



standard auditel total audience

Report Settimanale

16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

6.975.527 ascoltatori medi (AMR)

1.171.888.511 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

637.742

Ascoltatori medi

Andamento AMR

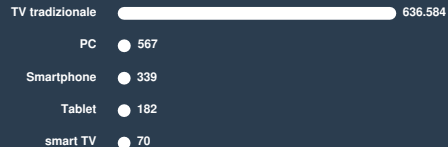
- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

268.240

Ascoltatori medi

Andamento AMR

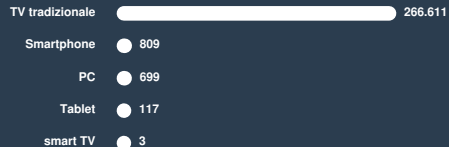
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



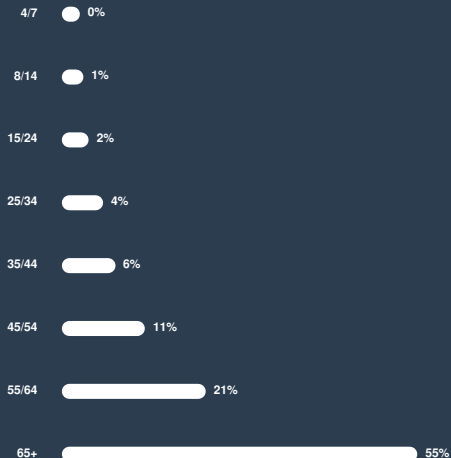
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



AMR Total Audience

2.563.174

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



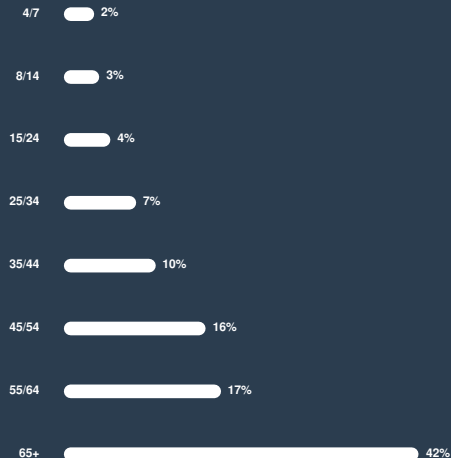
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

Rai

AMR Total Audience

2.522.158

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



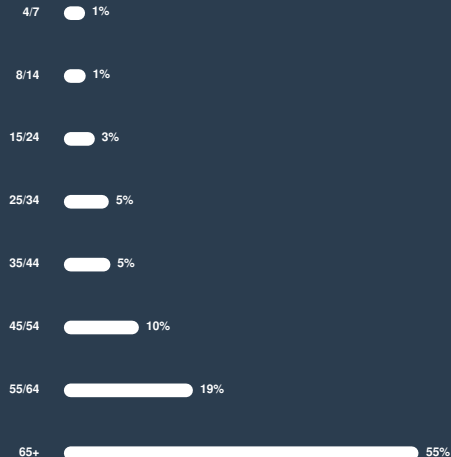
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

sky

AMR Total Audience

564.891

Ascoltatori medi

Andamento AMR

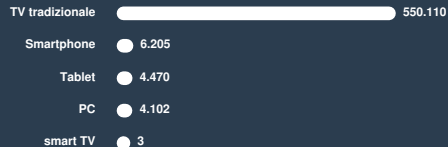
- 6%

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:

16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

6.975.527 ascoltatori medi (AMR)

1.171.888.511 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

111

Ascoltatori medi

Andamento AMR

Su settimana precedente

Linear vs VOD

Linear  107

On-Demand  5

Dettaglio Device

TV tradizionale  111

Sesso

Donne

38%

Uomini

62%

Età

4/7

8/14  2%

15/24  0%

25/34  0%

35/44  22%

45/54  9%

55/64  12%

65+  54%

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

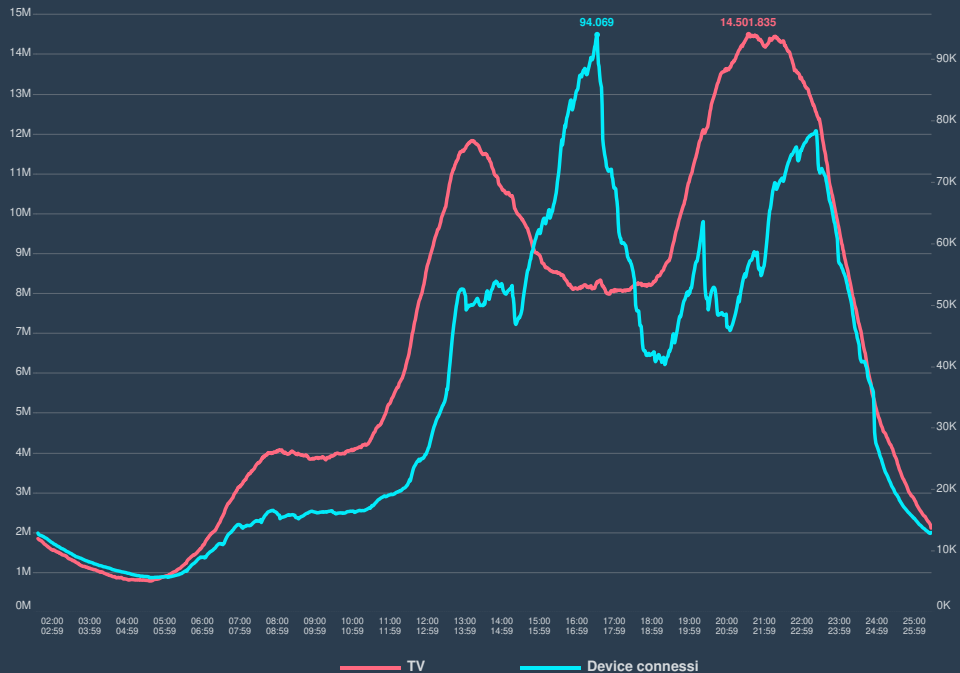
6.741.723 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

35.674 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

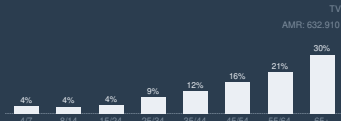


Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

Discovery

AMR: 633.540

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 630

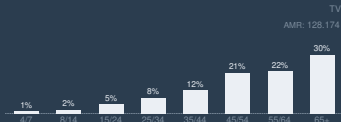
Donne **53**%
Uomini **47**%



NOVE

AMR: 128.284

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 110

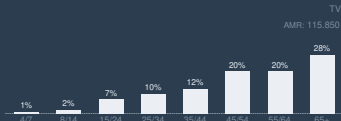
Donne **52**%
Uomini **48**%



REAL TIME

AMR: 115.945

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 95

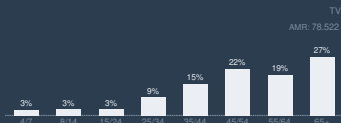
Donne **71**%
Uomini **29**%



DMAX

AMR: 78.605

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 83

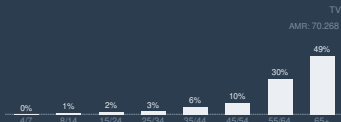
Donne **31**%
Uomini **69**%



GIALLO

AMR: 70.436

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 167

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



total
audience
linear

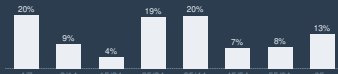
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

FRISBEE
AMR: 48.397

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



TV
AMR: 48.391

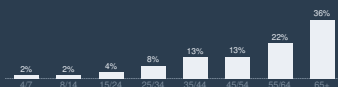
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



FOOD NETWORK
AMR: 41.315

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



TV
AMR: 41.307

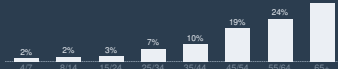
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 36.199

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



TV
AMR: 36.186

DEVICE CONNESSI
AMR: 13

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



MOTOR TREND
AMR: 34.436

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



TV
AMR: 34.398

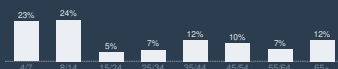
DEVICE CONNESSI
AMR: 38

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



K2
AMR: 30.398

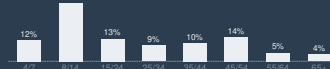
Donne **55**%
Uomini **45**%



TV
AMR: 30.389

DEVICE CONNESSI
AMR: 9

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 266.720

Donne
55
%

Uomini
45
%



TV
AMR: 265.739

DEVICE CONNESSI
AMR: 980

Donne
46
%

Uomini
54
%



LA7
AMR: 221.152

Donne
51
%

Uomini
49
%



TV
AMR: 220.171

DEVICE CONNESSI
AMR: 980

Donne
46
%

Uomini
54
%



LA7D
AMR: 45.568

Donne
76
%

Uomini
24
%



TV
AMR: 45.568

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

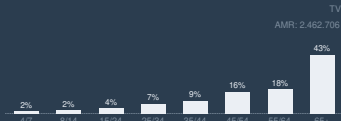


Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

RTI - Mediaset

AMR: 2.475.380

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 12.674

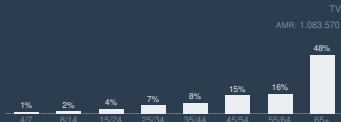
Donne **54**%
Uomini **46**%



CANALE 5

AMR: 1.089.459

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 5.889

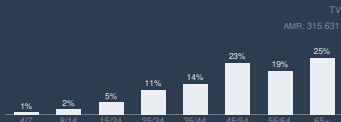
Donne **65**%
Uomini **35**%



ITALIA 1

AMR: 317.096

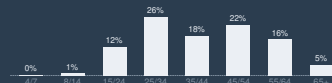
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.465

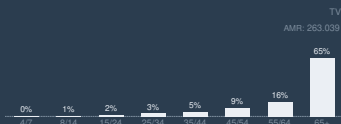
Donne **42**%
Uomini **58**%



RETE 4

AMR: 263.745

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 706

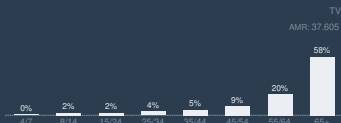
Donne **56**%
Uomini **44**%



TGCOM 24

AMR: 39.430

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.826

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

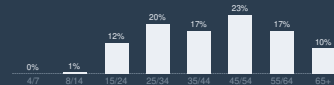


Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

MEDIASET DIGITAL
AMR: 31

DEVICE CONNESSI
AMR: 31

Donne	Uomini
63	37
%	%



total audience linear

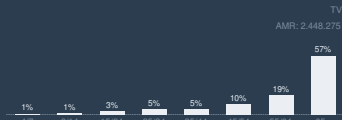
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

RAI AMR: 2.460.762

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



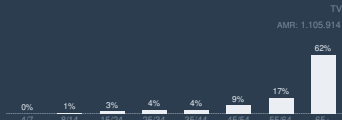
DEVICE CONNESSI AMR: 12.487

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



RAI 1 AMR: 1.108.937

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



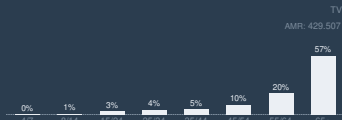
DEVICE CONNESSI AMR: 3.023

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



RAI 2 AMR: 433.872

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



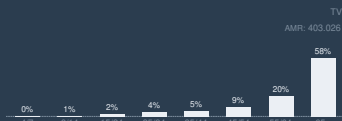
DEVICE CONNESSI AMR: 4.365

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



RAI 3 AMR: 404.798

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



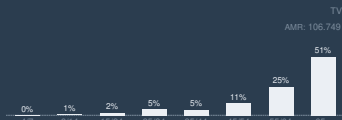
DEVICE CONNESSI AMR: 1.772

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



RAI PREMIUM AMR: 107.080

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



DEVICE CONNESSI AMR: 330

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

RAI 4
AMR: 102.101

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 436

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



RAI MOVIE
AMR: 82.844

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 297

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



RAI NEWS 24
AMR: 59.010

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



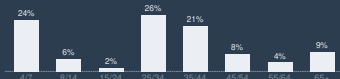
DEVICE CONNESSI
AMR: 966

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



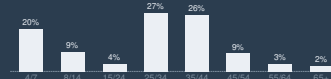
RAI YOYO
AMR: 58.283

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 53

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



RAI SPORT
AMR: 38.453

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 331

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

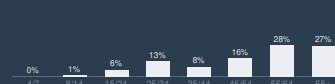
RAI 5
AMR: 23.386

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



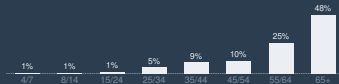
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 17.408

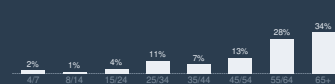
Donne **37**%
Uomini **63**%



DEVICE CONNESSI

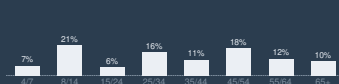
AMR: 146

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



RAI GULP
AMR: 13.557

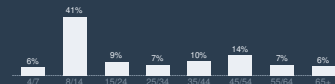
Donne **52**%
Uomini **48**%



DEVICE CONNESSI

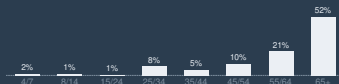
AMR: 29

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



RAI SCUOLA
AMR: 10.450

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 66

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



RAI RADIO2
AMR: 345

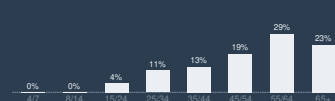
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 345

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



total
audience
linear

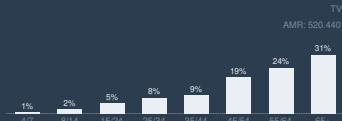
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

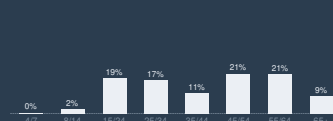
Sky Italia
AMR: 529.341

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



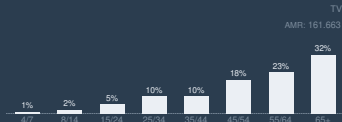
DEVICE CONNESSI
AMR: 8.902

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



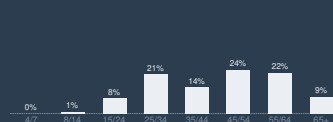
TV8
AMR: 162.101

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



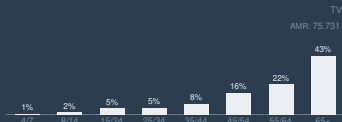
DEVICE CONNESSI
AMR: 438

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



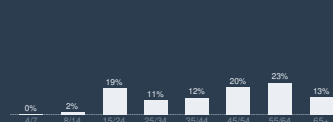
CIELO
AMR: 75.847

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



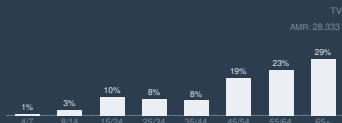
DEVICE CONNESSI
AMR: 116

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



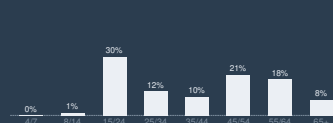
SKY SPORT UNO
AMR: 30.933

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



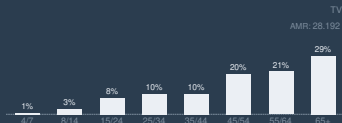
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.600

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



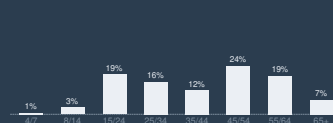
SKY SPORT 24
AMR: 28.931

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 739

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

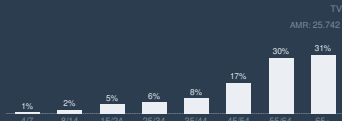
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

SKY TG24
AMR: 26.392

Donne
44
%

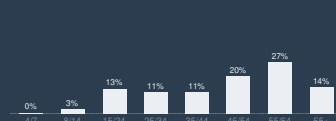
Uomini
56
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 651

Donne
28
%

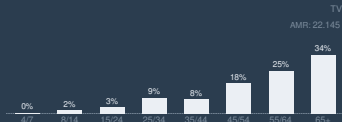
Uomini
72
%



SKY TG24 (50)
AMR: 22.145

Donne
43
%

Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%
%

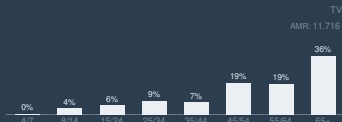
Uomini
%
%



SKY SPORT TENNIS
AMR: 13.648

Donne
47
%

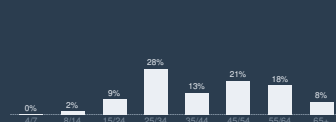
Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.932

Donne
45
%

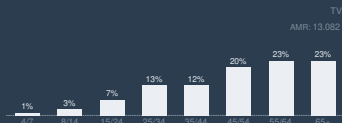
Uomini
55
%



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 13.152

Donne
38
%

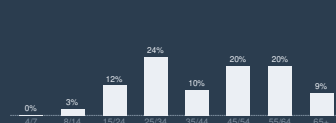
Uomini
62
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 70

Donne
26
%

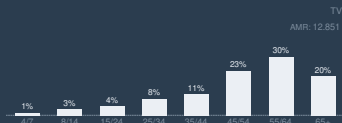
Uomini
74
%



SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 12.936

Donne
40
%

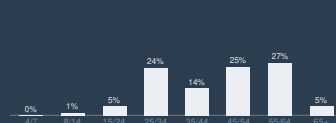
Uomini
60
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 85

Donne
20
%

Uomini
80
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

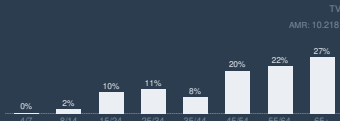
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

SKY SPORT F1
AMR: 11.351

Donne
32
%

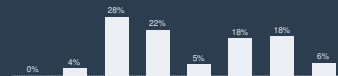
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.134

Donne
12
%

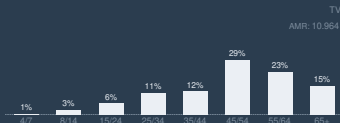
Uomini
88
%



SKY UNO
AMR: 11.023

Donne
56
%

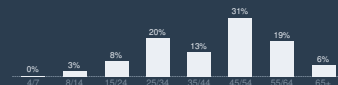
Uomini
44
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 59

Donne
51
%

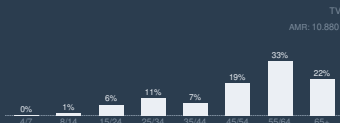
Uomini
49
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 10.945

Donne
58
%

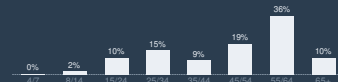
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 64

Donne
61
%

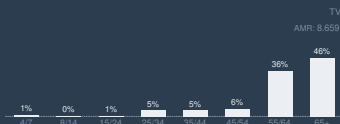
Uomini
39
%



SKY SERIE +1
AMR: 8.662

Donne
43
%

Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3

Donne
42
%

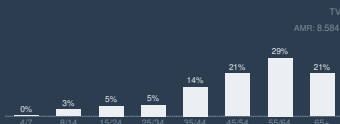
Uomini
58
%



SKY CINEMA ACTION
AMR: 8.648

Donne
38
%

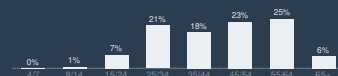
Uomini
62
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 64

Donne
15
%

Uomini
85
%



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:

16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

6.741.723 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

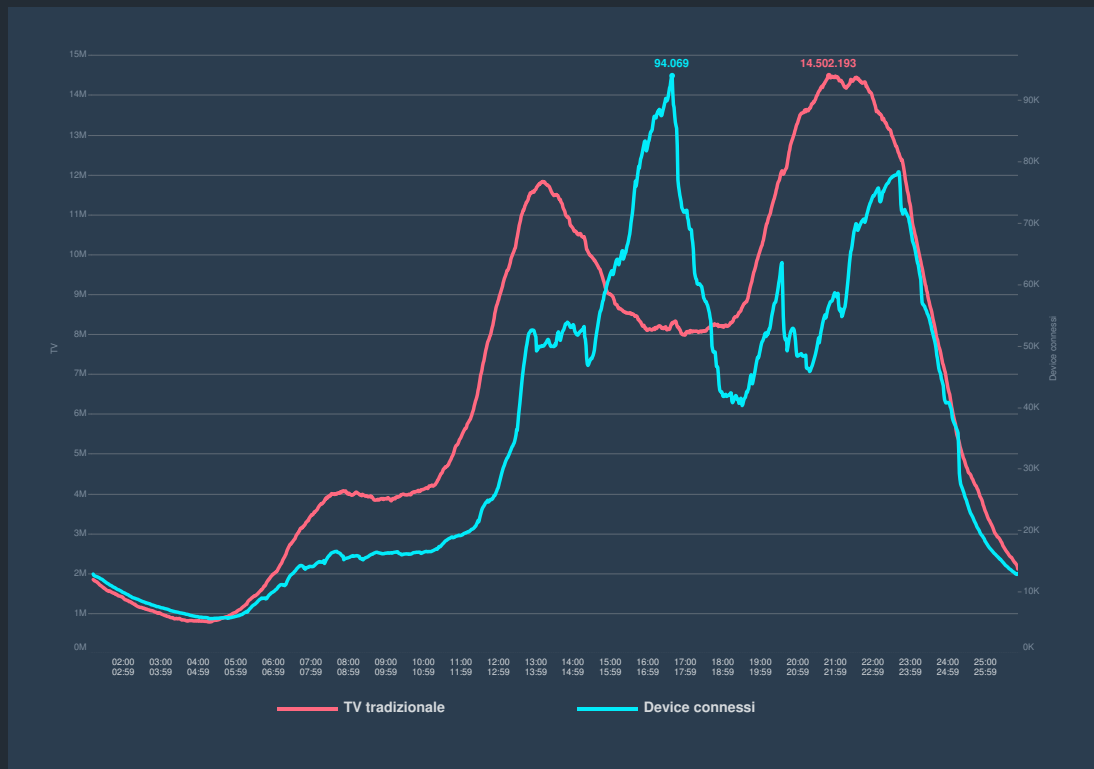
35.674 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

DAZN
AMR: 107

Donne

39
%

Uomini

61
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN
AMR: 98

Donne

40
%

Uomini

60
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 5
AMR: 4

Donne

6
%

Uomini

94
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 2
AMR: 4

Donne

36
%

Uomini

64
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 3
AMR: 1

Donne

59
%

Uomini

41
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%

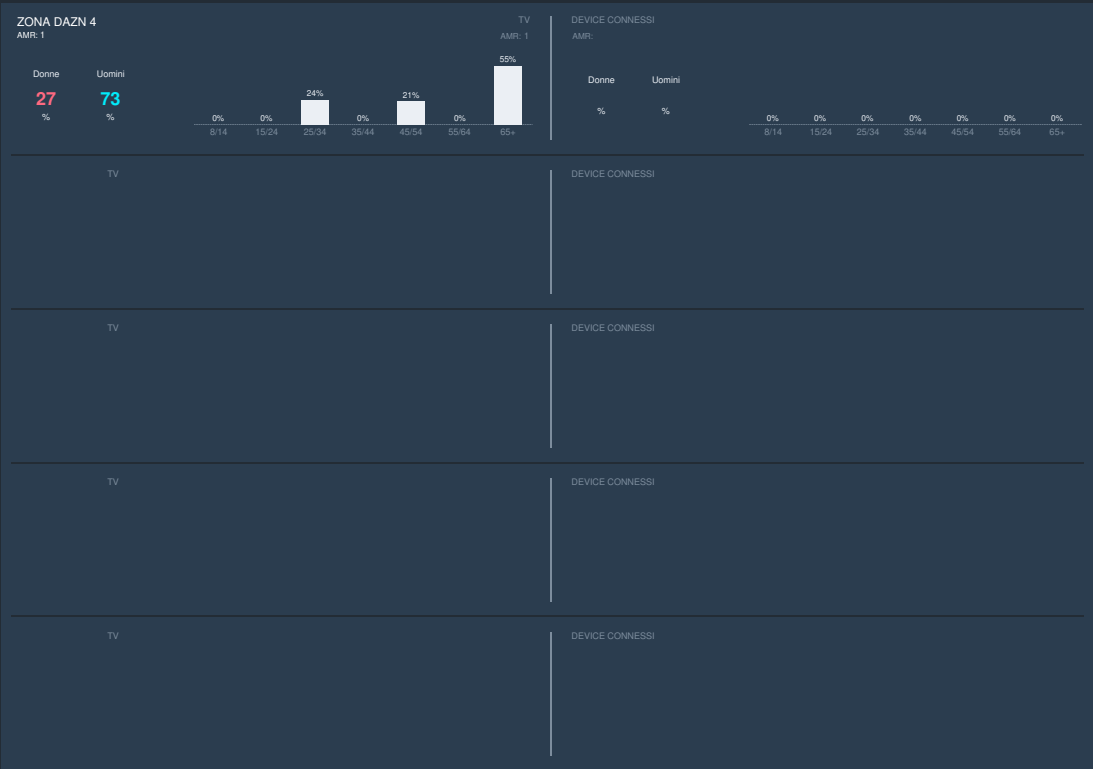


total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



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



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 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:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

121.893 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

**total
audience
on demand
composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

canale

seesso

età

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



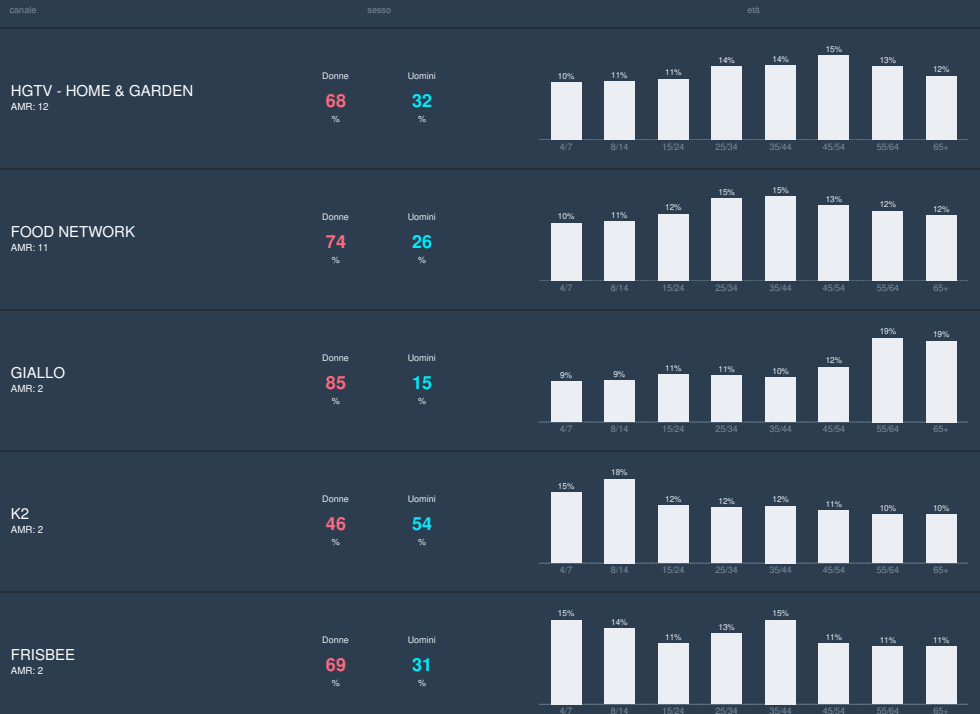
Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



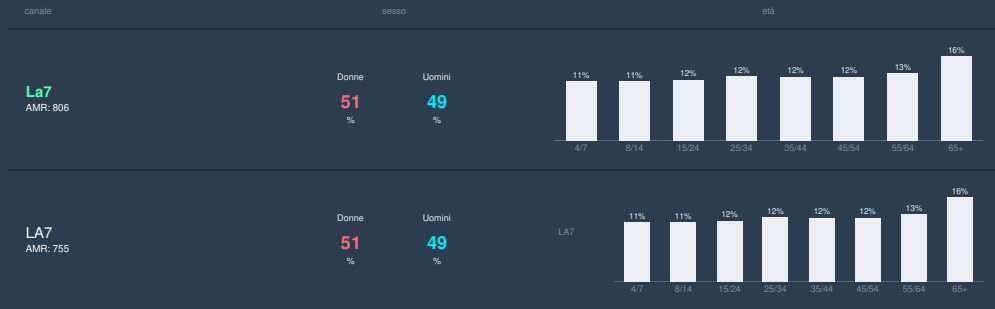
Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



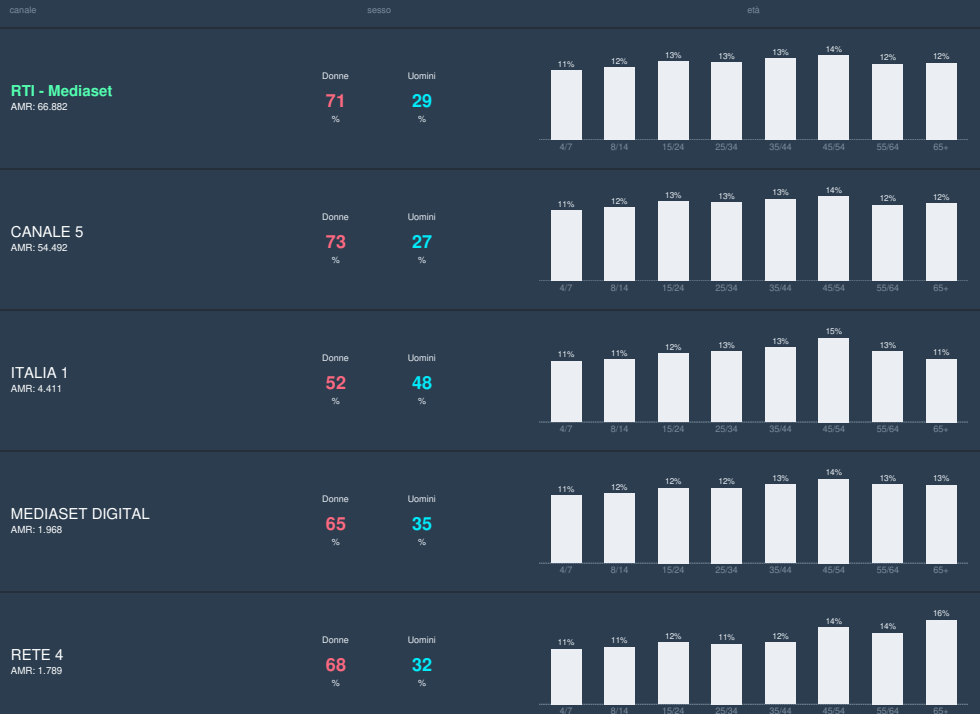
Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 487

Donne

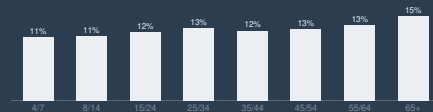
32

%

Uomini

68

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023





total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023

canale

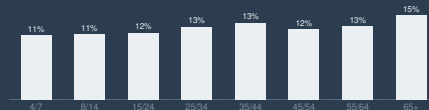
seesso

età

RAI NEWS 24
AMR: 355

Donne
48
%

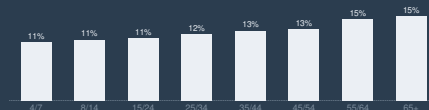
Uomini
52
%



RAI 5
AMR: 338

Donne
49
%

Uomini
51
%



RAI STORIA
AMR: 181

Donne
22
%

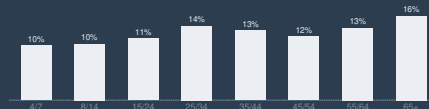
Uomini
78
%



RAI SPORT
AMR: 31

Donne
16
%

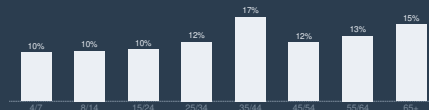
Uomini
84
%



RAI SCUOLA
AMR: 8

Donne
18
%

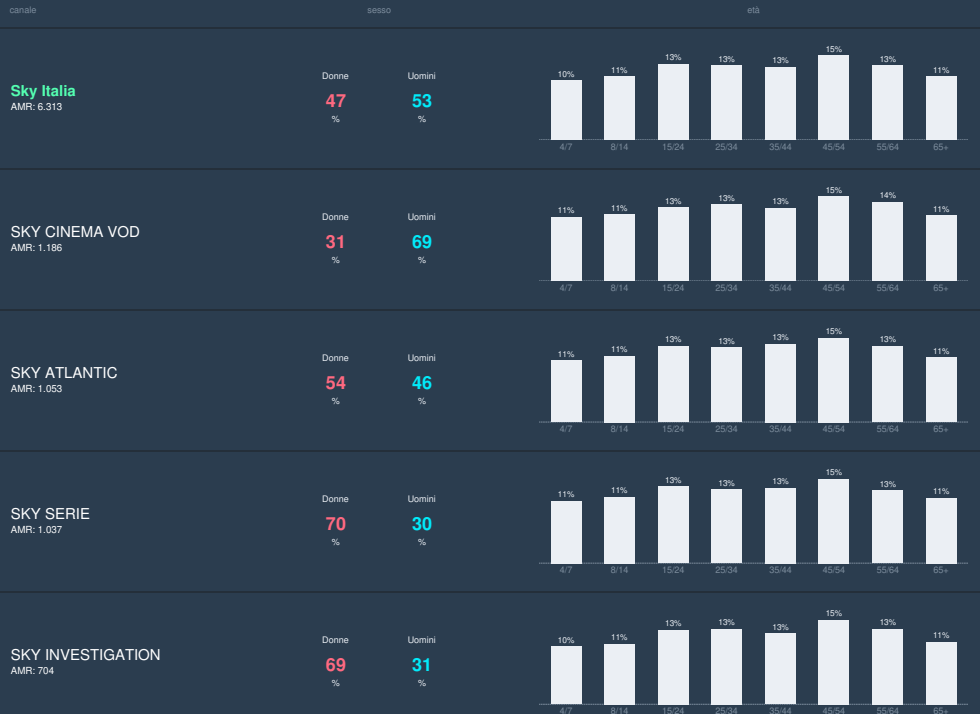
Uomini
82
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
16 luglio 2023 - 22 luglio 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.

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

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