



standard auditel total audience

Report Settimanale

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

Auditel

total audience totali della settimana totale editori

8.157.133 ascoltatori medi (AMR)

1.370.398.391 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

698.412

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

337.502

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



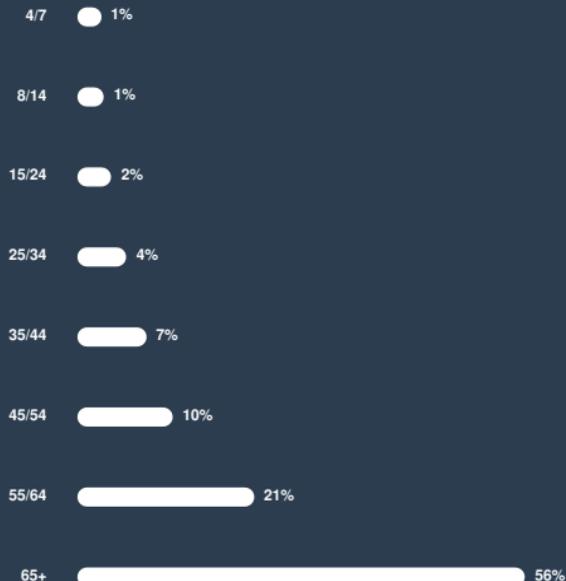
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

3.135.983

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



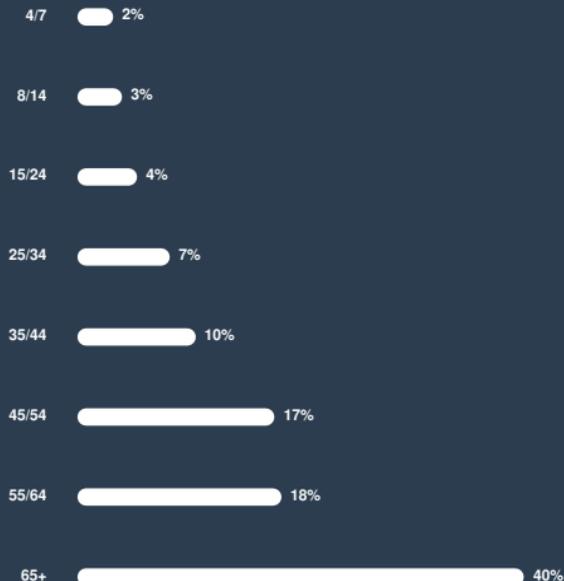
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

2.866.488

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

653.067

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 3%

Su settimana precedente

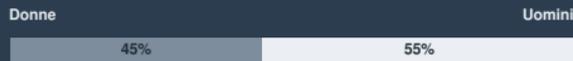
Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 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.

8.247.300 ascoltatori medi (AMR)

1.385.546.465 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

95.692

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 33%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

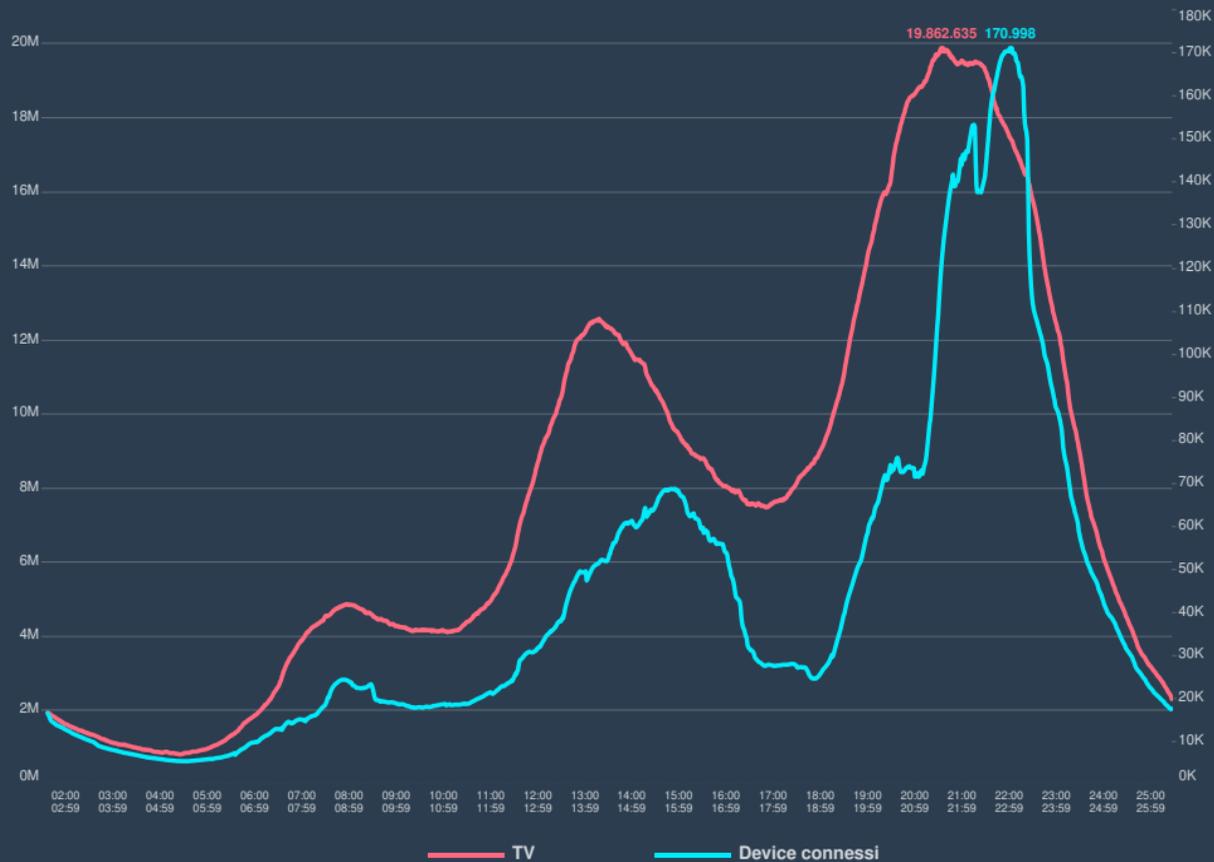
7.848.735 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

43.577 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



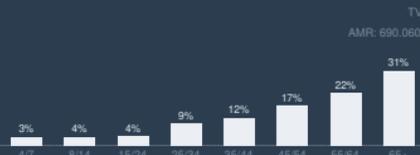
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



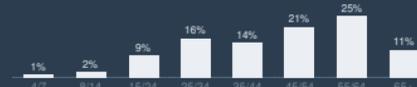
Discovery AMR: 690.772

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



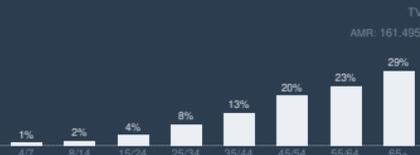
DEVICE CONNESSI AMR: 712

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



NOVE AMR: 161.654

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



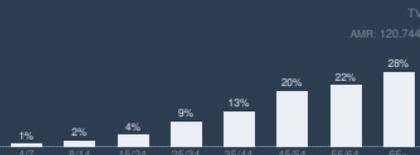
DEVICE CONNESSI AMR: 159

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



REAL TIME AMR: 120.878

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



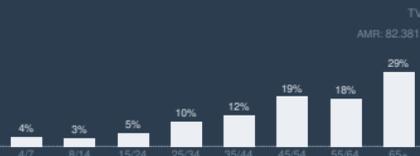
DEVICE CONNESSI AMR: 134

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



DMAX AMR: 82.478

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



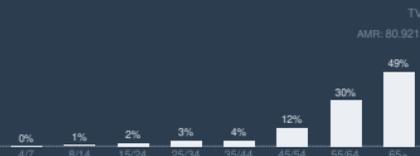
DEVICE CONNESSI AMR: 97

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



GIALLO AMR: 81.103

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



DEVICE CONNESSI AMR: 182

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



total
audience
linear

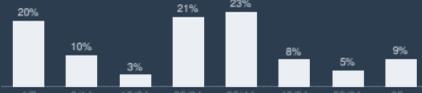
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

FRISBEE
AMR: 49.461

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



TV
AMR: 49.453

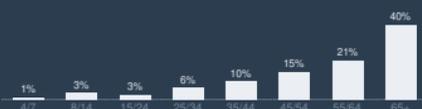
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



FOOD NETWORK
AMR: 46.479

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



TV
AMR: 46.469

DEVICE CONNESSI
AMR: 10

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



MOTOR TREND
AMR: 39.043

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



TV
AMR: 39.004

DEVICE CONNESSI
AMR: 39

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 36.972

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



TV
AMR: 36.958

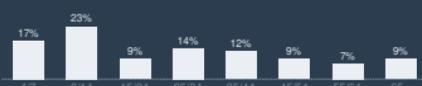
DEVICE CONNESSI
AMR: 14

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



K2
AMR: 26.429

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



TV
AMR: 26.420

DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



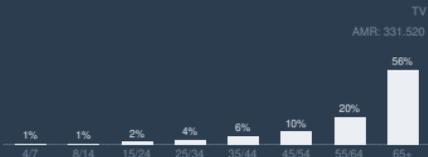
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 333.079

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



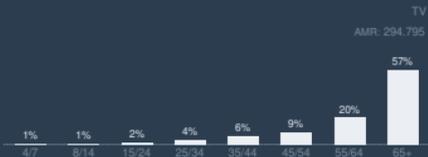
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.558

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



LA7
AMR: 296.354

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



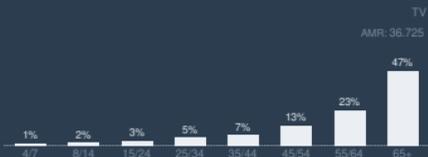
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.558

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



LA7D
AMR: 36.725

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

RTI - Mediaset

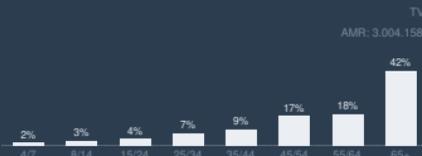
AMR: 3.021.177

Donne

58
%

Uomini

42
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 17.019

Donne

52
%

Uomini

48
%



CANALE 5

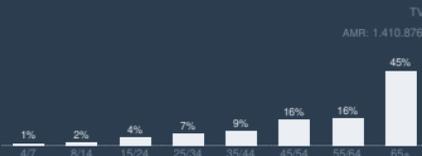
AMR: 1.418.802

Donne

62
%

Uomini

38
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 7.926

Donne

57
%

Uomini

43
%



ITALIA 1

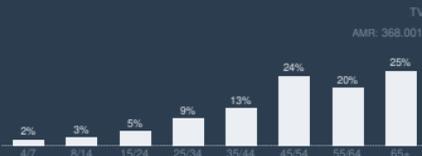
AMR: 369.398

Donne

53
%

Uomini

47
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.397

Donne

41
%

Uomini

59
%



RETE 4

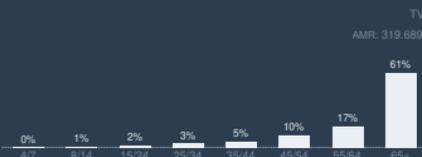
AMR: 320.732

Donne

59
%

Uomini

41
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.043

Donne

51
%

Uomini

49
%



TGCOM 24

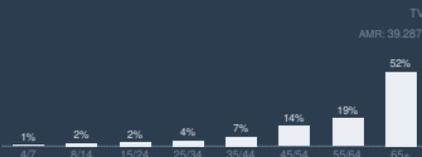
AMR: 41.137

Donne

42
%

Uomini

58
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.850

Donne

31
%

Uomini

69
%



**total
audience
linear**

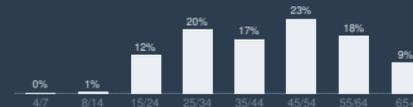
**composizione
ascolto per
editore per
target**



MEDIASET DIGITAL
AMR: 1.902

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.902

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



total audience linear

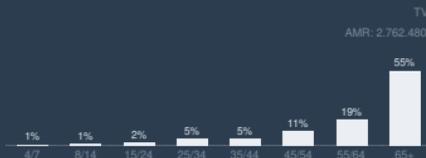
composizione ascolto per editore per target



RAI

AMR: 2.774.342

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 11.862

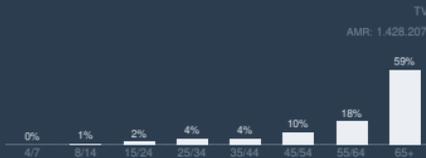
Donne **54**%
Uomini **46**%



RAI 1

AMR: 1.432.766

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 4.559

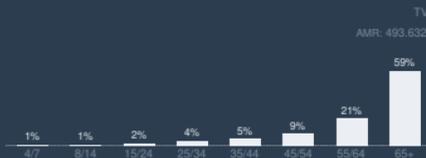
Donne **67**%
Uomini **33**%



RAI 3

AMR: 495.297

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.665

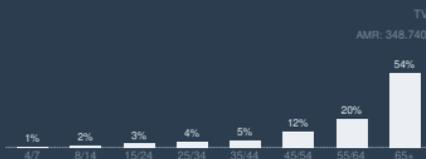
Donne **57**%
Uomini **43**%



RAI 2

AMR: 350.532

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.792

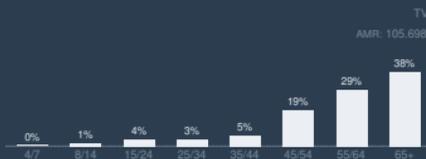
Donne **45**%
Uomini **55**%



RAI 4

AMR: 106.150

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 452

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI PREMIUM
AMR: 99.364

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



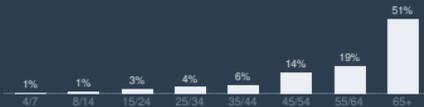
DEVICE CONNESSI
AMR: 315

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



RAI MOVIE
AMR: 74.087

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 329

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



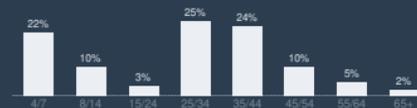
RAI YOYO
AMR: 50.677

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



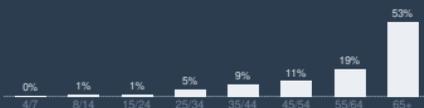
DEVICE CONNESSI
AMR: 48

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



RAI NEWS 24
AMR: 49.915

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



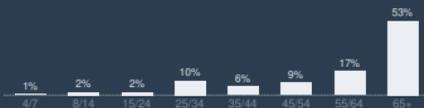
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.008

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



RAI SPORT
AMR: 46.124

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 503

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



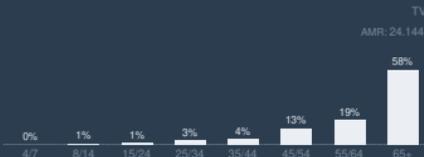
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 24.228

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



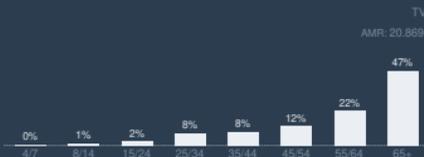
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 21.006

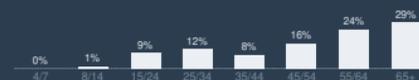
Donne **31**%
Uomini **69**%



DEVICE CONNESSI

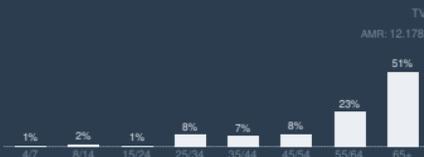
AMR: 137

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



RAI SCUOLA
AMR: 12.269

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



DEVICE CONNESSI

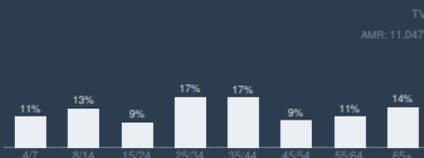
AMR: 92

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



RAI GULP
AMR: 11.070

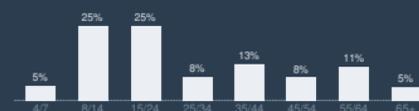
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 22

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



RAI RADIO2
AMR: 521

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 521

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



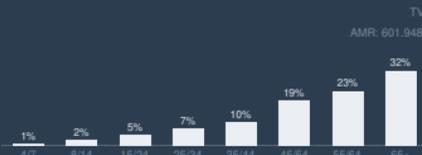
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



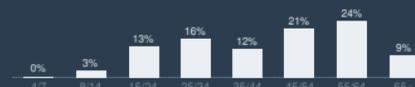
Sky Italia
AMR: 614.374

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



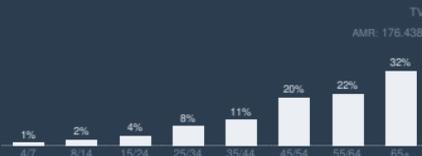
DEVICE CONNESSI
AMR: 12.426

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



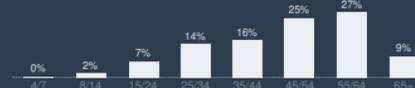
TV8
AMR: 177.280

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



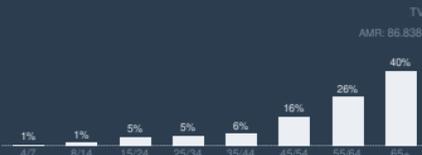
DEVICE CONNESSI
AMR: 842

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



CIELO
AMR: 86.972

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



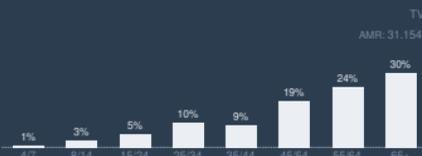
DEVICE CONNESSI
AMR: 133

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



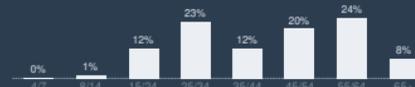
SKY SPORT UNO
AMR: 33.120

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



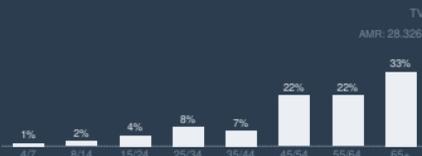
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.965

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



SKY SPORT 24
AMR: 28.895

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 569

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



total audience linear

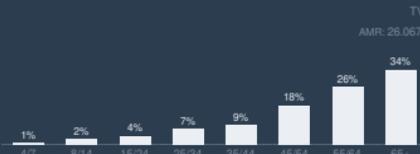
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

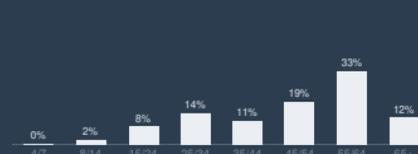
SKY TG24
AMR: 26.864

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



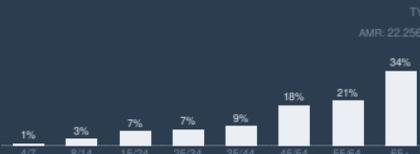
DEVICE CONNESSI
AMR: 797

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



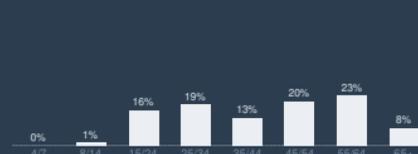
SKY SPORT CALCIO
AMR: 22.969

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



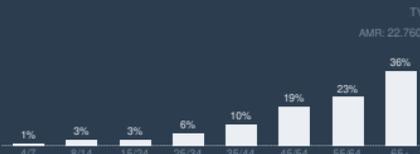
DEVICE CONNESSI
AMR: 712

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



SKY TG24 (50)
AMR: 22.760

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



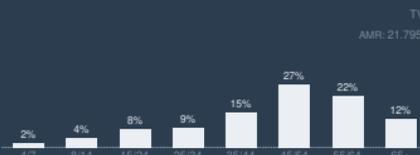
DEVICE CONNESSI
AMR:

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



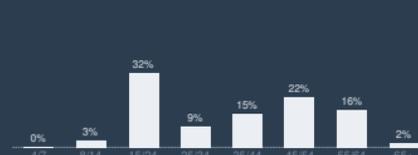
SKY UNO
AMR: 22.351

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



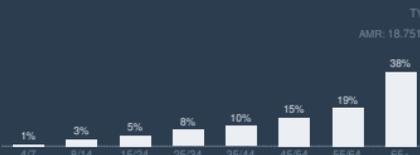
DEVICE CONNESSI
AMR: 556

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



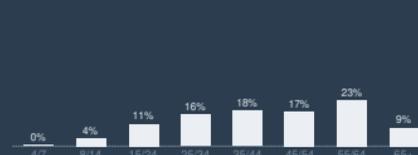
SKY SPORT 251
AMR: 20.622

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.871

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



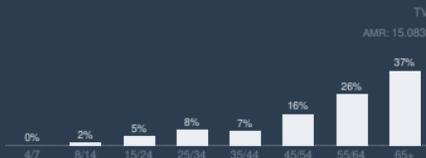
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



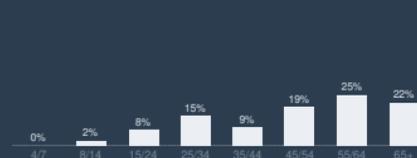
SKY INVESTIGATION
AMR: 15.149

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



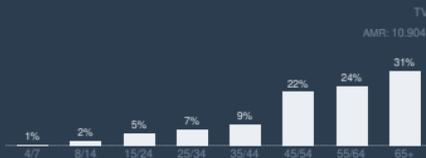
DEVICE CONNESSI
AMR: 67

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



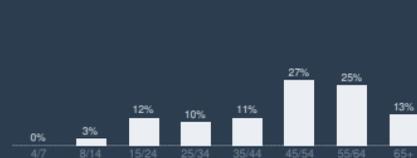
SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 10.953

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



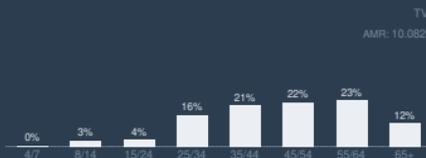
DEVICE CONNESSI
AMR: 49

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



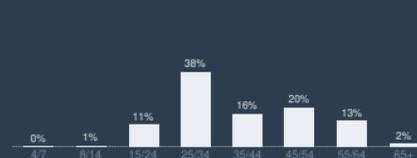
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 10.167

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



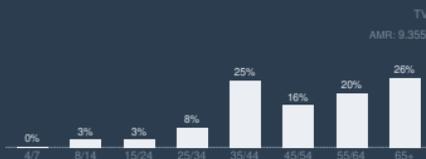
DEVICE CONNESSI
AMR: 86

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



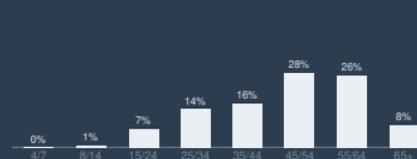
SKY CINEMA ACTION
AMR: 9.413

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



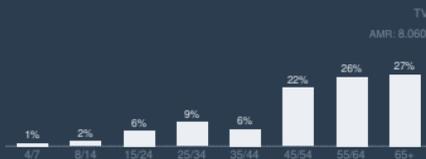
DEVICE CONNESSI
AMR: 58

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



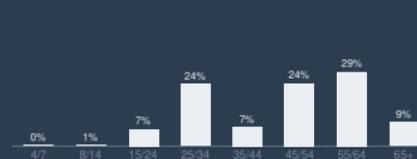
SKY SPORT F1
AMR: 8.979

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 919

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



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:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

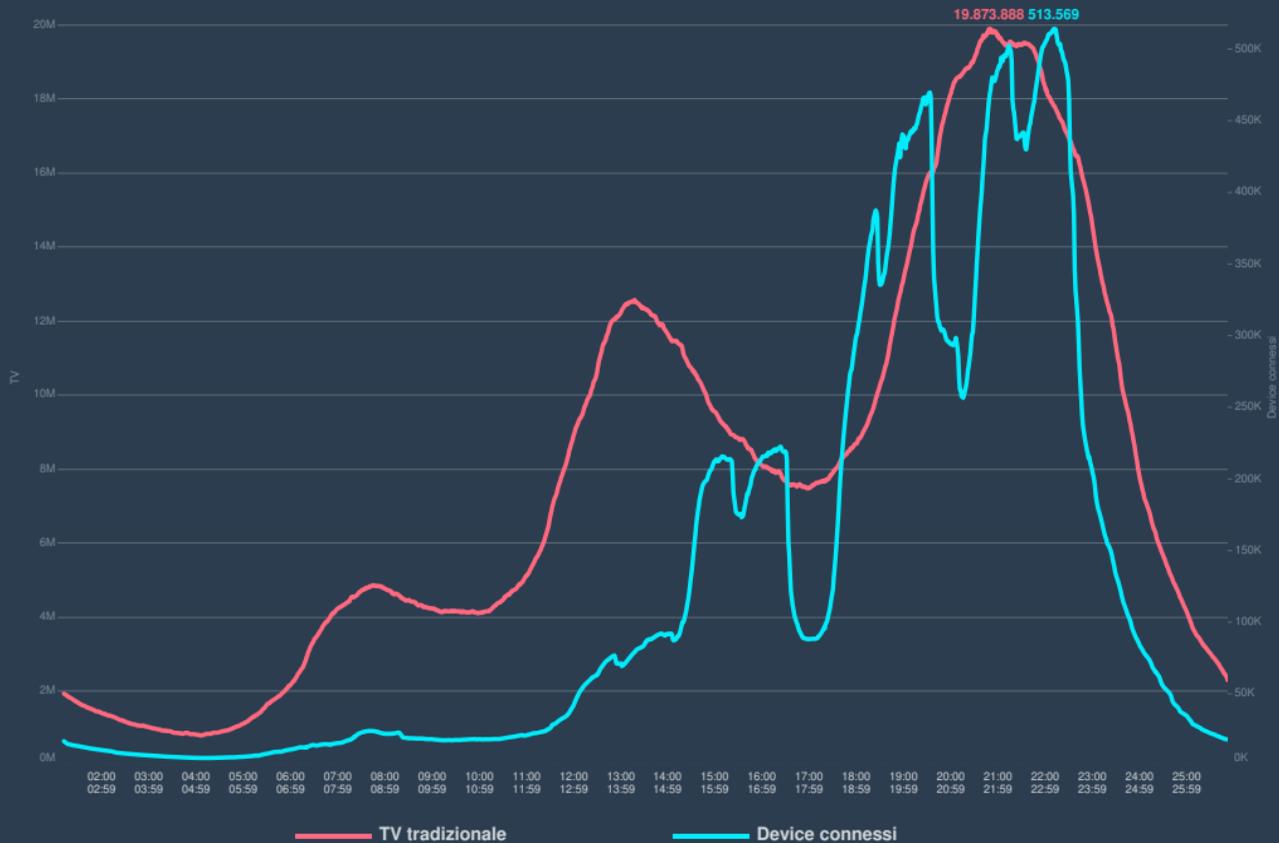
7.848.735 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

129.138 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN



total audience linear

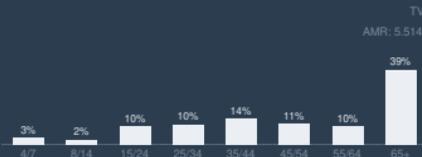
composizione ascolto per editore per target



DAZN
AMR: 91.074

Donne
30%

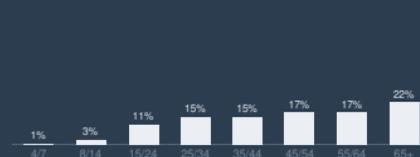
Uomini
70%



DEVICE CONNESSI
AMR: 85.561

Donne
21%

Uomini
79%



DAZN3
AMR: 25.791

Donne
0%

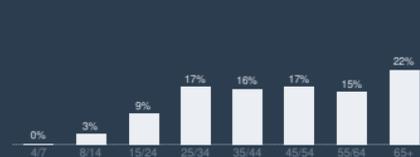
Uomini
0%



DEVICE CONNESSI
AMR: 25.791

Donne
25%

Uomini
75%



DAZN2
AMR: 21.824

Donne
0%

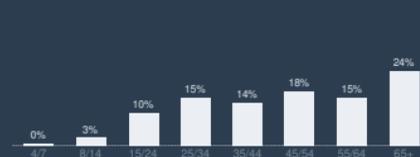
Uomini
0%



DEVICE CONNESSI
AMR: 21.824

Donne
21%

Uomini
79%



DAZN1
AMR: 18.509

Donne
0%

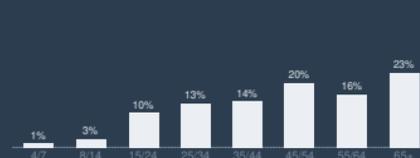
Uomini
0%



DEVICE CONNESSI
AMR: 18.509

Donne
18%

Uomini
82%



DAZN4
AMR: 16.340

Donne
0%

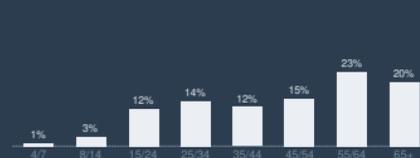
Uomini
0%



DEVICE CONNESSI
AMR: 16.340

Donne
19%

Uomini
81%



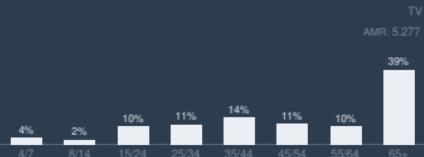
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



ZONA DAZN
AMR: 5.277

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



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



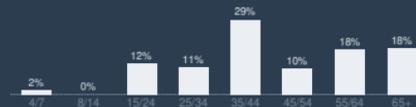
DAZN6
AMR: 2.309

Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.309

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



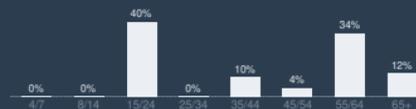
DAZN5
AMR: 788

Donne %
Uomini %



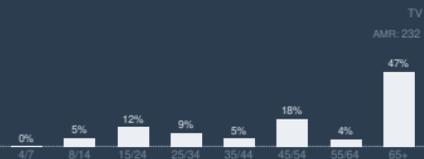
DEVICE CONNESSI
AMR: 788

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



ZONA DAZN 2
AMR: 232

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



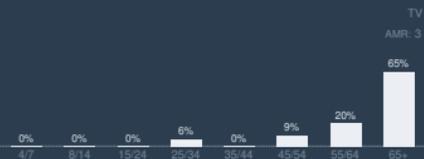
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



ZONA DAZN 3
AMR: 3

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



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

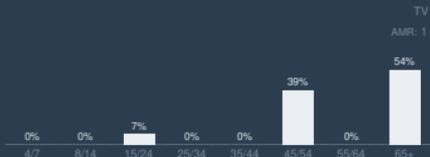


Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

ZONA DAZN 5
AMR: 1

Donne
100
%

Uomini
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

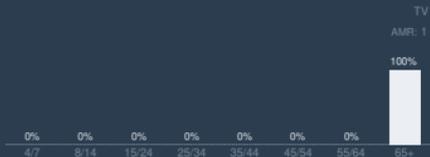
Uomini
%



ZONA DAZN 4
AMR: 1

Donne
100
%

Uomini
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

166.412 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

canale

sesto

età

DAZN
AMR: 4.606

Donne

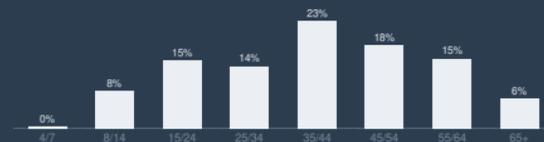
6

%

Uomini

94

%



DAZN VOD
AMR: 4.606

Donne

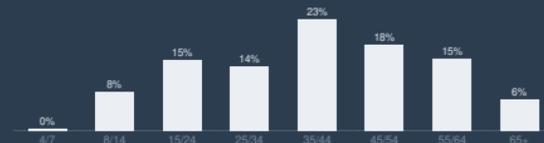
6

%

Uomini

94

%



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

Discovery

AMR: 1.164

Donne

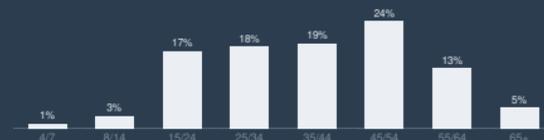
66

%

Uomini

34

%



REAL TIME

AMR: 595

Donne

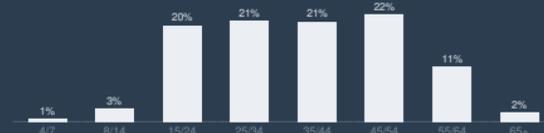
84

%

Uomini

16

%



NOVE

AMR: 276

Donne

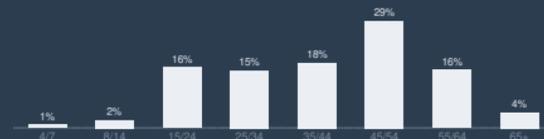
53

%

Uomini

47

%



DMAX

AMR: 101

Donne

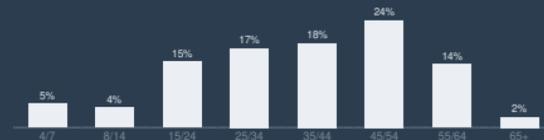
18

%

Uomini

82

%



MOTOR TREND

AMR: 17

Donne

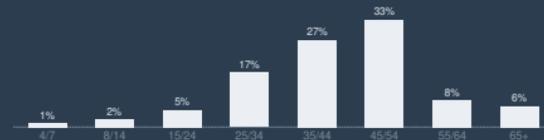
4

%

Uomini

96

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

Sesso

età

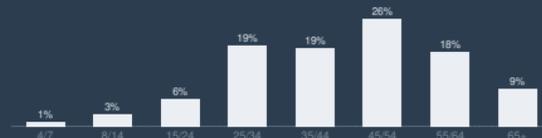
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 12

Donne

64%

Uomini

36%



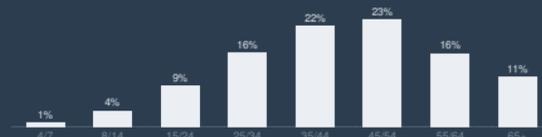
FOOD NETWORK
AMR: 11

Donne

69%

Uomini

31%



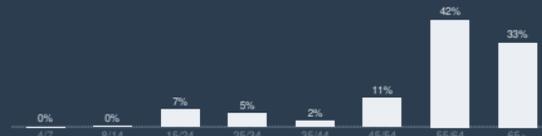
GIALLO
AMR: 3

Donne

77%

Uomini

23%



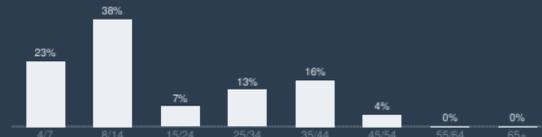
K2
AMR: 3

Donne

43%

Uomini

57%



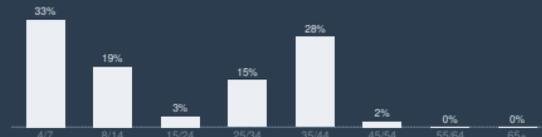
FRISBEE
AMR: 2

Donne

62%

Uomini

38%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



canale

sesto

età

La7

AMR: 1.718

Donne

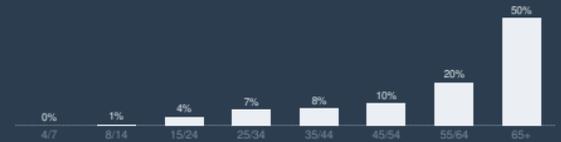
43

%

Uomini

57

%



LA7

AMR: 1.667

Donne

43

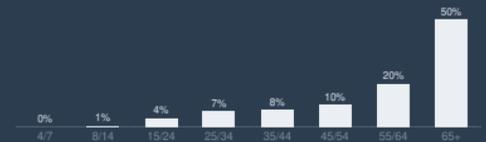
%

Uomini

57

%

LA7



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

RTI - Mediaset

AMR: 90.723

Donne

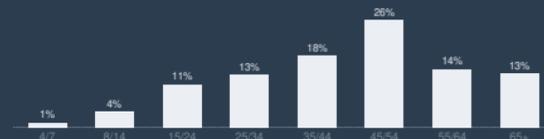
64

%

Uomini

36

%



CANALE 5

AMR: 61.179

Donne

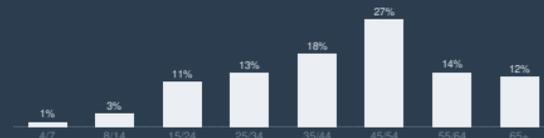
68

%

Uomini

32

%



MEDIASET DIGITAL

AMR: 15.063

Donne

58

%

Uomini

42

%



ITALIA 1

AMR: 5.136

Donne

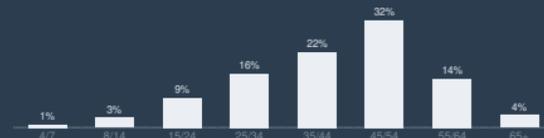
45

%

Uomini

55

%



RETE 4

AMR: 2.544

Donne

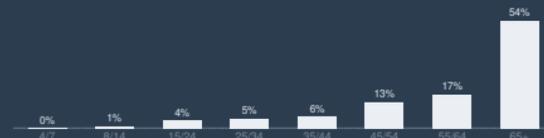
57

%

Uomini

43

%



Dati relativi alla settimana Auditel:

1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

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



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

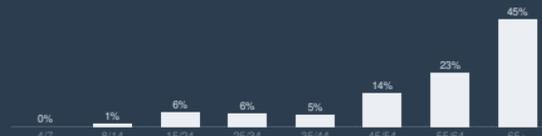
RAI
AMR: 59.607

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



RAI 1
AMR: 20.227

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



RAI 2
AMR: 12.351

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



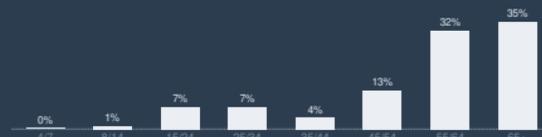
RAIPLAY
AMR: 9.412

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



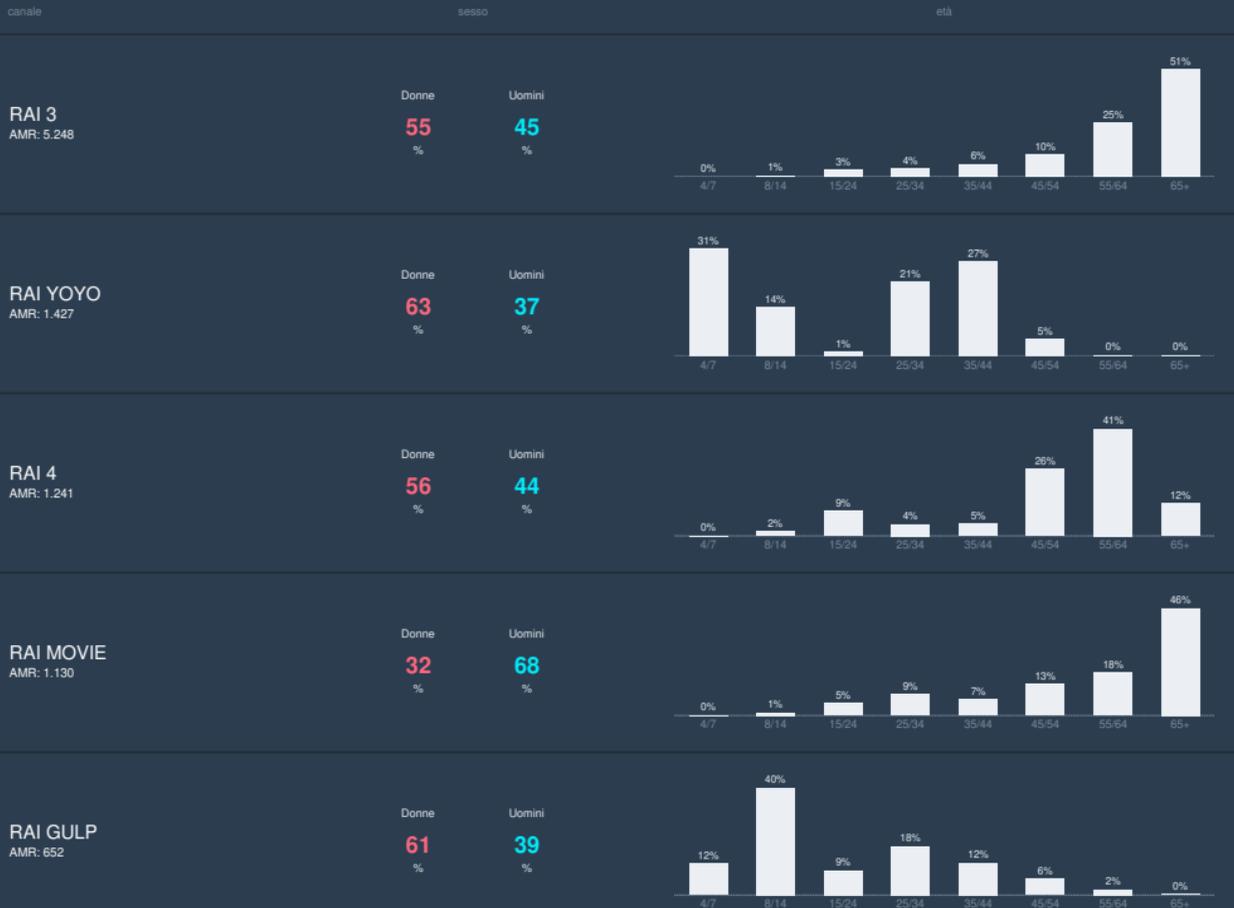
RAI PREMIUM
AMR: 6.501

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



total audience on demand

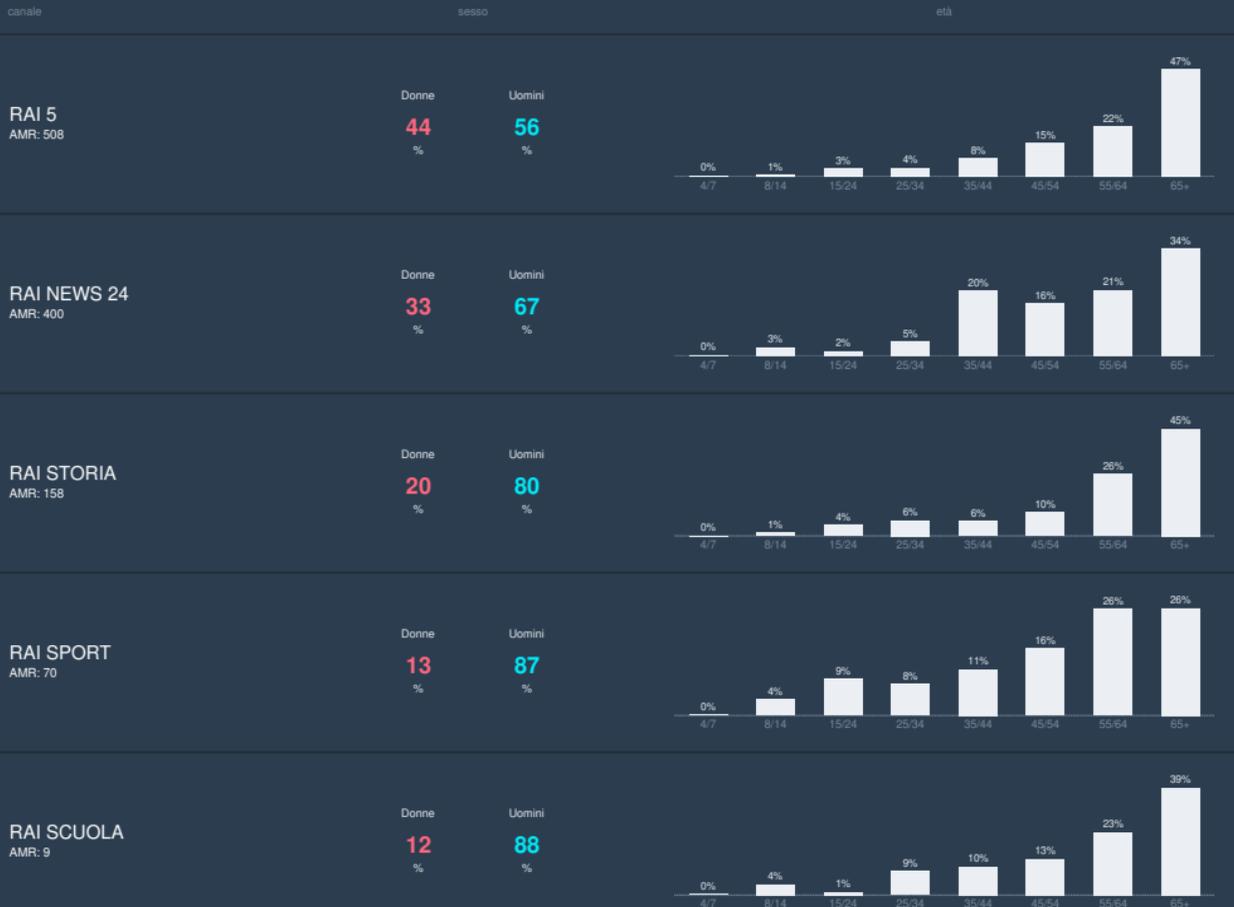
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023

total audience on demand

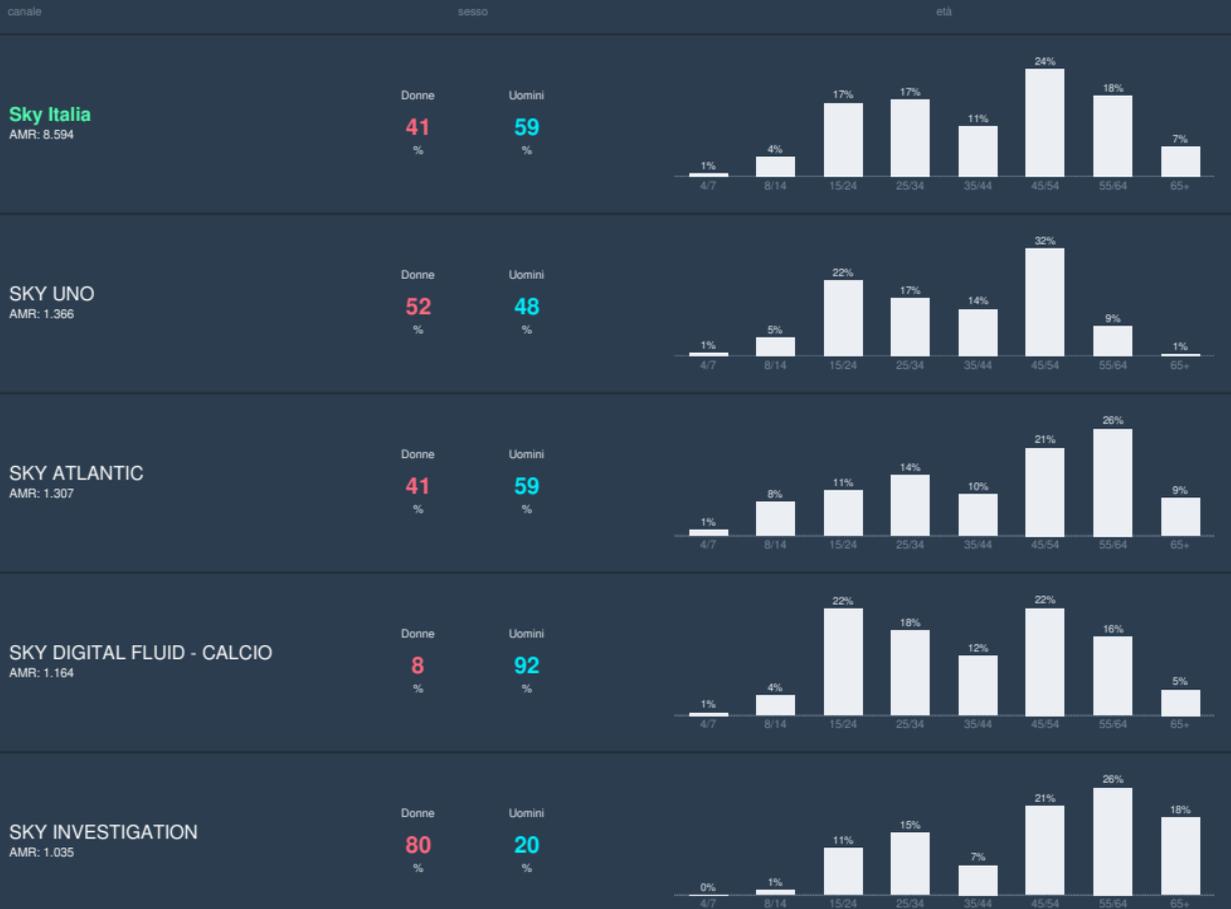
composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



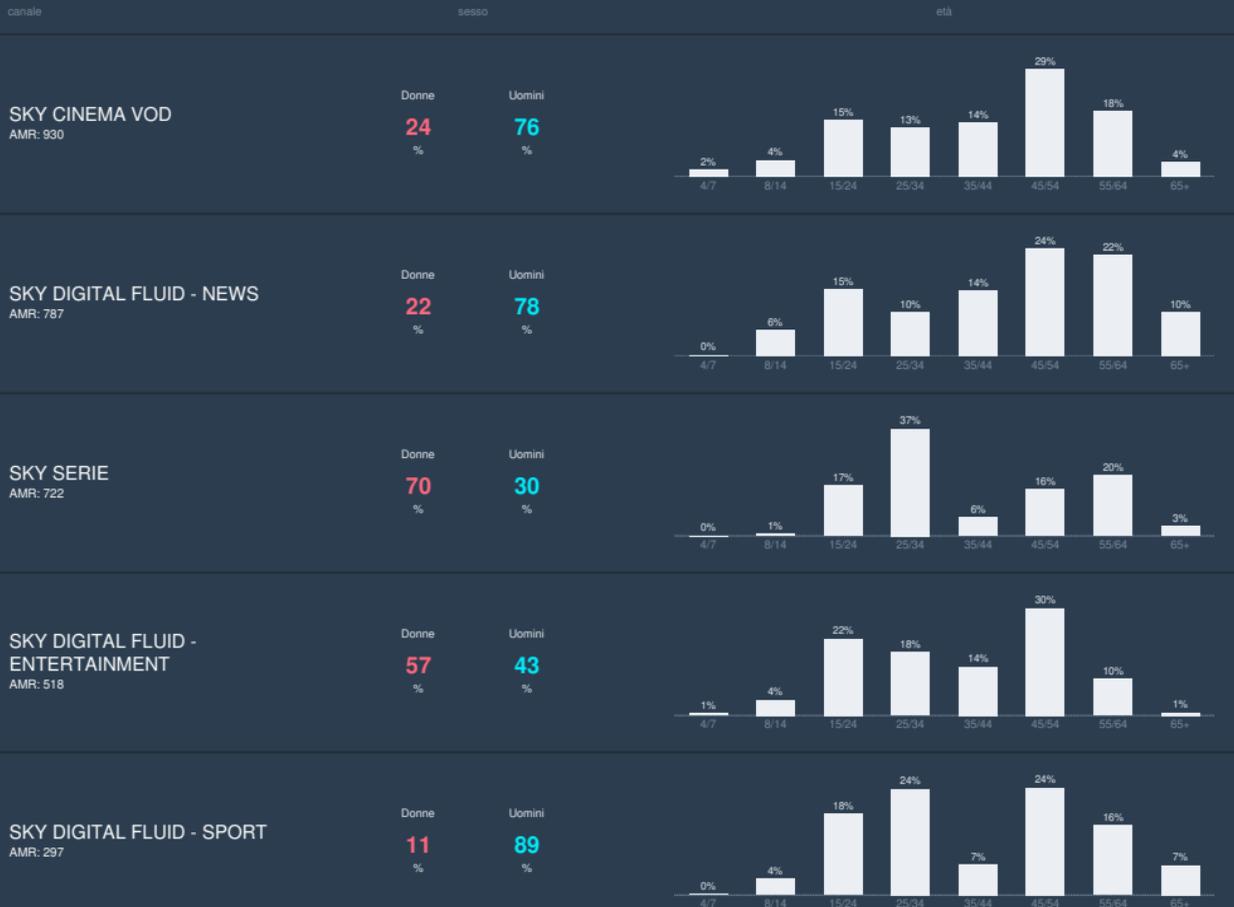
Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023



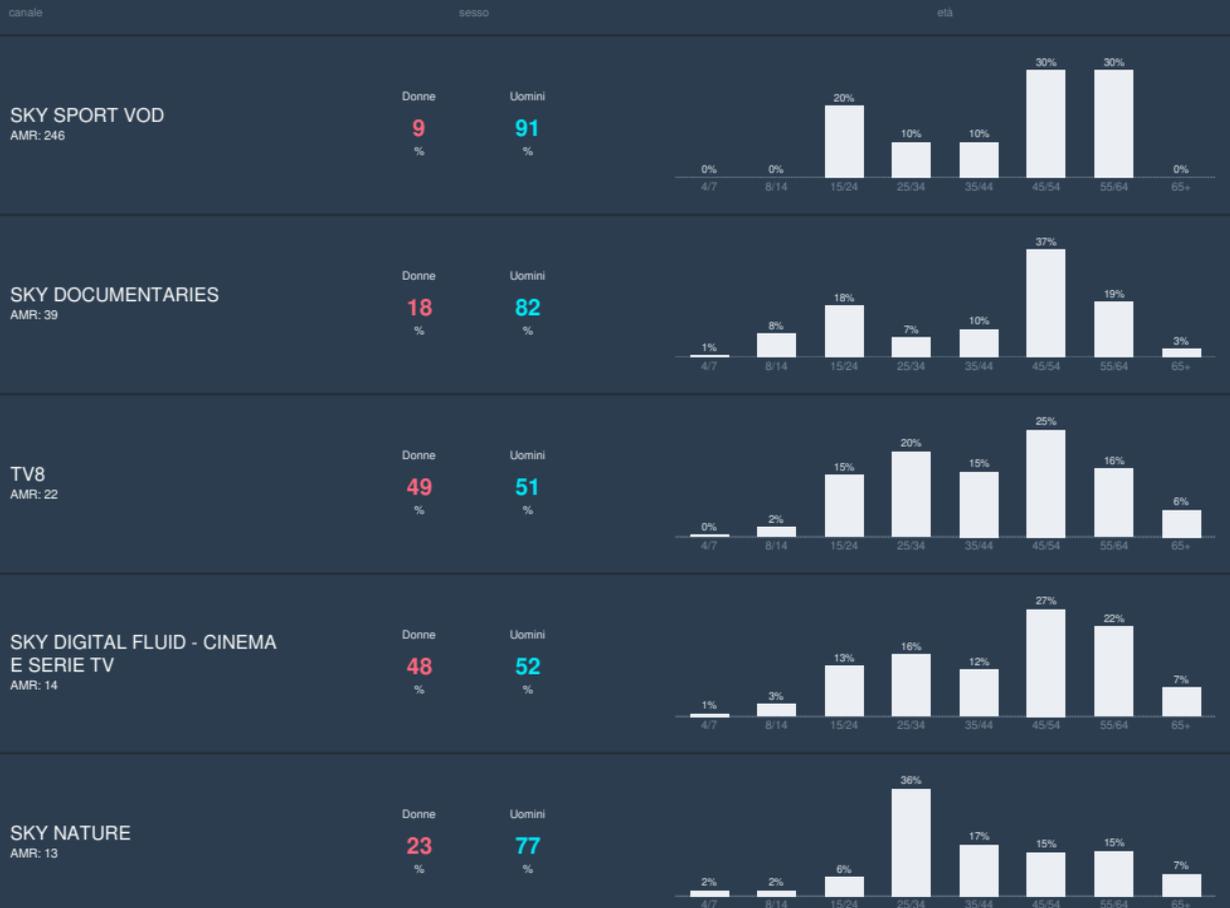
total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
1 ottobre 2023 - 7 ottobre 2023



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Informazioni utili note metodologiche FAQ

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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

Auditel

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