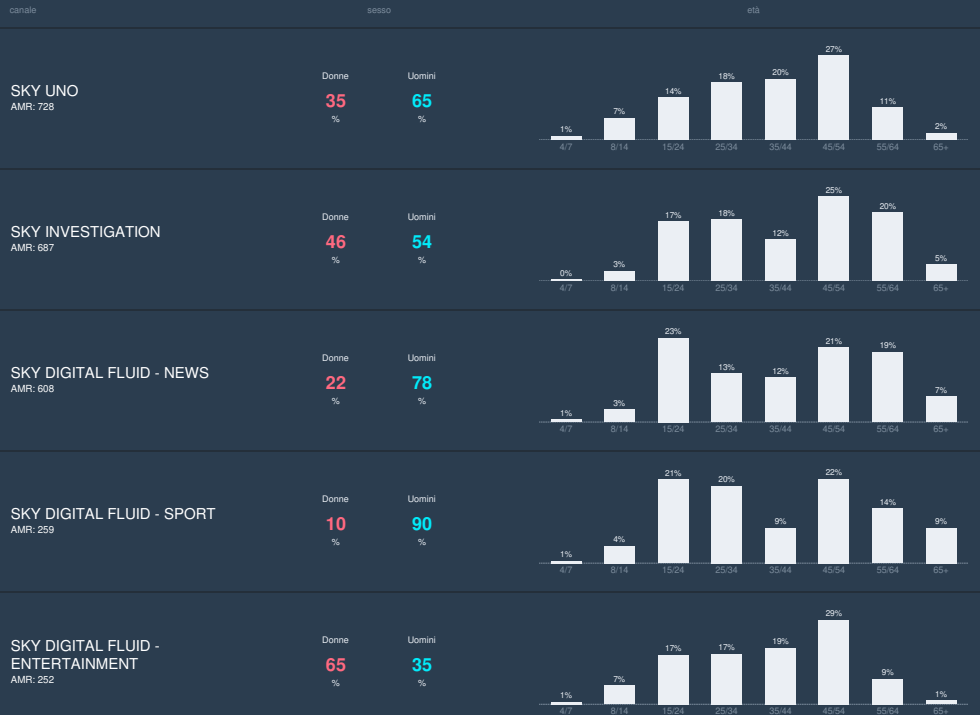
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



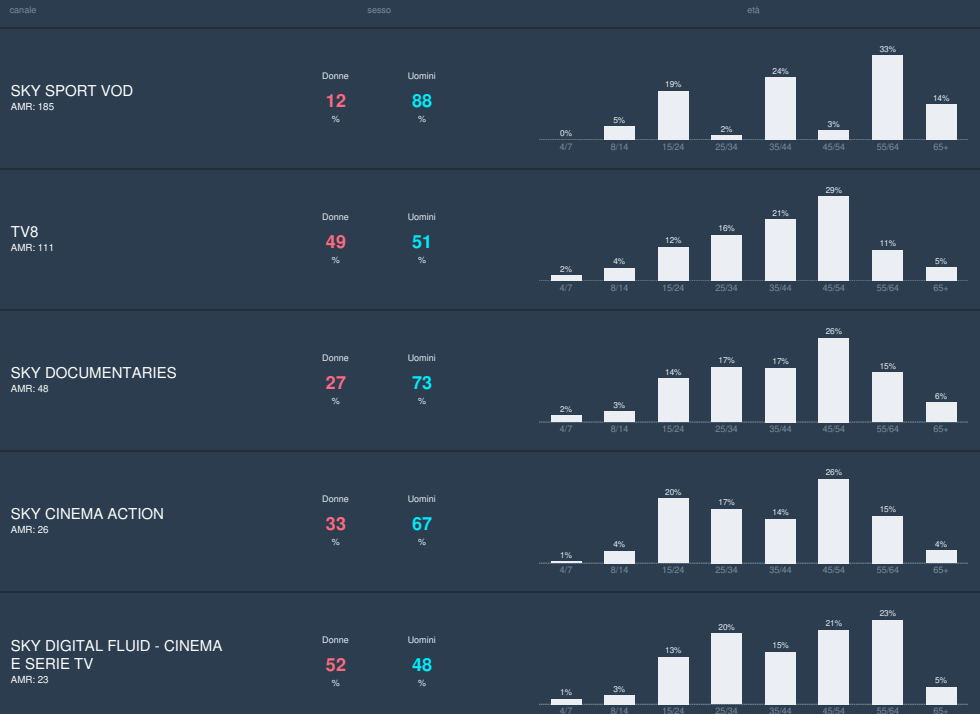
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 giugno 2023 - 10 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