



# standard auditel total audience

Report Settimanale

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

Auditel

# total audience totali della settimana totale editori

**7.785.152** ascoltatori medi (AMR)

**1.307.905.532** ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

Auditel

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

705.142

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

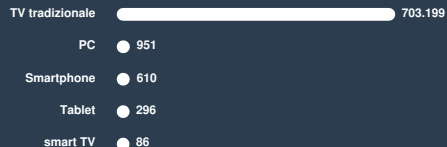
- 1%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

303.208

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

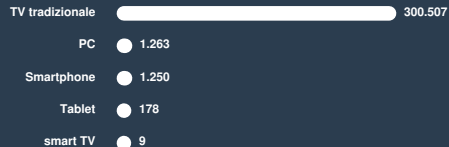
+ 21%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

3.029.135

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

+ 5%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



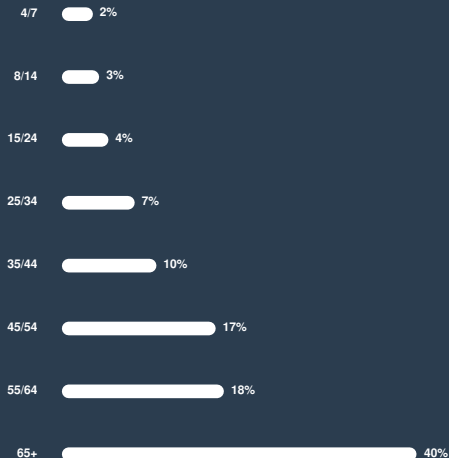
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

2.713.142

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 5%

Su settimana precedente

## Linear vs VOD



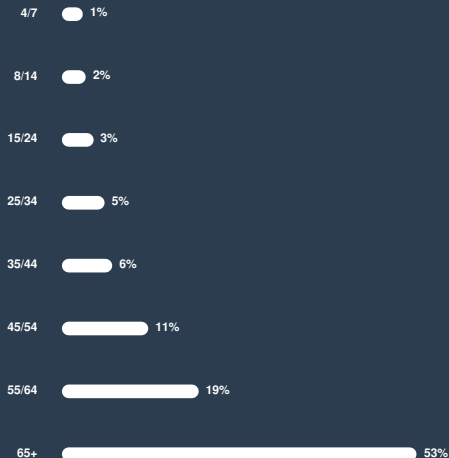
## Dettaglio Device



## Sesso



## Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience ascolto medio settimana per editore

sky

AMR Total Audience

611.374

Ascoltatori medi

Andamento AMR

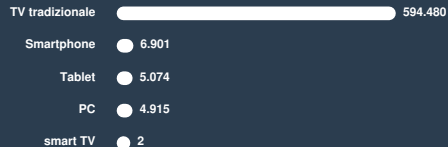
- 3%

Su settimana precedente

## Linear vs VOD



## Dettaglio Device



## Sesso



## Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# 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.

**7.831.987** ascoltatori medi (AMR)

**1.315.773.880** ore totali (TTS)

**Dati relativi alla settimana Auditel:**

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

**Auditel**



# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

50.132

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

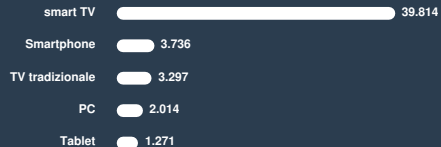
+ 77%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

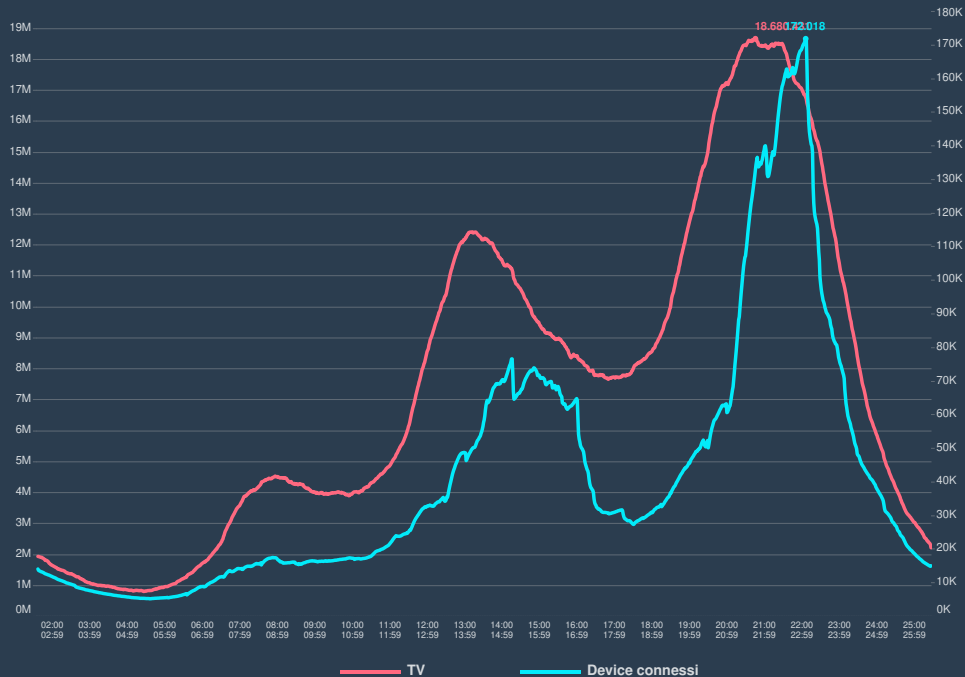
**7.526.400** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

**41.634** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



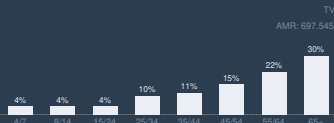
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Discovery  
AMR: 698.261

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



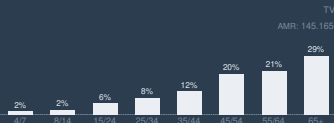
DEVICE CONNESSI  
AMR: 716

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



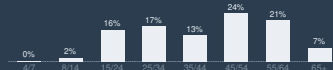
NOVE  
AMR: 145.290

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



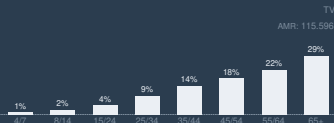
DEVICE CONNESSI  
AMR: 126

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



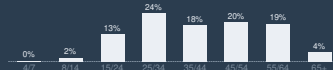
REAL TIME  
AMR: 115.730

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



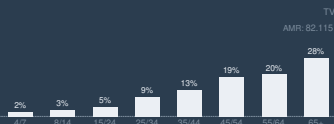
DEVICE CONNESSI  
AMR: 134

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



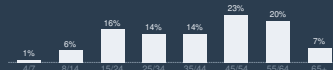
DMAX  
AMR: 82.211

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



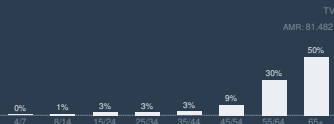
DEVICE CONNESSI  
AMR: 96

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



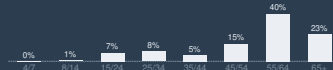
GIALLO  
AMR: 81.669

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 186

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



# total audience linear

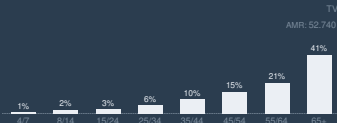
## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

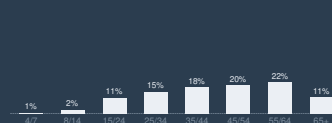
### FOOD NETWORK AMR: 52.750

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



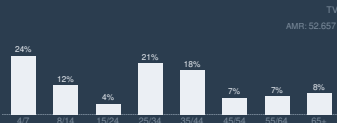
### DEVICE CONNESSI AMR: 10

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



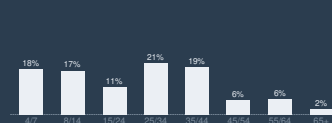
### FRISBEE AMR: 52.663

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



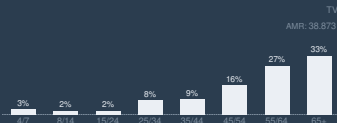
### DEVICE CONNESSI AMR: 7

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



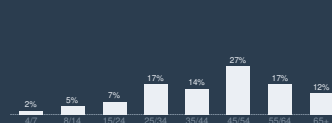
### MOTOR TREND AMR: 38.913

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



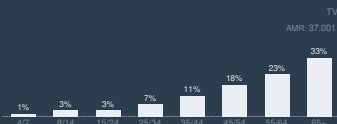
### DEVICE CONNESSI AMR: 40

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



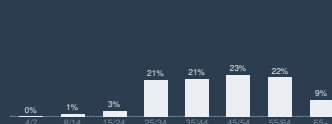
### HGTV - HOME & GARDEN AMR: 37.014

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



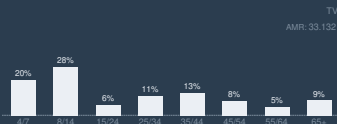
### DEVICE CONNESSI AMR: 13

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



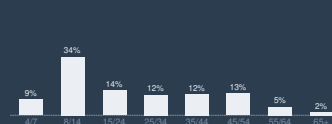
### K2 AMR: 33.140

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



### DEVICE CONNESSI AMR: 8

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



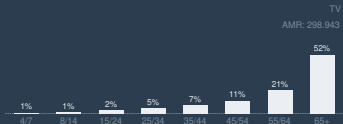
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



La7  
AMR: 300.258

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



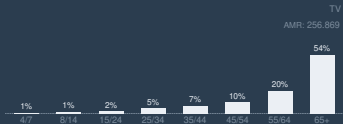
DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.316

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



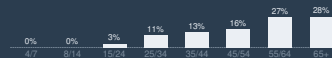
LA7  
AMR: 258.185

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



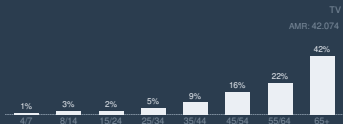
DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.316

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



LA7D  
AMR: 42.074

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



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target

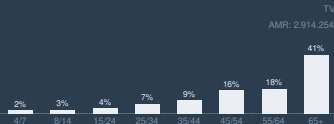


Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

### RTI - Mediaset

AMR: 2.928.823

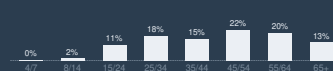
Donne **59**%  
Uomini **41**%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 14.569

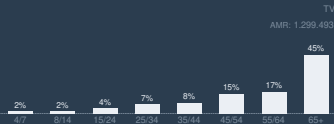
Donne **55**%  
Uomini **45**%



### CANALE 5

AMR: 1.305.536

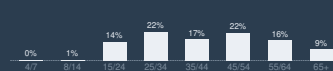
Donne **64**%  
Uomini **36**%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 6.043

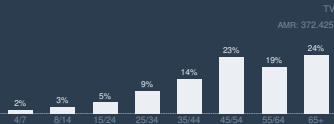
Donne **67**%  
Uomini **33**%



### ITALIA 1

AMR: 373.778

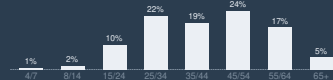
Donne **51**%  
Uomini **49**%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.353

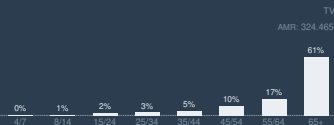
Donne **39**%  
Uomini **61**%



### RETE 4

AMR: 325.467

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.002

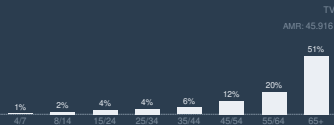
Donne **52**%  
Uomini **48**%



### TGCOM 24

AMR: 47.825

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.911

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



**total  
audience  
linear**

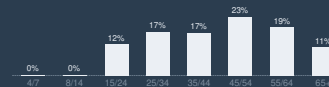
**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**



MEDIASET DIGITAL  
AMR: 1.359

DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.359

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





# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



### RAI

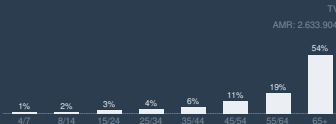
AMR: 2.649.998

Donne

**58**  
%

Uomini

**42**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 16.094

Donne

**44**  
%

Uomini

**56**  
%



### RAI 1

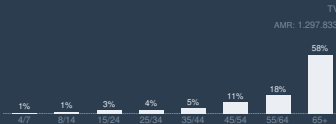
AMR: 1.305.224

Donne

**63**  
%

Uomini

**37**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 7.391

Donne

**48**  
%

Uomini

**52**  
%



### RAI 3

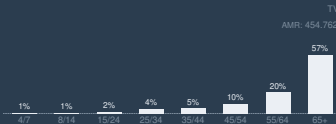
AMR: 456.322

Donne

**56**  
%

Uomini

**44**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.560

Donne

**56**  
%

Uomini

**44**  
%



### RAI 2

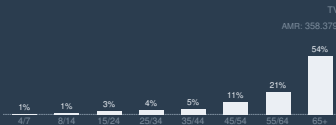
AMR: 360.583

Donne

**53**  
%

Uomini

**47**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 2.204

Donne

**34**  
%

Uomini

**66**  
%



### RAI 4

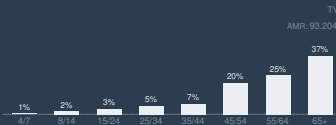
AMR: 93.690

Donne

**52**  
%

Uomini

**48**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 487

Donne

**47**  
%

Uomini

**53**  
%



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

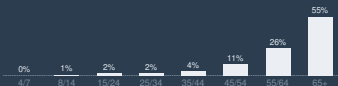
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



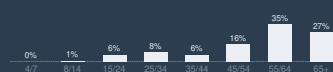
RAI PREMIUM  
AMR: 87.843

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



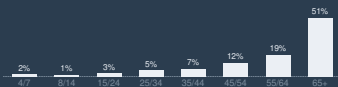
DEVICE CONNESSI  
AMR: 270

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



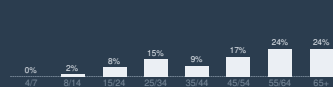
RAI MOVIE  
AMR: 83.401

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



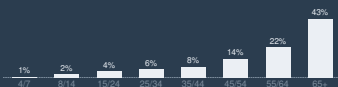
DEVICE CONNESSI  
AMR: 312

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



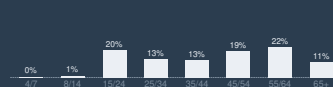
RAI SPORT  
AMR: 80.757

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



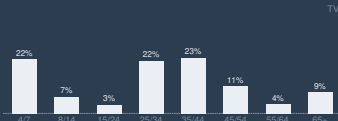
DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.490

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



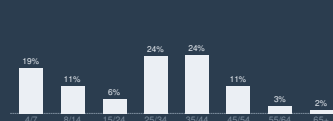
RAI YOYO  
AMR: 53.047

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



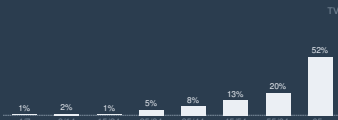
DEVICE CONNESSI  
AMR: 48

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



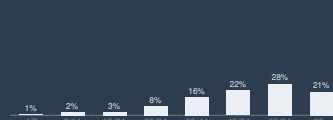
RAI NEWS 24  
AMR: 49.554

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.050

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



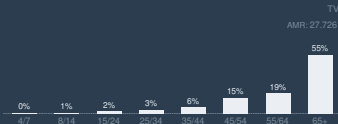
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



RAI 5  
AMR: 27.845

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



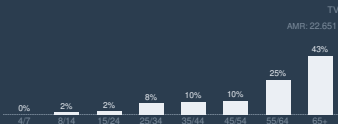
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA  
AMR: 22.815

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



DEVICE CONNESSI

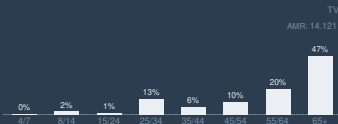
AMR: 163

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



RAI SCUOLA  
AMR: 14.208

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



DEVICE CONNESSI

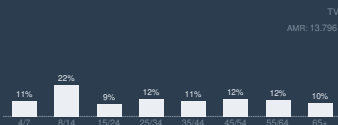
AMR: 86

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



RAI GULP  
AMR: 13.827

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



DEVICE CONNESSI

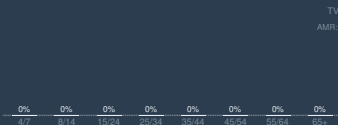
AMR: 31

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



RAI RADIO2  
AMR: 467

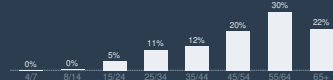
Donne %  
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 467

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



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



### Sky Italia

AMR: 575.039

Donne

**46**  
%

Uomini

**54**  
%



TV  
AMR: 566.100

### DEVICE CONNESSI

AMR: 8.939

Donne

**24**  
%

Uomini

**76**  
%



### TV8

AMR: 179.804

Donne

**54**  
%

Uomini

**46**  
%



TV  
AMR: 178.949

### DEVICE CONNESSI

AMR: 855

Donne

**26**  
%

Uomini

**74**  
%



### CIELO

AMR: 80.458

Donne

**45**  
%

Uomini

**55**  
%



TV  
AMR: 80.324

### DEVICE CONNESSI

AMR: 134

Donne

**41**  
%

Uomini

**59**  
%



### SKY SPORT UNO

AMR: 37.393

Donne

**40**  
%

Uomini

**60**  
%



TV  
AMR: 35.604

### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.789

Donne

**22**  
%

Uomini

**78**  
%



### SKY TG24

AMR: 28.664

Donne

**42**  
%

Uomini

**58**  
%



TV  
AMR: 27.983

### DEVICE CONNESSI

AMR: 681

Donne

**29**  
%

Uomini

**71**  
%



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

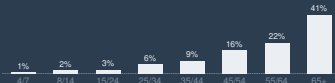
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



SKY TG24 (50)  
AMR: 22.970

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



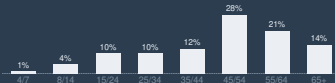
DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne %  
Uomini %



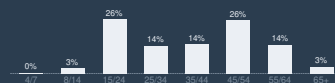
SKY UNO  
AMR: 22.933

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



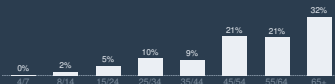
DEVICE CONNESSI  
AMR: 485

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



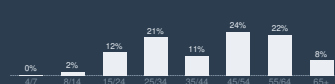
SKY SPORT 24  
AMR: 21.995

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



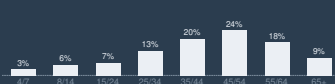
DEVICE CONNESSI  
AMR: 461

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



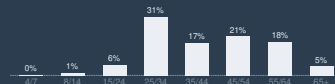
SKY CINEMA COLLECTION  
AMR: 14.605

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 162

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



SKY INVESTIGATION +1  
AMR: 12.816

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 17

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



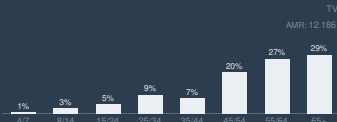
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



SKY CINEMA UNO/HD  
AMR: 12.241

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



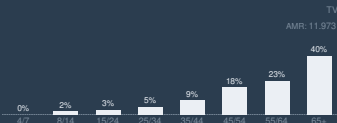
DEVICE CONNESSI  
AMR: 55

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



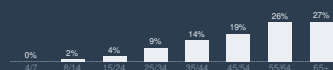
SKY INVESTIGATION  
AMR: 12.036

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



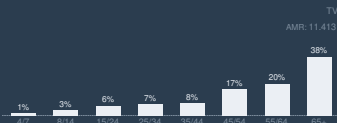
DEVICE CONNESSI  
AMR: 63

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



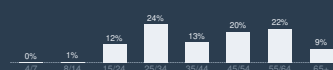
SKY SPORT CALCIO  
AMR: 11.806

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



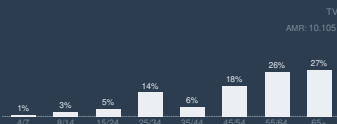
DEVICE CONNESSI  
AMR: 393

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



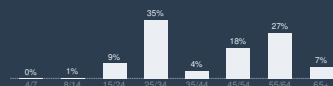
SKY SPORT F1  
AMR: 11.234

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



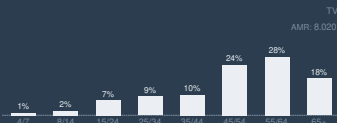
DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.128

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



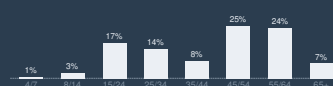
SKY UNO +1  
AMR: 8.029

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 9

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



# 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:**

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

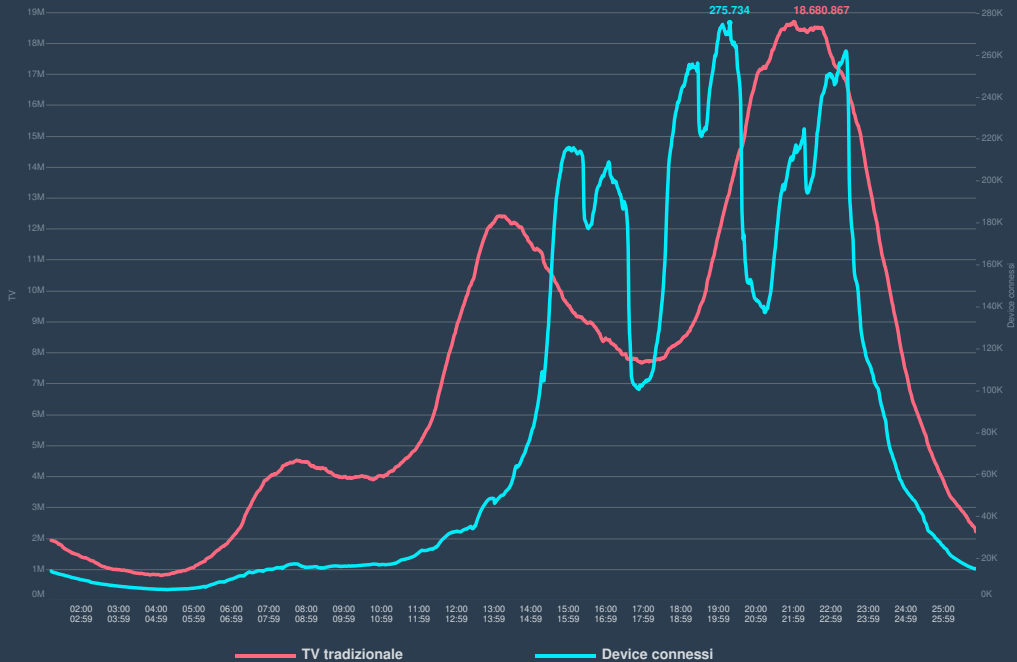
**7.526.400** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

**85.566** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

**Auditel**

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN





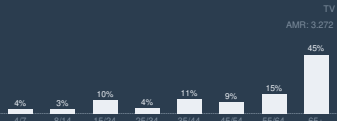
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



### DAZN AMR: 47.205

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



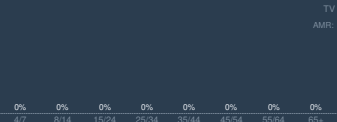
### DEVICE CONNESSI AMR: 43.933

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



### DAZN3 AMR: 21.980

Donne 0%  
Uomini 0%



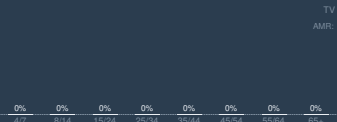
### DEVICE CONNESSI AMR: 21.980

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



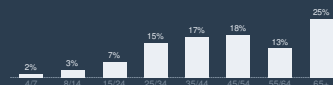
### DAZN1 AMR: 13.948

Donne 0%  
Uomini 0%



### DEVICE CONNESSI AMR: 13.948

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



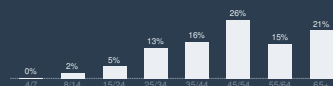
### DAZN4 AMR: 8.005

Donne 0%  
Uomini 0%



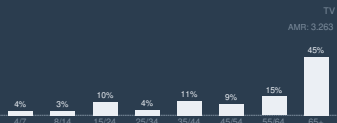
### DEVICE CONNESSI AMR: 8.005

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



### ZONA DAZN AMR: 3.263

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



### DEVICE CONNESSI AMR:

Donne 0%  
Uomini 0%



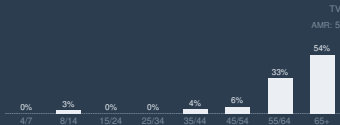
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



ZONA DAZN 4  
AMR: 5

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



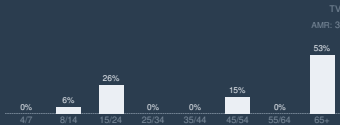
DEVICE CONNESSI  
AMR: 5

Donne %  
Uomini %



ZONA DAZN 2  
AMR: 3

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



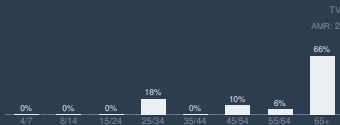
DEVICE CONNESSI  
AMR: 3

Donne %  
Uomini %



ZONA DAZN 3  
AMR: 2

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



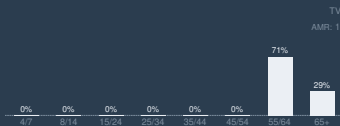
DEVICE CONNESSI  
AMR: 2

Donne %  
Uomini %



ZONA DAZN 5  
AMR: 1

Donne %  
Uomini **100**%



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1

Donne %  
Uomini %



TV

DEVICE CONNESSI

**total  
audience  
linear**

**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

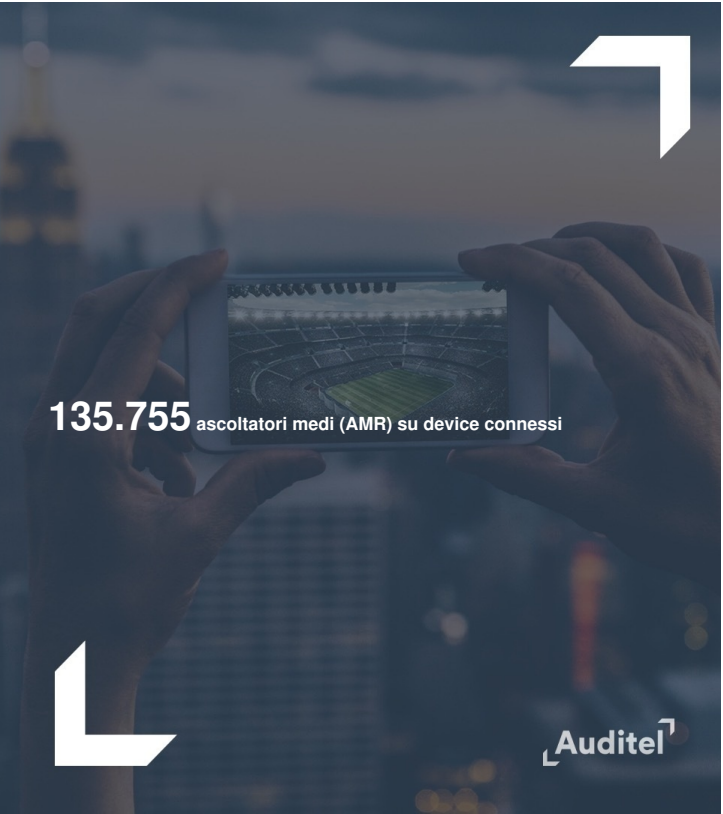
DEVICE CONNESSI

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

**Dati relativi alla settimana Auditel:**

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

**135.755** ascoltatori medi (AMR) su device connessi

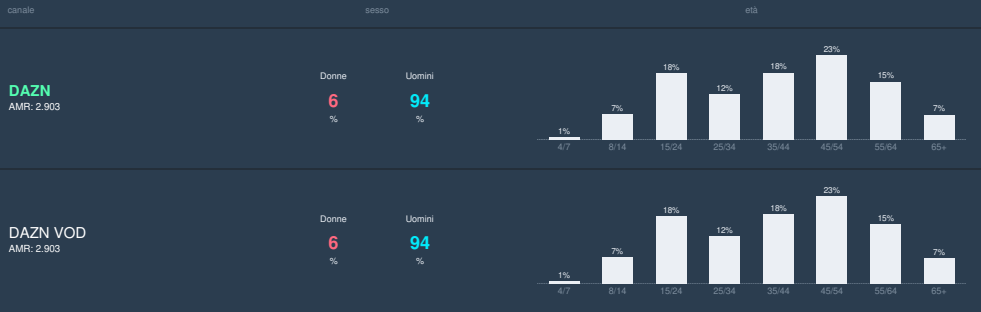
A person's hands are shown holding a smartphone horizontally. The screen of the phone displays a wide-angle view of a large stadium, likely a football or soccer stadium, with a green field and tiered seating. The background of the entire image is a blurred city skyline at dusk or night, with some lights visible. The overall color palette is dark with blue and white accents.

**Auditel**

# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023



# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

**Discovery**

AMR: 1.228

Donne

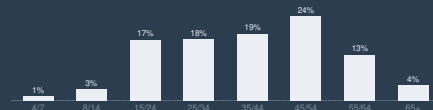
**67**

%

Uomini

**33**

%



**REAL TIME**

AMR: 757

Donne

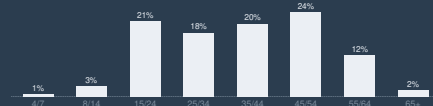
**82**

%

Uomini

**18**

%



**NOVE**

AMR: 156

Donne

**51**

%

Uomini

**49**

%



**DMAX**

AMR: 129

Donne

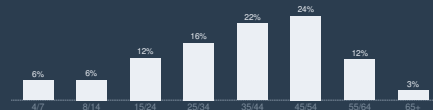
**20**

%

Uomini

**80**

%



**MOTOR TREND**

AMR: 21

Donne

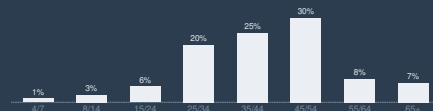
**4**

%

Uomini

**96**

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

HGTV - HOME & GARDEN  
AMR: 11

Donne

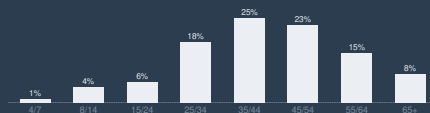
58

%

Uomini

42

%



FOOD NETWORK  
AMR: 9

Donne

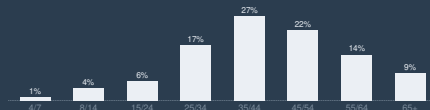
65

%

Uomini

35

%



K2  
AMR: 3

Donne

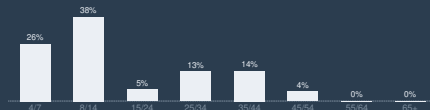
36

%

Uomini

64

%



GIALLO  
AMR: 3

Donne

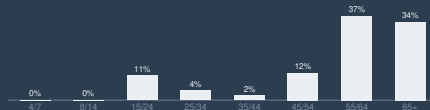
71

%

Uomini

29

%



FRISBEE  
AMR: 2

Donne

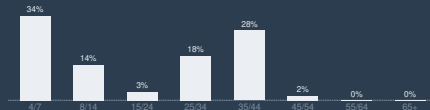
66

%

Uomini

34

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023

# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

**La7**

AMR: 1.386

Donne

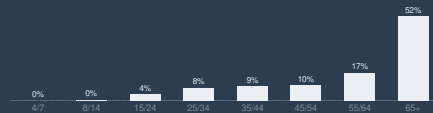
**48**

%

Uomini

**52**

%



**LA7**

AMR: 1.248

Donne

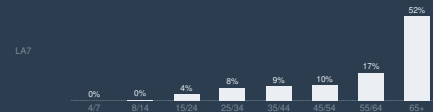
**48**

%

Uomini

**52**

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

10 settembre 2023 - 16 settembre 2023



# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



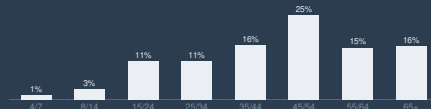
canale

seesso

età

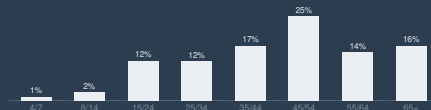
**RTI - Mediaset**  
AMR: 77.824

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



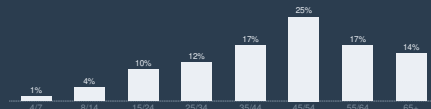
**CANALE 5**  
AMR: 43.168

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



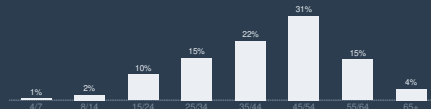
**MEDIASET DIGITAL**  
AMR: 19.120

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



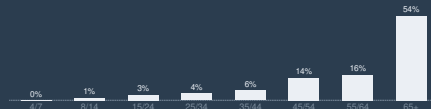
**ITALIA 1**  
AMR: 4.355

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



**RETE 4**  
AMR: 2.161

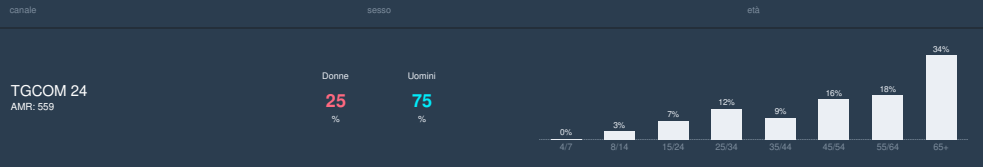
Donne **57**%  
Uomini **43**%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target

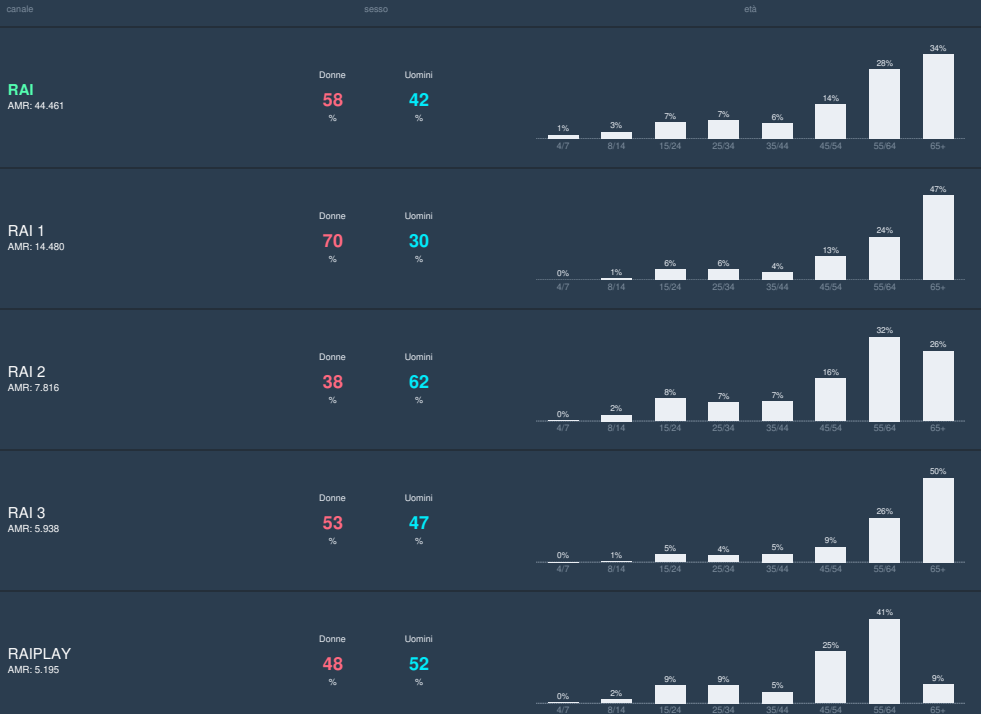


Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023



# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



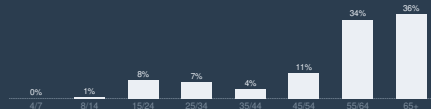
canale

seesso

età

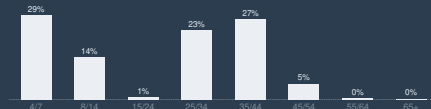
RAI PREMIUM  
AMR: 4.991

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



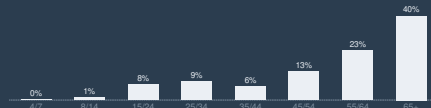
RAI YOYO  
AMR: 1.574

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



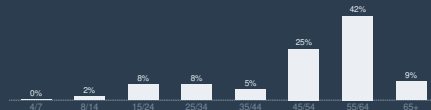
RAI MOVIE  
AMR: 1.169

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



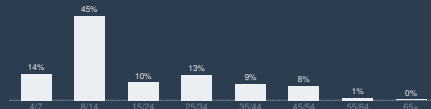
RAI 4  
AMR: 1.070

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

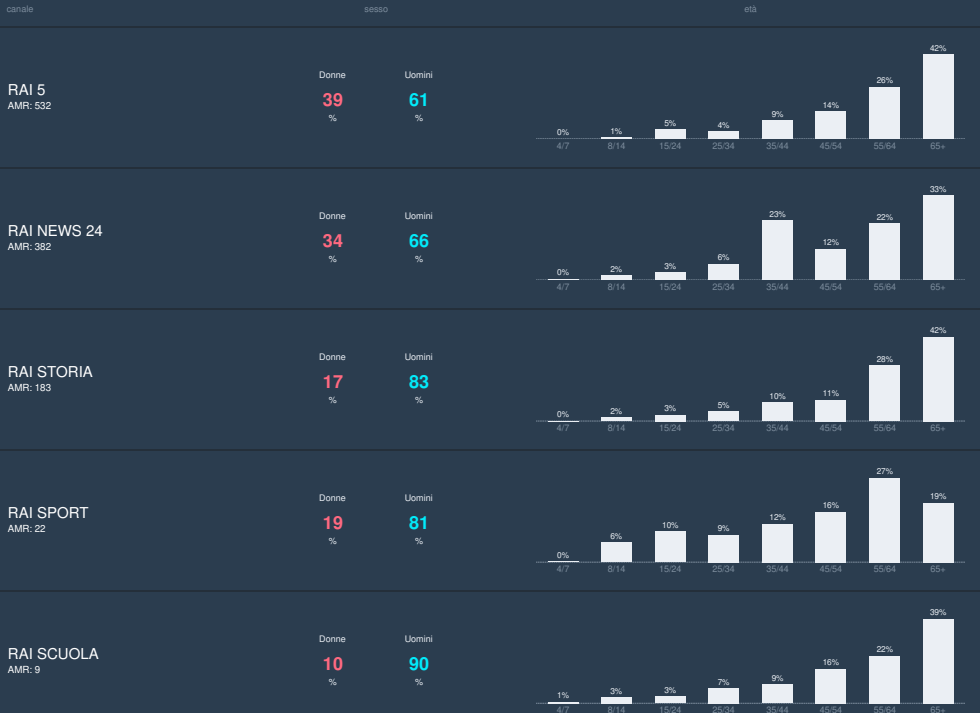


RAI GULP  
AMR: 886

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



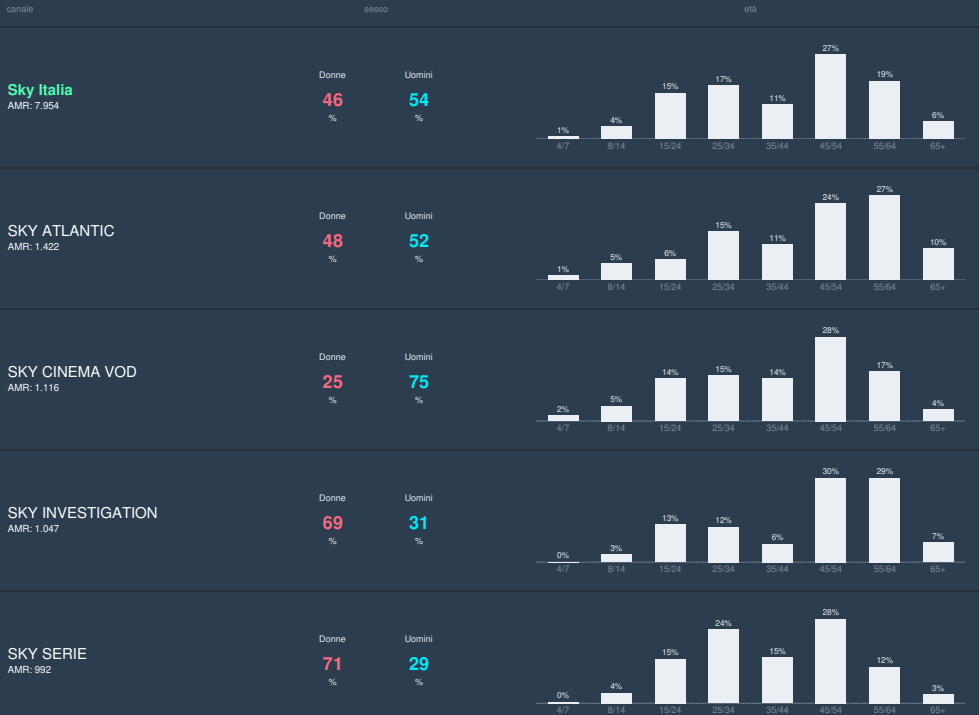
# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



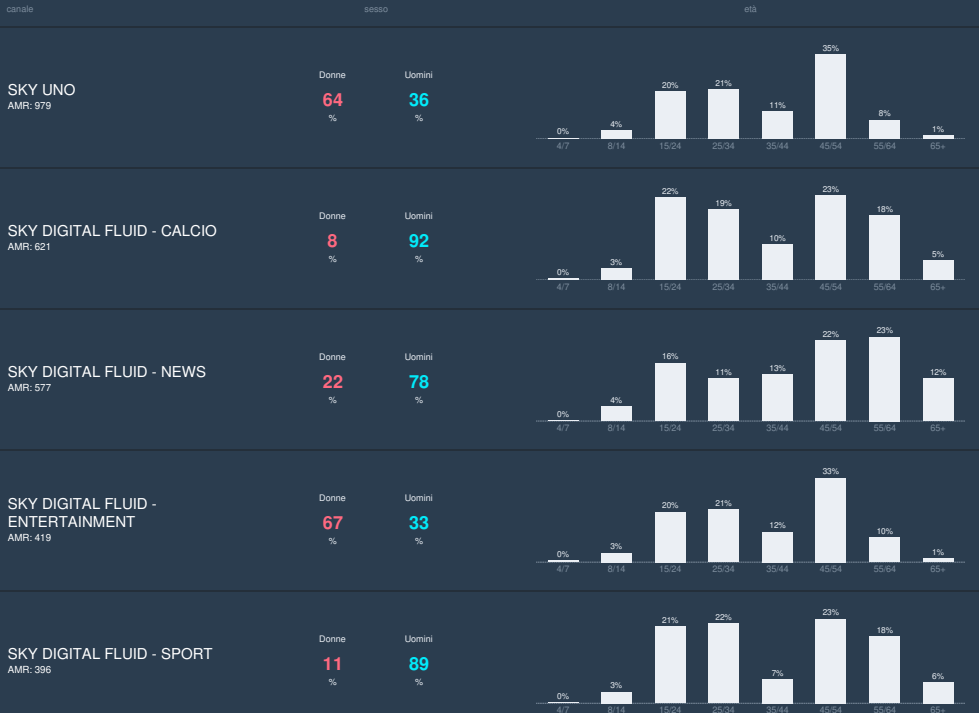
Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
10 settembre 2023 - 16 settembre 2023



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



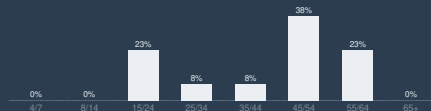
canale

seesso

età

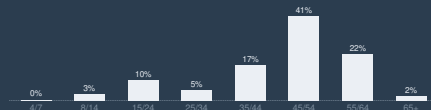
SKY SPORT VOD  
AMR: 117

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



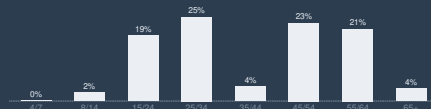
SKY DOCUMENTARIES  
AMR: 49

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



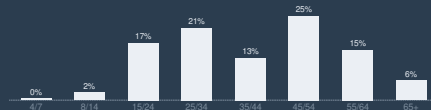
SKY SPORT F1  
AMR: 29

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



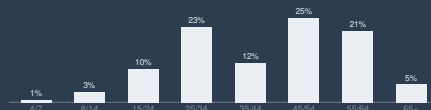
TV8  
AMR: 20

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



SKY DIGITAL FLUID - CINEMA  
E SERIE TV  
AMR: 18

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





# 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](http://www.auditel.it)

Per maggiori informazioni  
mail: [auditel@auditel.it](mailto: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](http://www.auditel.it)

**Per maggiori informazioni**  
mail: [auditel@auditel.it](mailto: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



## 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

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

**mail: [auditel@auditel.it](mailto:auditel@auditel.it)**  
**tel: +39 02 5829861 - fax: +39 02 58298632**