



standard auditel total audience

Report Settimanale

11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

7.907.530 ascoltatori medi (AMR)

1.328.465.053 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

708.194

Ascoltatori medi

Andamento AMR

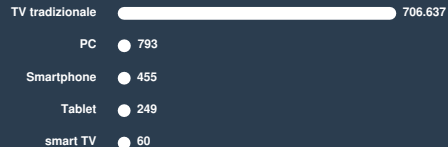
+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

366.998

Ascoltatori medi

Andamento AMR

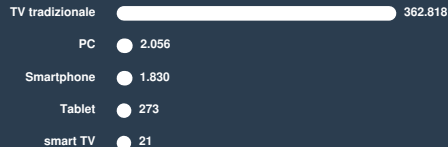
+ 18%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



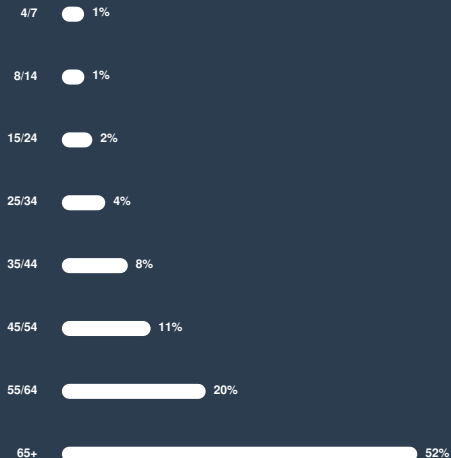
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

2.841.136

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 9%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



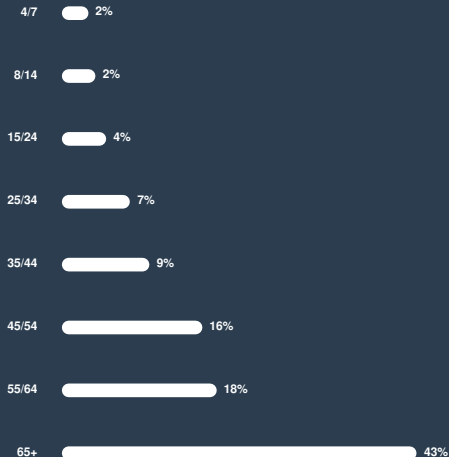
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

Rai

AMR Total Audience

2.862.280

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



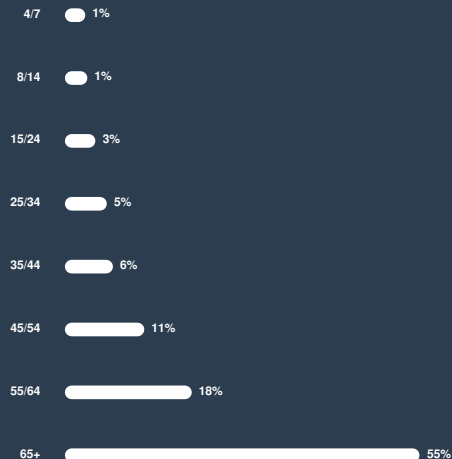
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

sky

AMR Total Audience

650.598

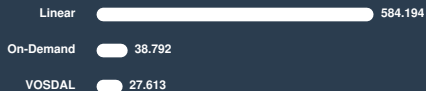
Ascoltatori medi

Andamento AMR

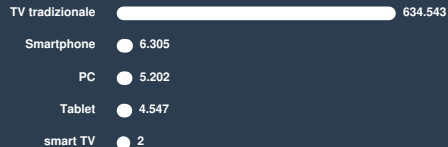
- 4%

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:

11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

7.909.314 ascoltatori medi (AMR)

1.328.764.723 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

2.037

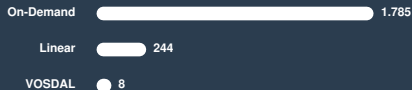
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 95%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



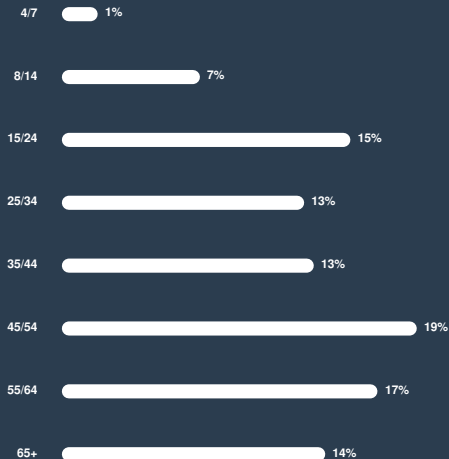
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

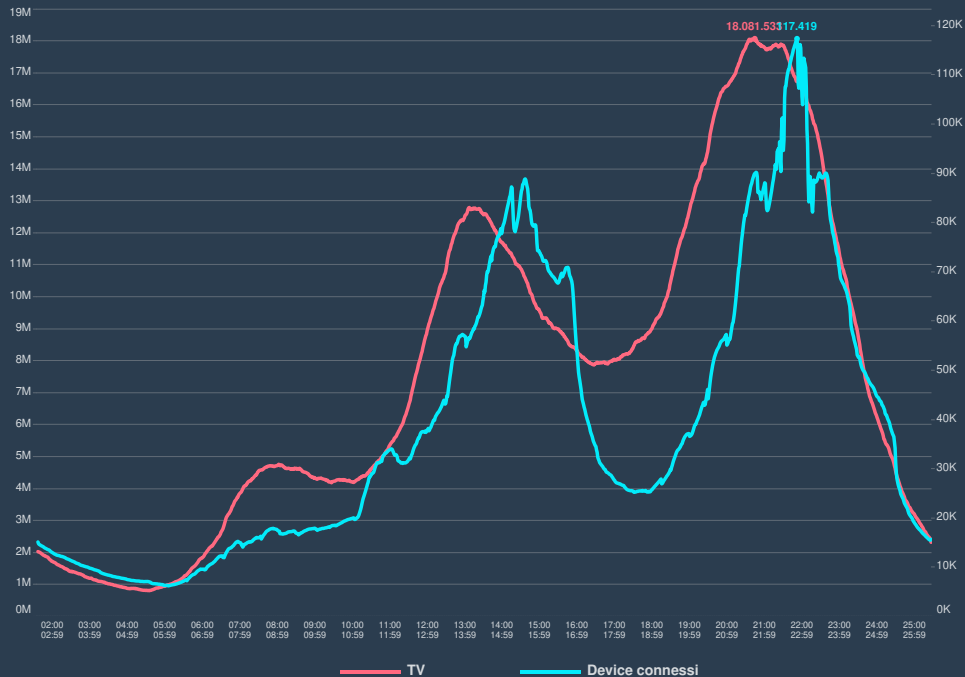
7.624.988 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

39.035 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

total
audience
linear

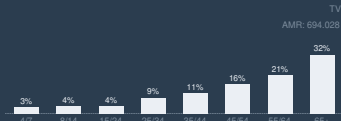
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

Discovery AMR: 694.817

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



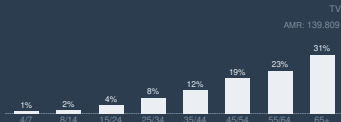
DEVICE CONNESSI AMR: 789

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



NOVE AMR: 139.993

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



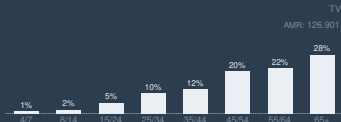
DEVICE CONNESSI AMR: 183

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



REAL TIME AMR: 127.005

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



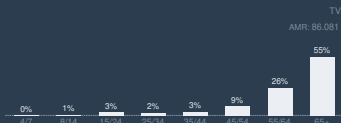
DEVICE CONNESSI AMR: 104

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



GIALLO AMR: 86.275

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



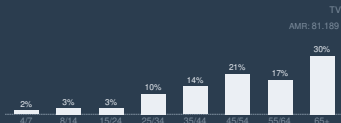
DEVICE CONNESSI AMR: 194

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



DMAX AMR: 81.282

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



DEVICE CONNESSI AMR: 93

Donne **25**%
Uomini **75**%



total
audience
linear

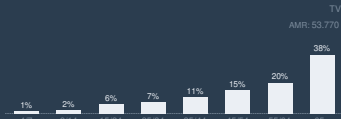
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

FOOD NETWORK
AMR: 53.780

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



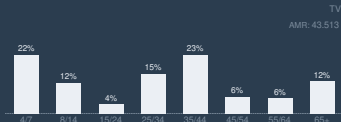
DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



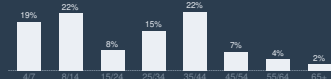
FRISBEE
AMR: 43.521

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



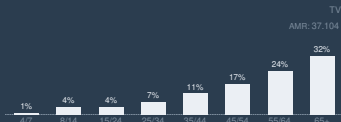
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



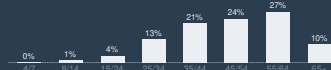
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 37.119

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



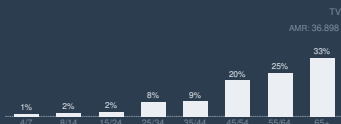
DEVICE CONNESSI
AMR: 15

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



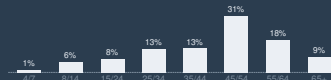
MOTOR TREND
AMR: 36.943

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



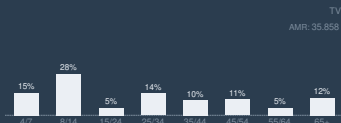
DEVICE CONNESSI
AMR: 45

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



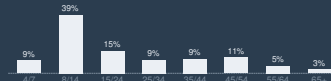
K2
AMR: 35.868

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 358.612

Donne
52
%

Uomini
48
%



TV
AMR: 356.406

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.206

Donne
40
%

Uomini
60
%



LA7
AMR: 310.587

Donne
49
%

Uomini
51
%



TV
AMR: 308.381

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.206

Donne
40
%

Uomini
60
%



LA7D
AMR: 48.025

Donne
71
%

Uomini
29
%



TV
AMR: 48.025

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



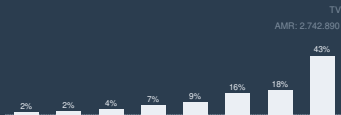
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

RTI - Mediaset

AMR: 2.756.371

Donne
58
%

Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 13.481

Donne
55
%

Uomini
45
%

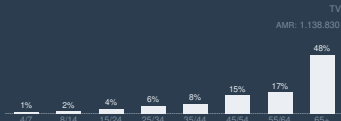


CANALE 5

AMR: 1.144.206

Donne
62
%

Uomini
38
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 5.377

Donne
63
%

Uomini
37
%

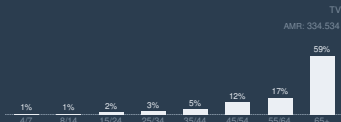


RETE 4

AMR: 335.461

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 927

Donne
57
%

Uomini
43
%

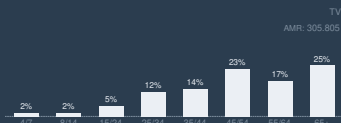


ITALIA 1

AMR: 307.007

Donne
51
%

Uomini
49
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.202

Donne
40
%

Uomini
60
%

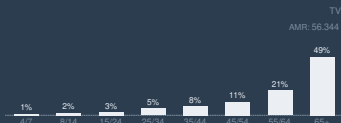


TGCOM 24

AMR: 59.285

Donne
48
%

Uomini
52
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.941

Donne
46
%

Uomini
54
%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

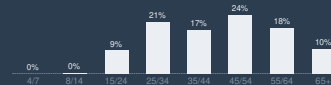


Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 52

DEVICE CONNESSI
AMR: 52

Donne	Uomini
59%	41%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

RAI

AMR: 2.780.944

Donne

59
%

Uomini

41
%



TV

AMR: 2.766.918

DEVICE CONNESSI

AMR: 14.026

Donne

49
%

Uomini

51
%



RAI 1

AMR: 1.304.437

Donne

64
%

Uomini

36
%



TV

AMR: 1.298.475

DEVICE CONNESSI

AMR: 5.962

Donne

54
%

Uomini

46
%



RAI 3

AMR: 507.372

Donne

57
%

Uomini

43
%



TV

AMR: 505.209

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.163

Donne

57
%

Uomini

43
%



RAI 2

AMR: 401.729

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV

AMR: 399.513

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.216

Donne

32
%

Uomini

68
%



RAI 4

AMR: 126.438

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV

AMR: 125.931

DEVICE CONNESSI

AMR: 507

Donne

50
%

Uomini

50
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI PREMIUM
AMR: 124.892

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



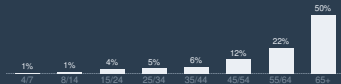
DEVICE CONNESSI
AMR: 302

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



RAI MOVIE
AMR: 101.097

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



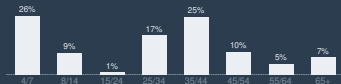
DEVICE CONNESSI
AMR: 360

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



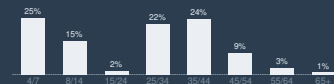
RAI YOYO
AMR: 55.813

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 51

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



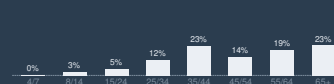
RAI NEWS 24
AMR: 51.121

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



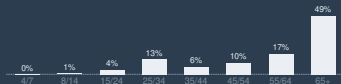
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.224

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



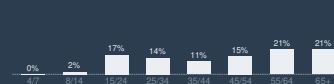
RAI SPORT
AMR: 38.522

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 202

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



total
audience
linear

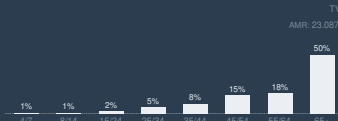
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

RAI 5
AMR: 23.168

Donne 50%
Uomini 50%



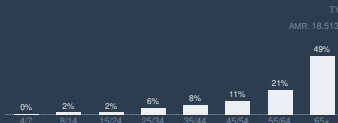
DEVICE CONNESSI

Donne 49%
Uomini 51%



RAI STORIA
AMR: 18.655

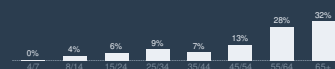
Donne 33%
Uomini 67%



DEVICE CONNESSI

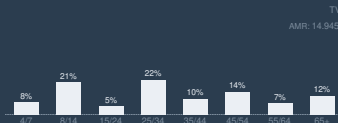
AMR: 142

Donne 23%
Uomini 77%



RAI GULP
AMR: 14.972

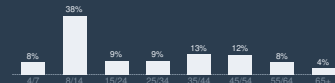
Donne 54%
Uomini 46%



DEVICE CONNESSI

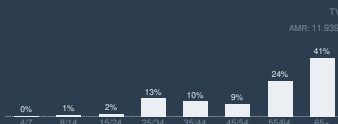
AMR: 28

Donne 51%
Uomini 49%



RAI SCUOLA
AMR: 12.015

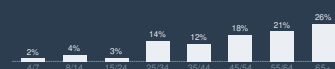
Donne 29%
Uomini 71%



DEVICE CONNESSI

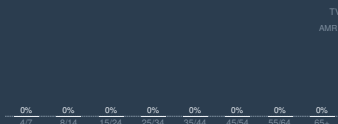
AMR: 76

Donne 21%
Uomini 79%



RAI RADIO2
AMR: 504

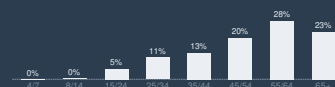
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 504

Donne 56%
Uomini 44%



total audience linear

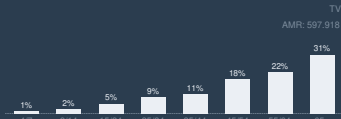
composizione ascolto per editore per target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

Sky Italia AMR: 606.451

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



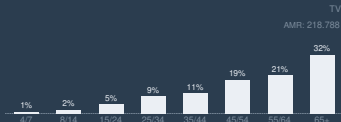
DEVICE CONNESSI AMR: 8.533

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



TV8 AMR: 219.778

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



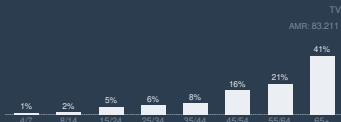
DEVICE CONNESSI AMR: 990

Donne **25**%
Uomini **75**%



CIELO AMR: 83.323

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



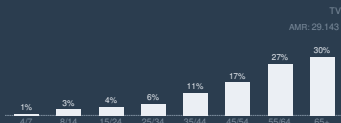
DEVICE CONNESSI AMR: 112

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



SKY TG24 AMR: 30.626

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



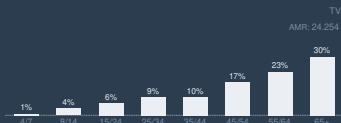
DEVICE CONNESSI AMR: 1.484

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



SKY SPORT UNO AMR: 25.502

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



DEVICE CONNESSI AMR: 1.247

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



total
audience
linear

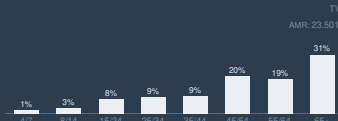
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

SKY SPORT 24
AMR: 23.968

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



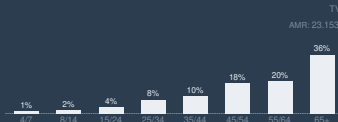
DEVICE CONNESSI
AMR: 466

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



SKY TG24 (50)
AMR: 23.153

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



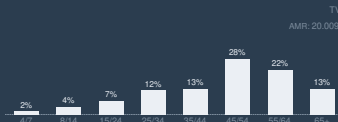
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



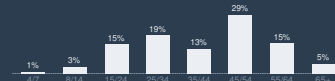
SKY UNO
AMR: 20.142

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



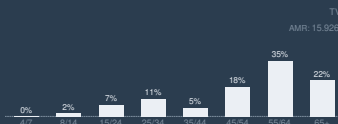
DEVICE CONNESSI
AMR: 133

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



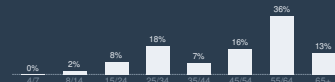
SKY INVESTIGATION
AMR: 16.000

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



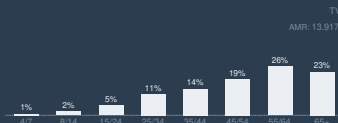
DEVICE CONNESSI
AMR: 73

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



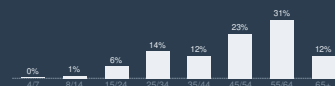
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 13.976

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 59

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

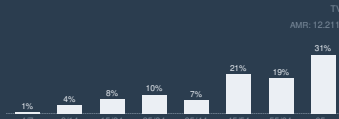
SKY SPORT MOTO GP
AMR: 13.117

Donne

36
%

Uomini

64
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 906

Donne

25
%

Uomini

75
%



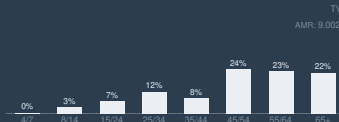
SKY SPORT F1
AMR: 9.929

Donne

32
%

Uomini

68
%



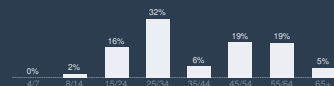
DEVICE CONNESSI
AMR: 927

Donne

10
%

Uomini

90
%



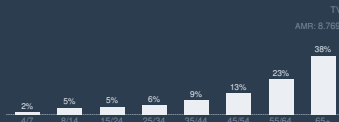
SKY SPORT FOOTBALL
AMR: 9.144

Donne

33
%

Uomini

67
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 375

Donne

12
%

Uomini

88
%



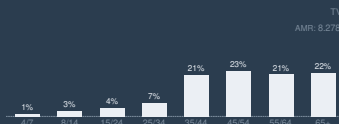
SKY CINEMA ACTION
AMR: 8.330

Donne

37
%

Uomini

63
%



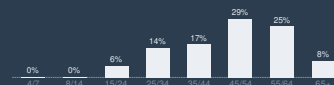
DEVICE CONNESSI
AMR: 53

Donne

20
%

Uomini

80
%



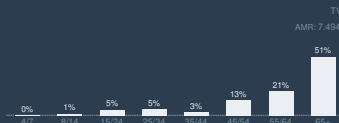
SKY SPORT TENNIS
AMR: 7.757

Donne

48
%

Uomini

52
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 263

Donne

33
%

Uomini

67
%



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:

11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

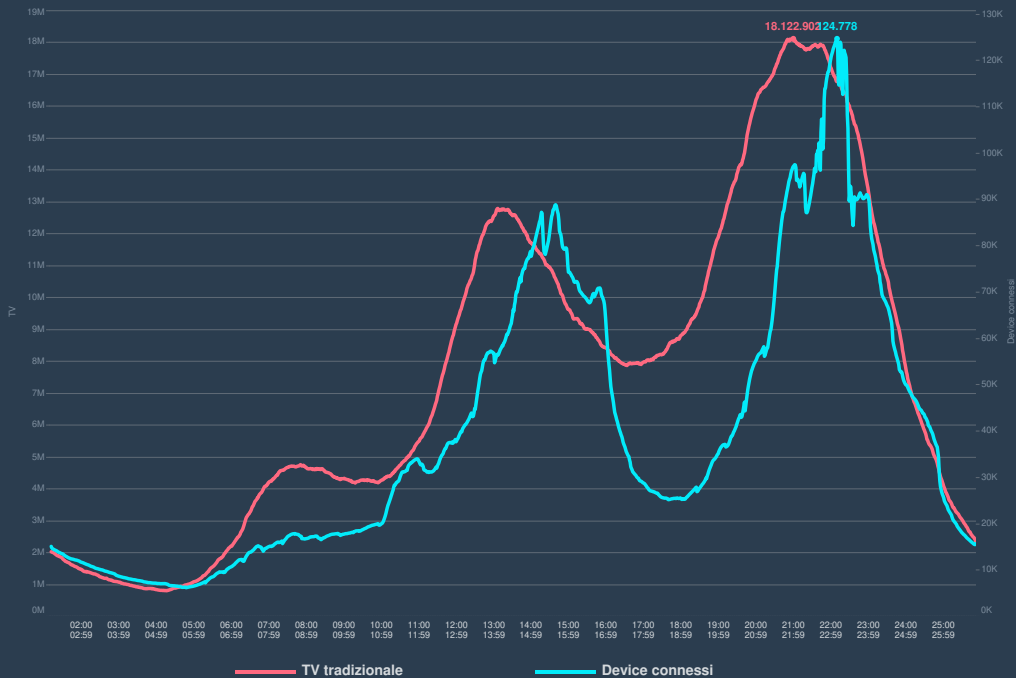
7.628.988 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

39.660 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:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

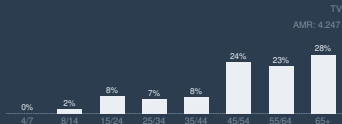


Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

DAZN
AMR: 4.872

Donne
25
%

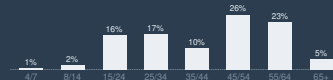
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 625

Donne
11
%

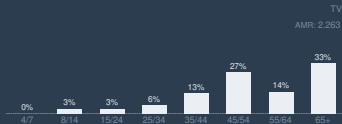
Uomini
89
%



DAZN1
AMR: 2.592

Donne
26
%

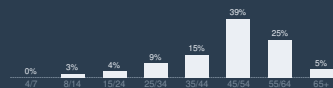
Uomini
74
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 330

Donne
15
%

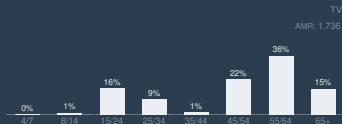
Uomini
85
%



DAZN2
AMR: 2.032

Donne
24
%

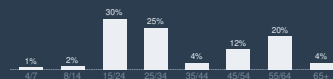
Uomini
76
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 295

Donne
8
%

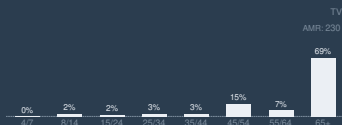
Uomini
92
%



ZONA DAZN
AMR: 230

Donne
34
%

Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

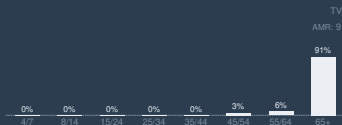
Uomini
%



ZONA DAZN 3
AMR: 9

Donne
10
%

Uomini
90
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



total audience linear

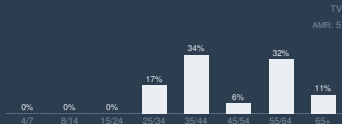
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

ZONA DAZN 2 AMR: 5

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



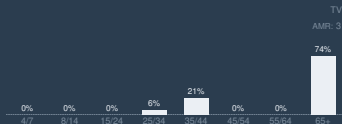
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 5 AMR: 3

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



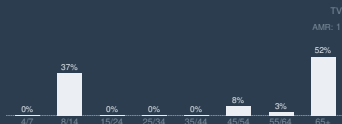
DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 4 AMR: 1

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



DEVICE CONNESSI AMR:

Donne %
Uomini %



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

**total
audience
linear**
**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

total audience on demand totali della settimana totale editori digital

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

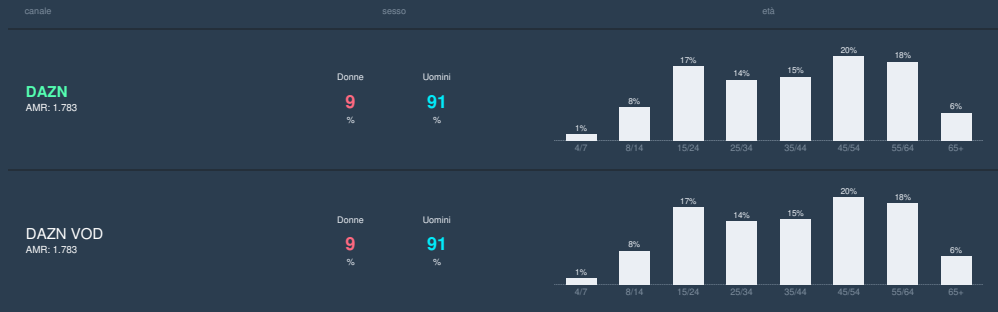
101.173 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



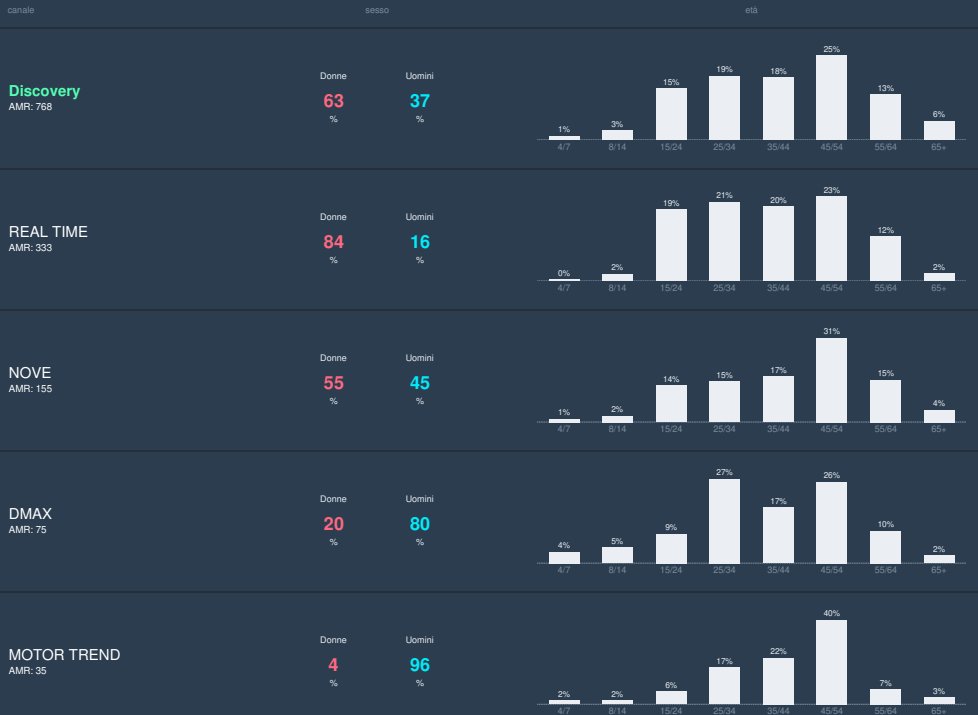
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



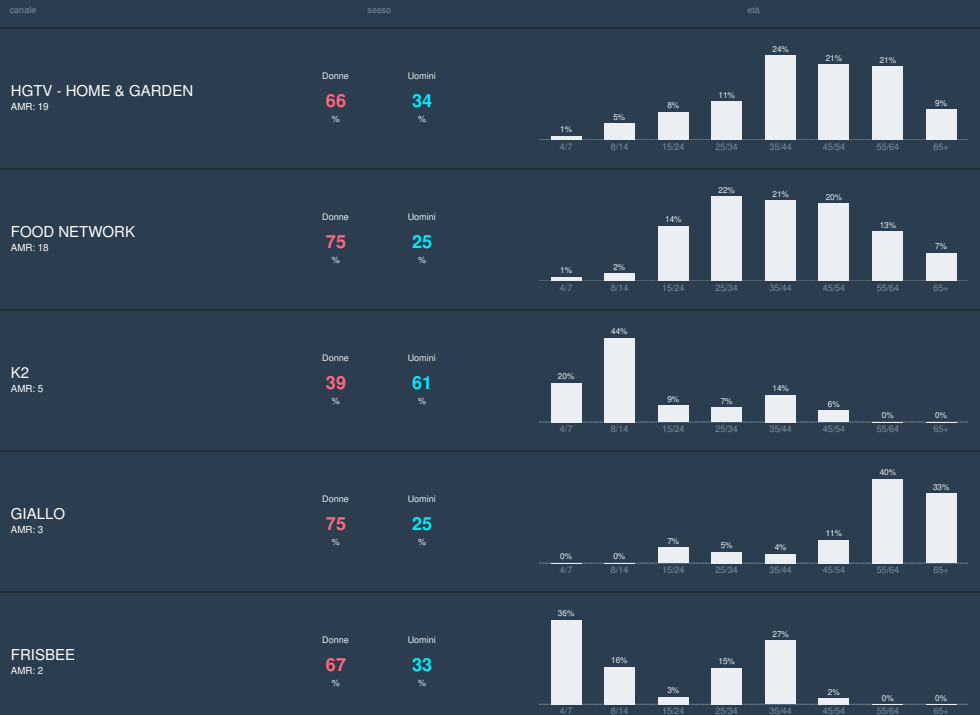
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

canale

sesto

età

La7

AMR: 1.974

Donne

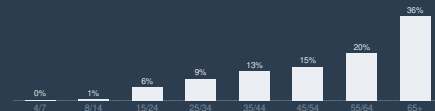
40

%

Uomini

60

%



LA7

AMR: 1.911

Donne

40

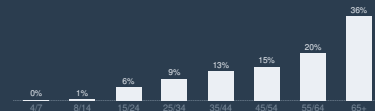
%

Uomini

60

%

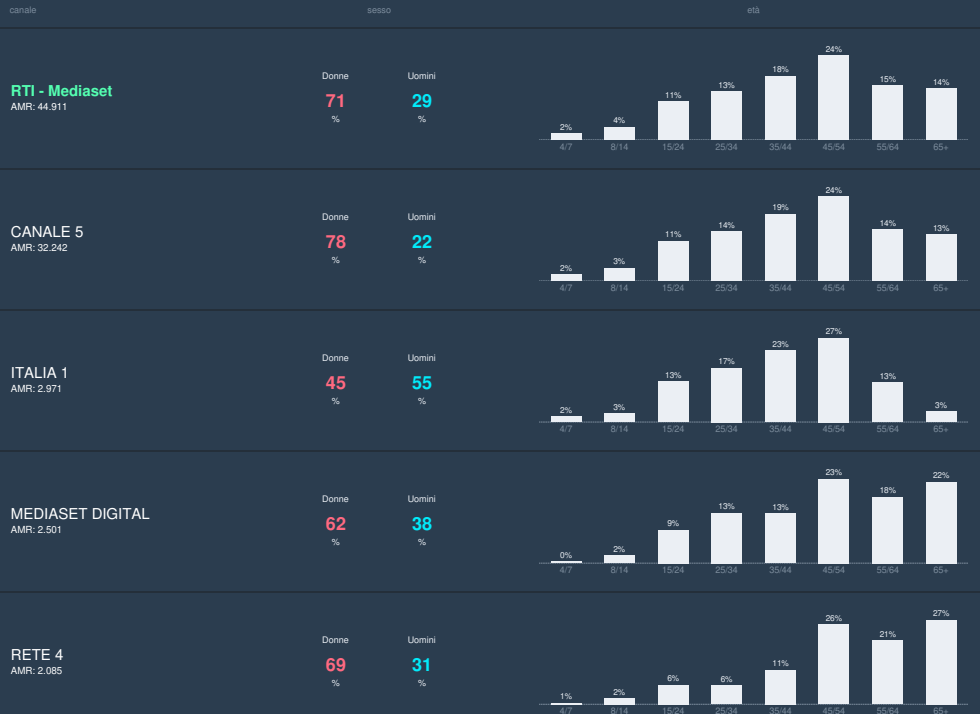
LA7



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 944

Donne

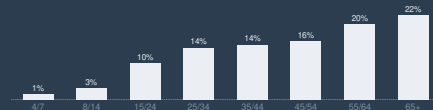
29

%

Uomini

71

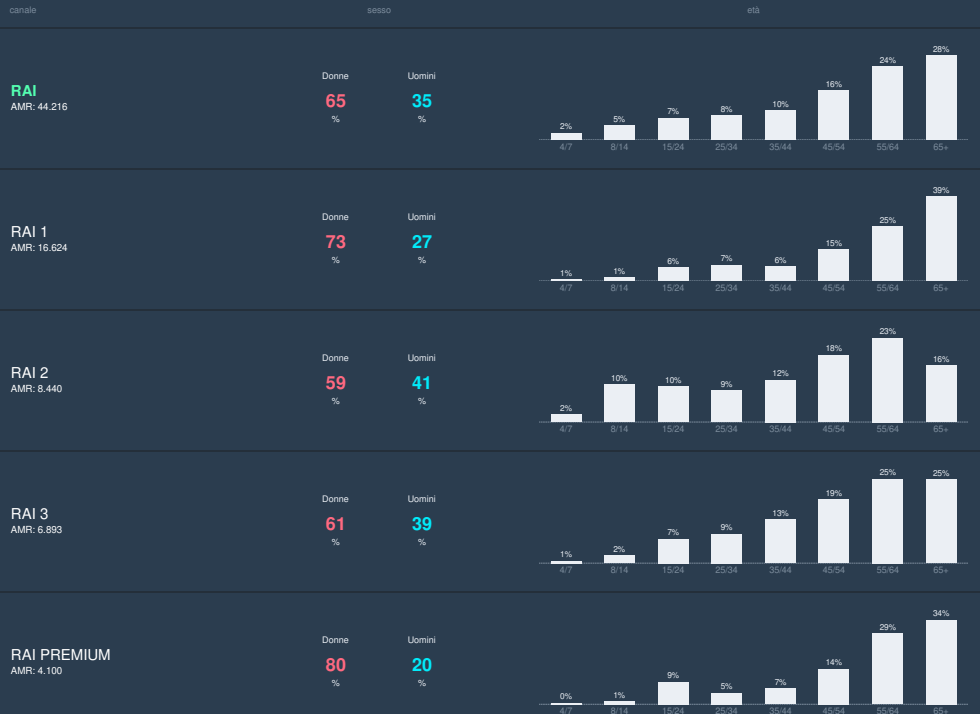
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023

canale

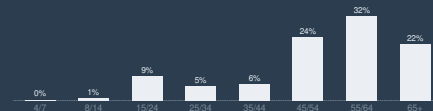
secco

età

RAIPLAY
AMR: 2.439

Donne
57
%

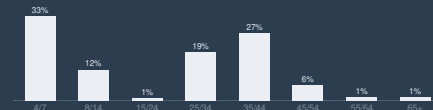
Uomini
43
%



RAI YOYO
AMR: 1.444

Donne
60
%

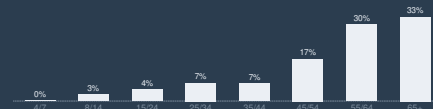
Uomini
40
%



RAI MOVIE
AMR: 1.096

Donne
41
%

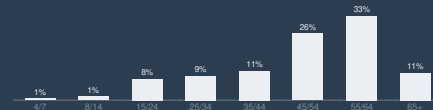
Uomini
59
%



RAI 4
AMR: 924

Donne
51
%

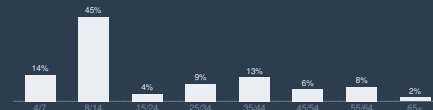
Uomini
49
%



RAI GULP
AMR: 893

Donne
59
%

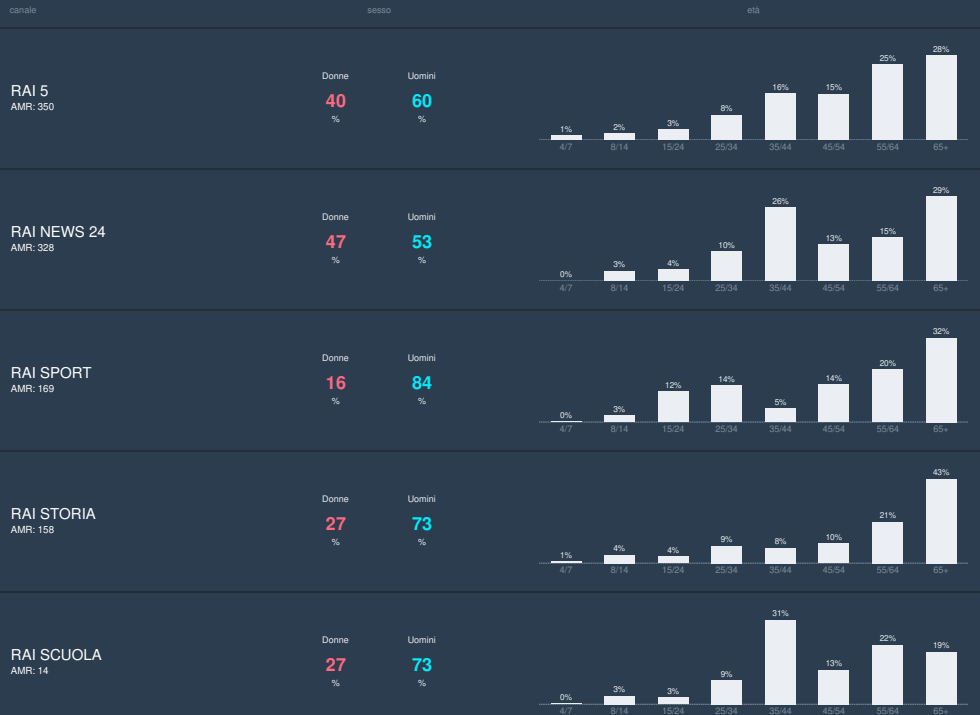
Uomini
41
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



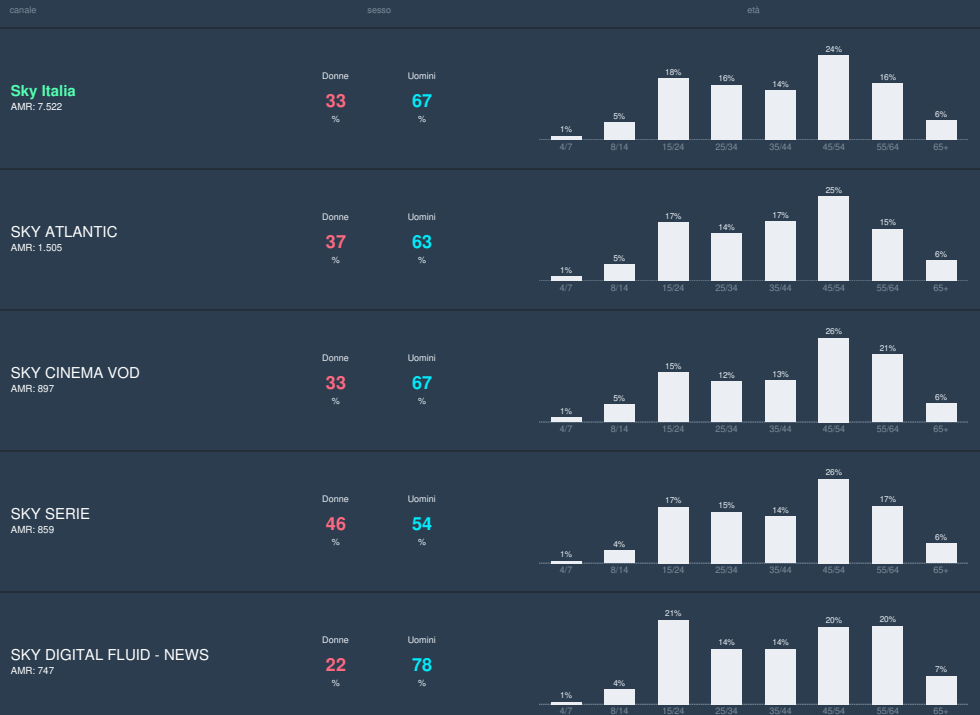
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



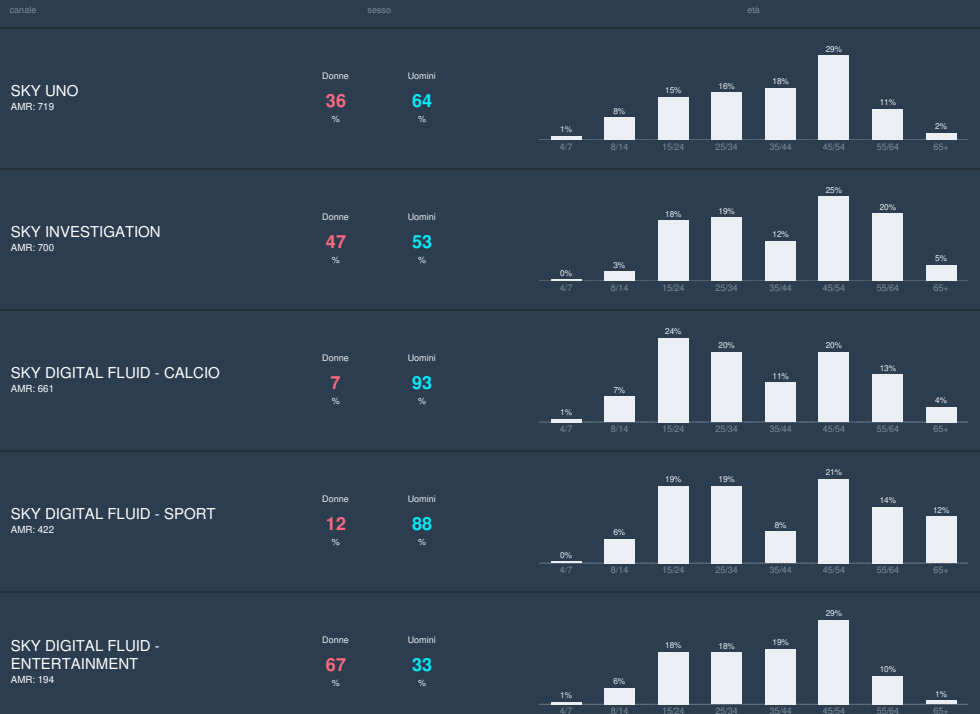
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



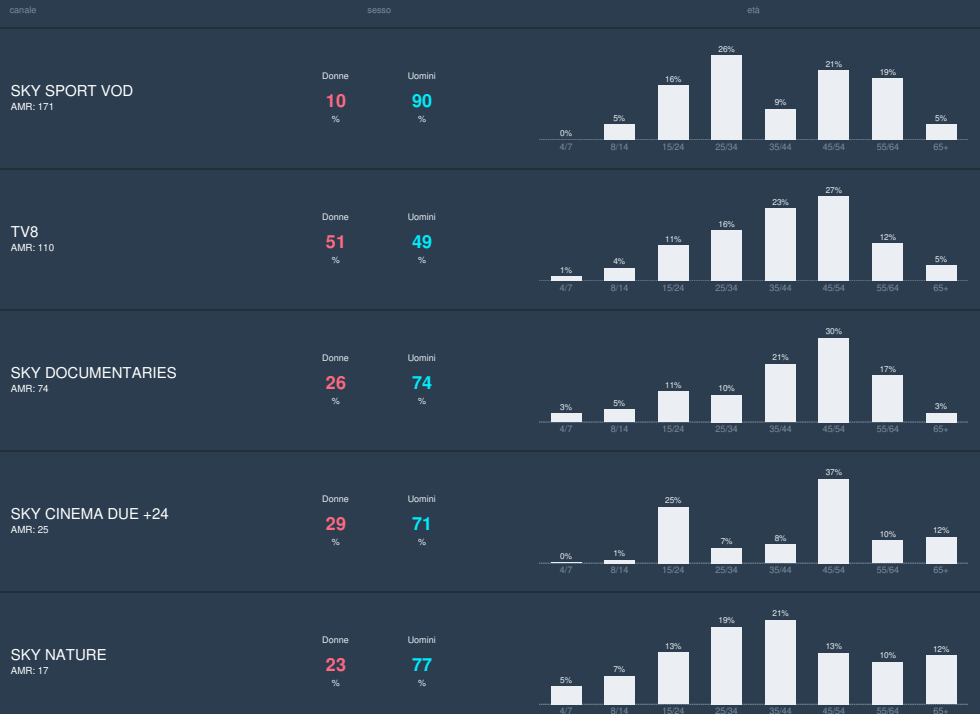
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 giugno 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 giugno 2023 - 17 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):

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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



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

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