



standard auditel total audience

Report Settimanale

9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

7.861.918 ascoltatori medi (AMR)

1.320.802.238 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

716.343

Ascoltatori medi

Andamento AMR

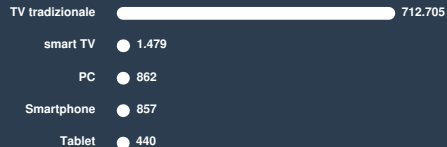
- 14%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

450.770

Ascoltatori medi

Andamento AMR

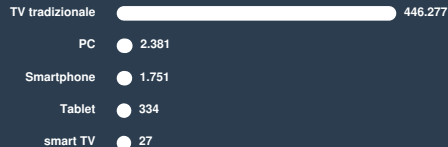
+ 29%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



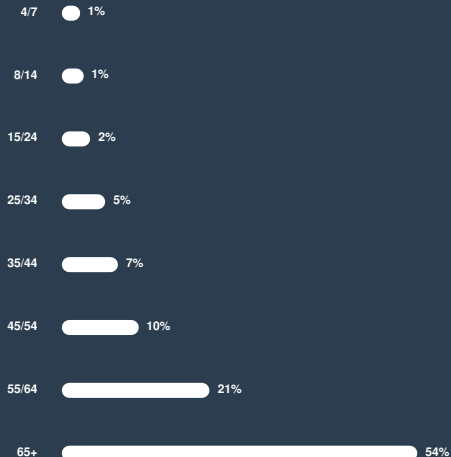
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



AMR Total Audience

2.758.654

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 9%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

Rai

AMR Total Audience

2.880.993

Ascoltatori medi

Andamento AMR

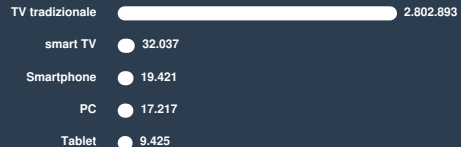
+ 5%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



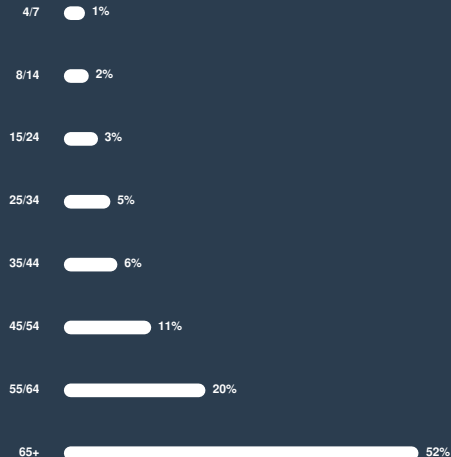
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

sky

AMR Total Audience

622.522

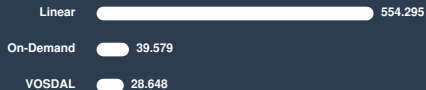
Ascoltatori medi

Andamento AMR

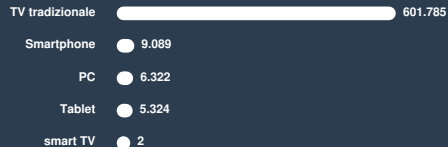
+ 9%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience totali della settimana totale editori con DAZN

In questa sezione viene mostrato un dato di Total Audience diverso dallo Standard Auditel (Live + VOSDAL), poiché vengono inclusi nella Total Audience i dati di AMR di DAZN via App digital su TV connesse. Tali dati sono di origine censuaria e vengono rilevati tramite SDK su tutti i dispositivi connessi, quindi includendo per la TV anche la fruizione nelle seconde case. Inoltre, diversamente dagli altri Editori, l'ascolto di origine censuaria è prevalente rispetto a quello campionario fornito dal SuperPanel Auditel, che relativamente agli ascolti della TV non include le seconde case.

Dati relativi alla settimana Auditel:

9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

7.863.083 ascoltatori medi (AMR)

1.320.997.975 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

1.468

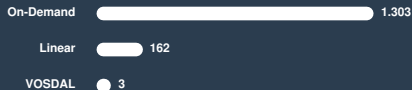
Ascoltatori medi

Andamento AMR

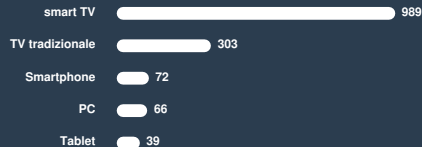
- 77%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



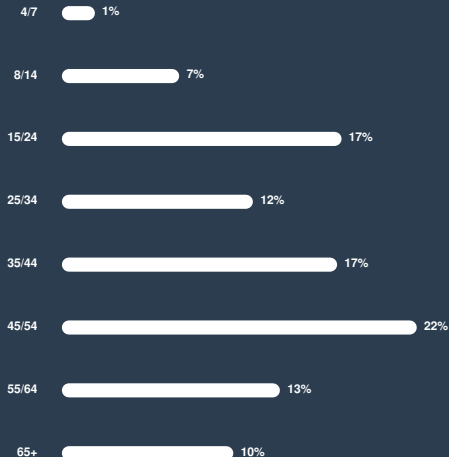
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

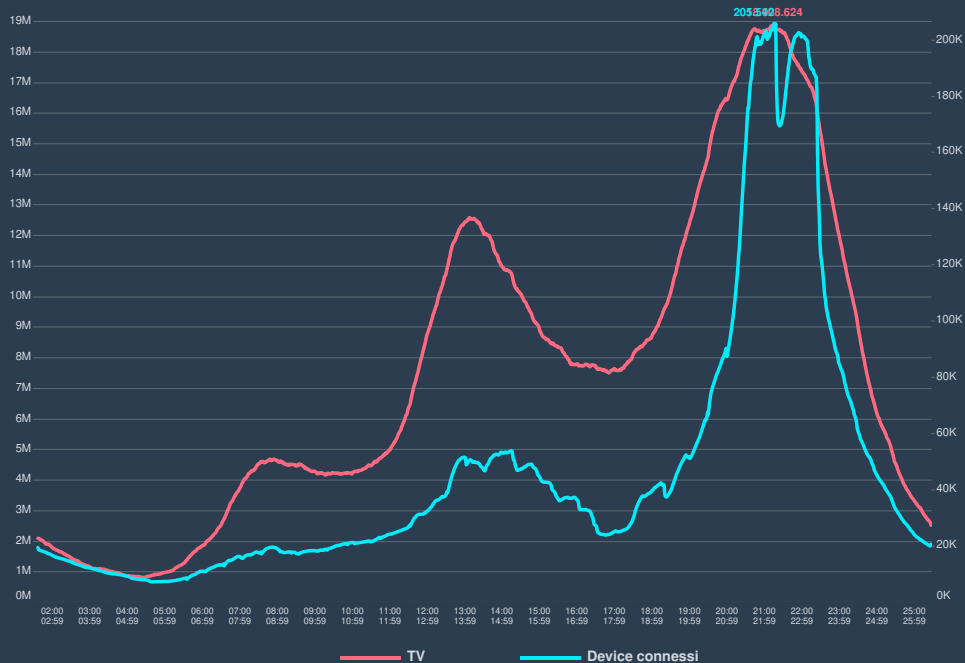
7.588.970 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

47.044 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

total
audience
linear

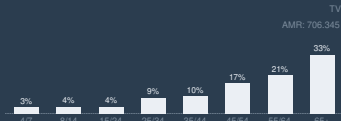
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

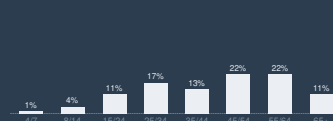
Discovery AMR: 706.792

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



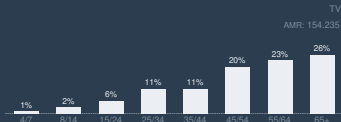
DEVICE CONNESSI AMR: 447

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



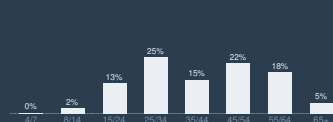
REAL TIME AMR: 154.341

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



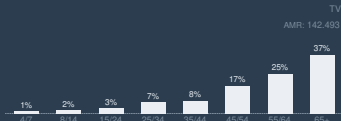
DEVICE CONNESSI AMR: 106

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



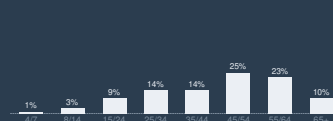
NOVE AMR: 142.597

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



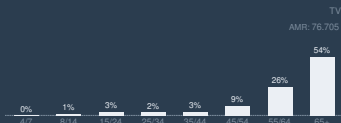
DEVICE CONNESSI AMR: 104

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



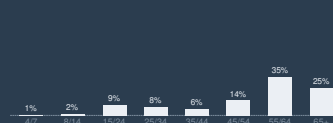
GIALLO AMR: 76.791

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



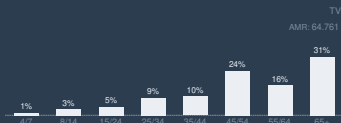
DEVICE CONNESSI AMR: 86

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



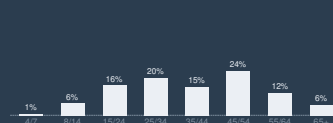
DMAX AMR: 64.840

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



DEVICE CONNESSI AMR: 79

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



total
audience
linear

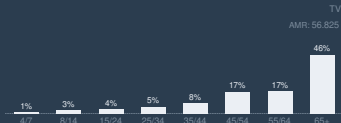
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

FOOD NETWORK
AMR: 56.836

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



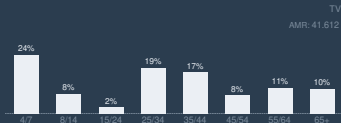
DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



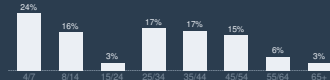
FRISBEE
AMR: 41.615

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



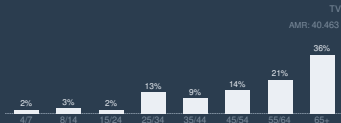
DEVICE CONNESSI
AMR: 4

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



MOTOR TREND
AMR: 40.487

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



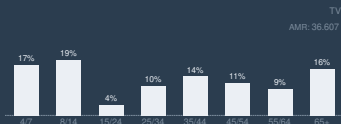
DEVICE CONNESSI
AMR: 25

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



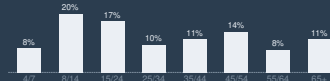
K2
AMR: 36.611

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



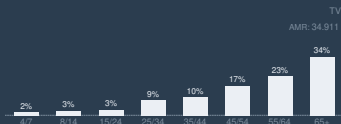
DEVICE CONNESSI
AMR: 5

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 34.926

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 16

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 446.132

Donne

51

%

Uomini

49

%



TV
AMR: 443.364

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.769

Donne

40

%

Uomini

60

%



LA7
AMR: 413.206

Donne

49

%

Uomini

51

%



TV
AMR: 410.437

DEVICE CONNESSI
AMR: 2.769

Donne

40

%

Uomini

60

%



LA7D
AMR: 32.926

Donne

70

%

Uomini

30

%



TV
AMR: 32.926

total audience linear

composizione ascolto per editore per target



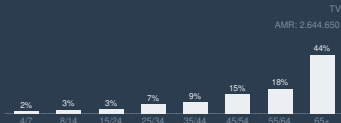
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.656.669

Donne
58
%

Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 12.019

Donne
52
%

Uomini
48
%

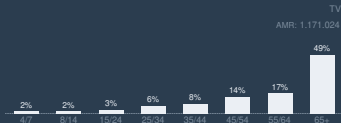


CANALE 5

AMR: 1.175.315

Donne
64
%

Uomini
36
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 4.291

Donne
67
%

Uomini
33
%

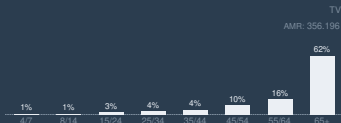


RETE 4

AMR: 357.654

Donne
60
%

Uomini
40
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.458

Donne
55
%

Uomini
45
%

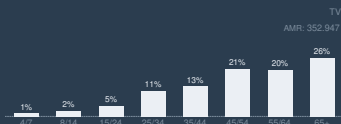


ITALIA 1

AMR: 354.475

Donne
50
%

Uomini
50
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.528

Donne
37
%

Uomini
63
%

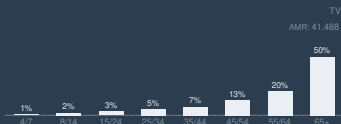


TGCOM 24

AMR: 42.578

Donne
45
%

Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.090

Donne
31
%

Uomini
69
%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



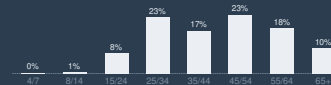
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 8

DEVICE CONNESSI
AMR: 8

Donne
61
%

Uomini
39
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

RAI

AMR: 2.816.641

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 2.794.158

DEVICE CONNESSI

AMR: 22.483

Donne

37
%

Uomini

63
%



RAI 1

AMR: 1.252.105

Donne

58
%

Uomini

42
%



TV
AMR: 1.241.606

DEVICE CONNESSI

AMR: 10.500

Donne

36
%

Uomini

64
%



RAI 3

AMR: 520.679

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 518.764

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.915

Donne

52
%

Uomini

48
%



RAI 2

AMR: 484.914

Donne

49
%

Uomini

51
%



TV
AMR: 480.169

DEVICE CONNESSI

AMR: 4.745

Donne

29
%

Uomini

71
%



RAI 4

AMR: 114.372

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 113.646

DEVICE CONNESSI

AMR: 726

Donne

55
%

Uomini

45
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

RAI PREMIUM AMR: 103.190

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



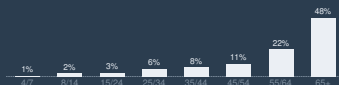
DEVICE CONNESSI AMR: 368

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



RAI SPORT AMR: 96.979

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



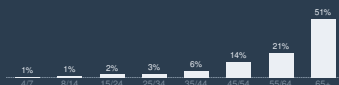
DEVICE CONNESSI AMR: 1.412

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



RAI MOVIE AMR: 85.713

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



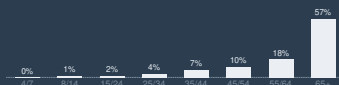
DEVICE CONNESSI AMR: 338

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



RAI NEWS 24 AMR: 47.319

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



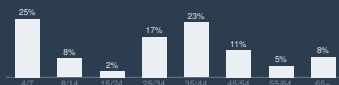
DEVICE CONNESSI AMR: 1.226

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



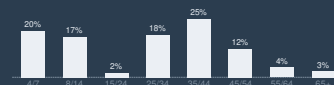
RAI YOYO AMR: 44.914

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



DEVICE CONNESSI AMR: 48

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

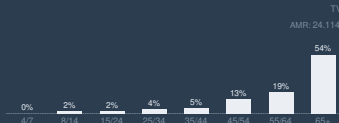


Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

RAI 5
AMR: 24.216

Donne
49
%

Uomini
51
%



DEVICE CONNESSI

Donne
42
%

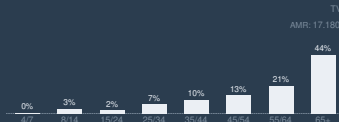
Uomini
58
%



RAI STORIA
AMR: 17.332

Donne
35
%

Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 152

Donne
31
%

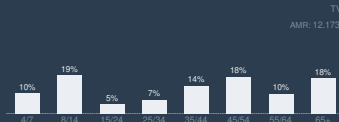
Uomini
69
%



RAI GULP
AMR: 12.203

Donne
55
%

Uomini
45
%

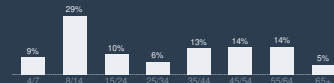


DEVICE CONNESSI

AMR: 30

Donne
59
%

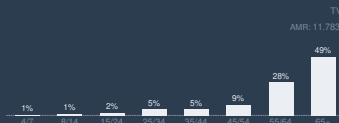
Uomini
41
%



RAI SCUOLA
AMR: 11.880

Donne
29
%

Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 96

Donne
21
%

Uomini
79
%



RAI RADIO2
AMR: 499

Donne
%

Uomini
%

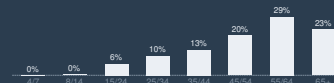


DEVICE CONNESSI

AMR: 499

Donne
52
%

Uomini
48
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

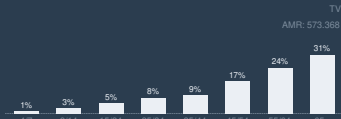
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

Sky Italia
AMR: 582.694

Donne
45
%

Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 9.327

Donne
17
%

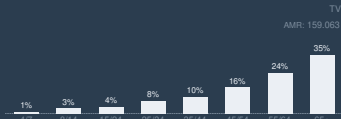
Uomini
83
%



TV8
AMR: 159.618

Donne
57
%

Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 554

Donne
29
%

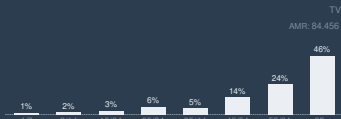
Uomini
71
%



CIELO
AMR: 84.589

Donne
45
%

Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 133

Donne
36
%

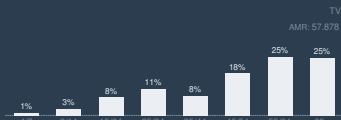
Uomini
64
%



SKY SPORT UNO
AMR: 60.254

Donne
32
%

Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.376

Donne
13
%

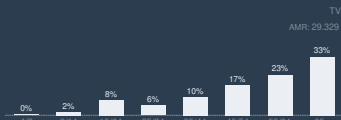
Uomini
87
%



SKY TG24
AMR: 30.312

Donne
42
%

Uomini
58
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 983

Donne
28
%

Uomini
72
%



total
audience
linear

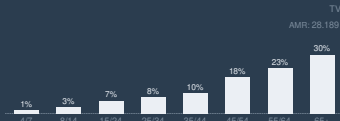
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

SKY SPORT 24
AMR: 28.762

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



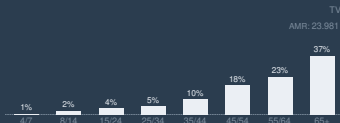
DEVICE CONNESSI
AMR: 572

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



SKY TG24 (50)
AMR: 23.981

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



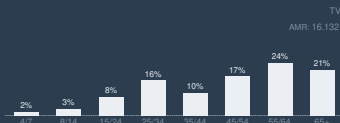
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



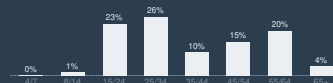
SKY SPORT CALCIO
AMR: 17.377

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



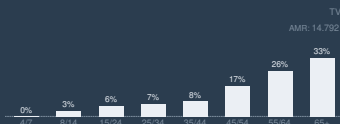
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.245

Donne **6**%
Uomini **94**%



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 14.812

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



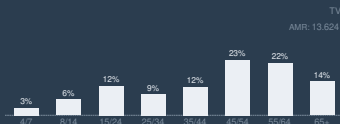
DEVICE CONNESSI
AMR: 20

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



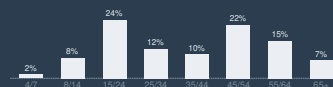
SKY UNO
AMR: 13.716

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 92

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

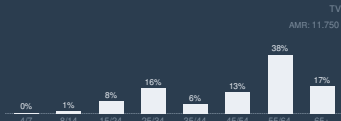
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

SKY INVESTIGATION
AMR: 11.818

Donne
58
%

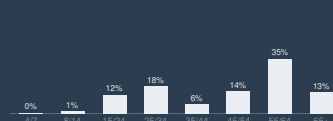
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 67

Donne
62
%

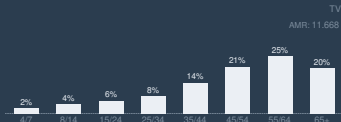
Uomini
38
%



SKY CINEMA UNO/HD
AMR: 11.737

Donne
40
%

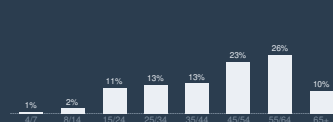
Uomini
60
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 69

Donne
31
%

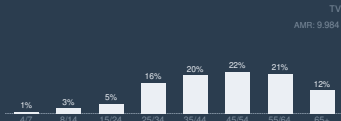
Uomini
69
%



SKY ATLANTIC +1
AMR: 10.002

Donne
42
%

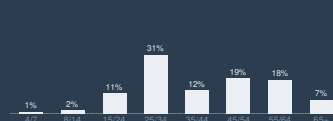
Uomini
58
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 18

Donne
27
%

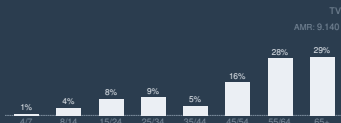
Uomini
73
%



SKY SPORT TENNIS
AMR: 9.722

Donne
36
%

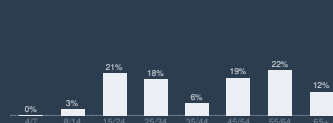
Uomini
64
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 583

Donne
20
%

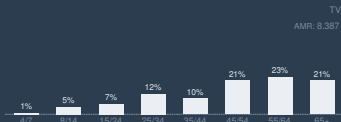
Uomini
80
%



SKY SPORT F1
AMR: 9.666

Donne
27
%

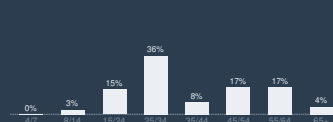
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.279

Donne
8
%

Uomini
92
%



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:

9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

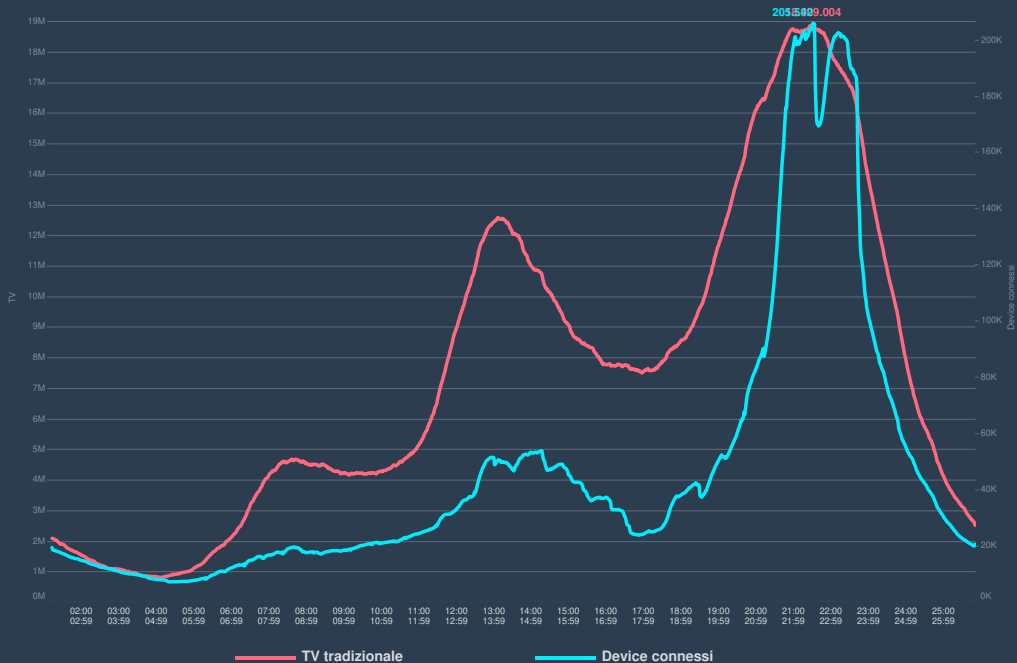
7.588.970 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

47.044 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN
AMR: 165

Donne

42

%

Uomini

58

%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN
AMR: 164

Donne

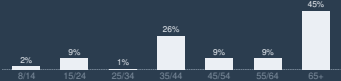
42

%

Uomini

58

%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



ZONA DAZN 2
AMR: 1

Donne

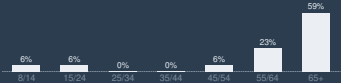
57

%

Uomini

43

%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne

%

Uomini

%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



TV	DEVICE CONNESSI
TV	DEVICE CONNESSI
TV	DEVICE CONNESSI
TV	DEVICE CONNESSI
TV	DEVICE CONNESSI

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



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

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:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

159.920 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

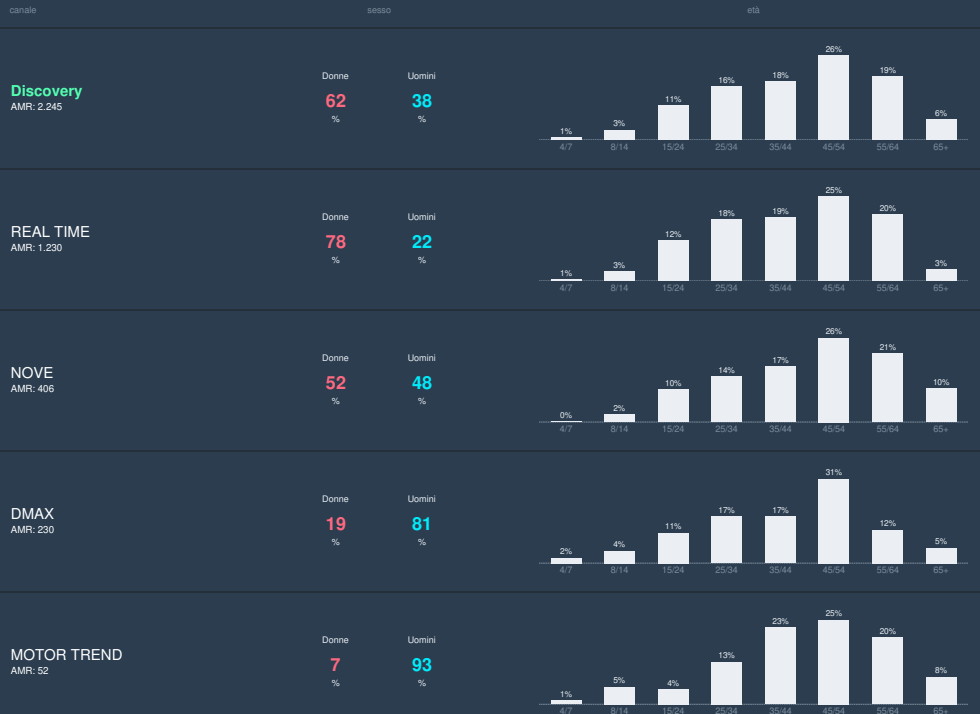
Auditel



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



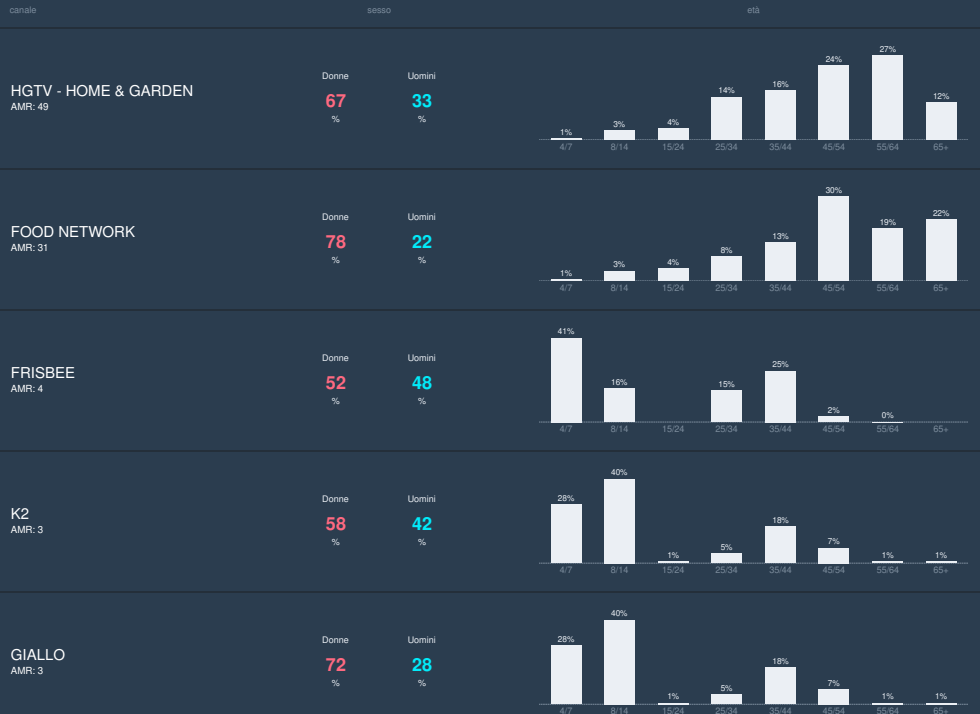
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

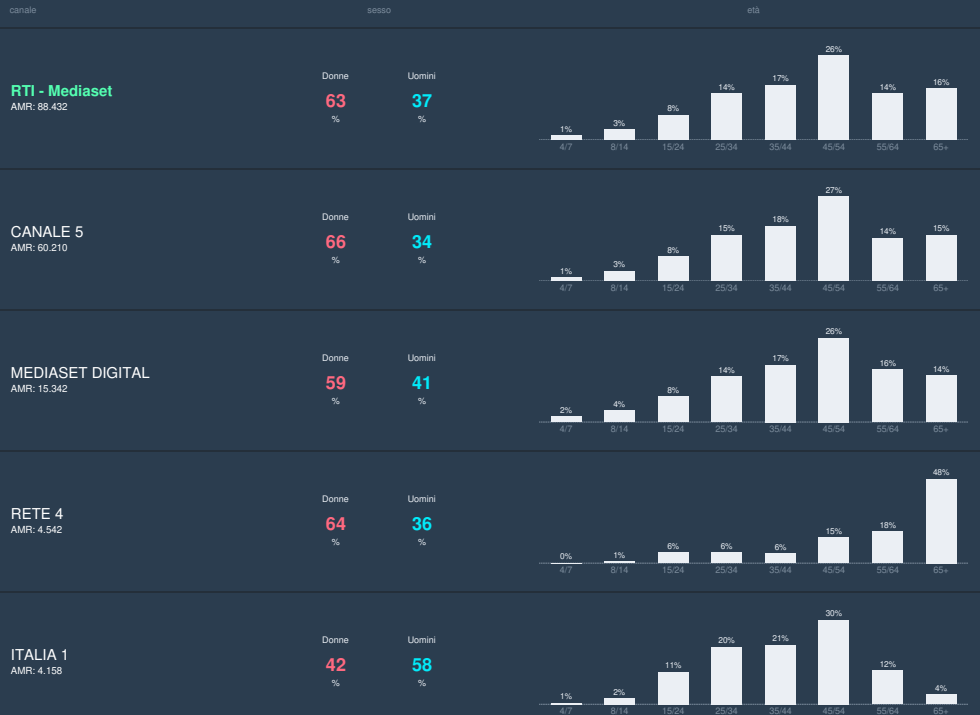




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



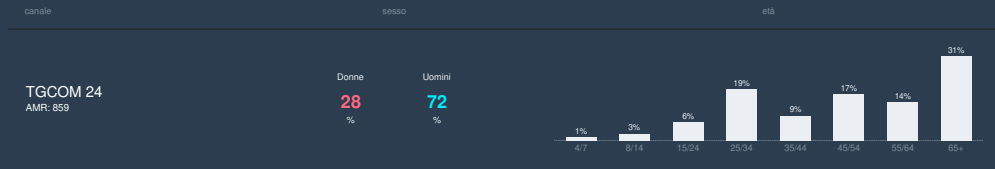
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



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



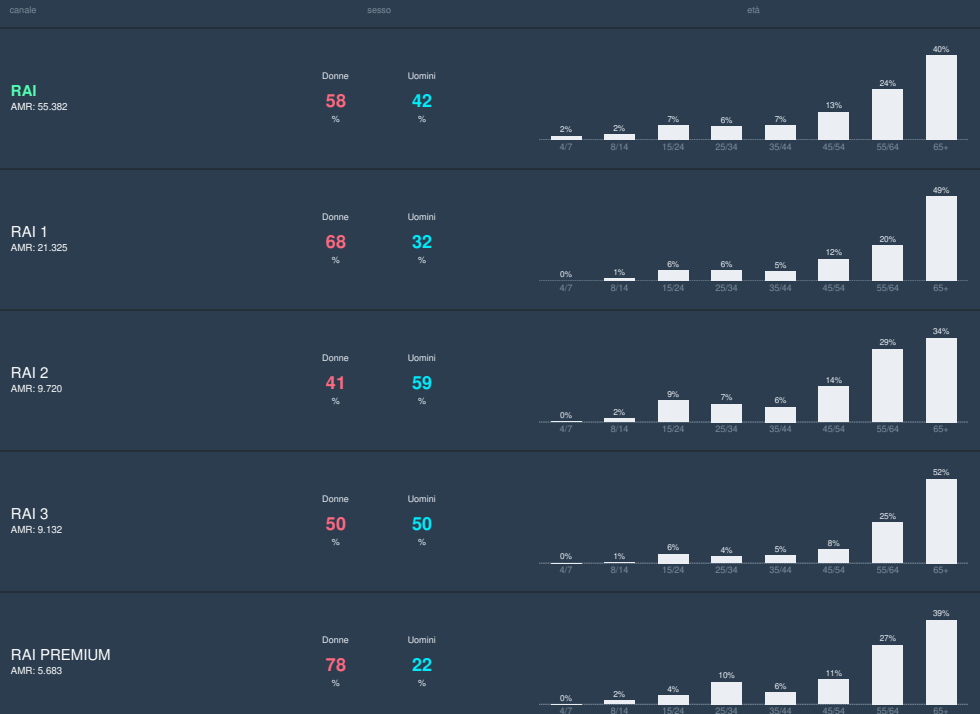
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

canale

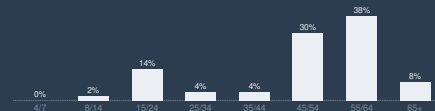
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 2.542

Donne
57
%

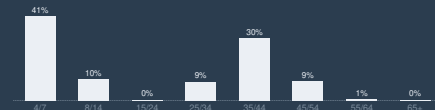
Uomini
43
%



RAI YOYO
AMR: 1.679

Donne
57
%

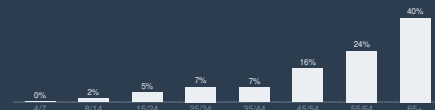
Uomini
43
%



RAI MOVIE
AMR: 1.553

Donne
32
%

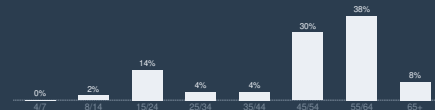
Uomini
68
%



RAI 4
AMR: 1.201

Donne
57
%

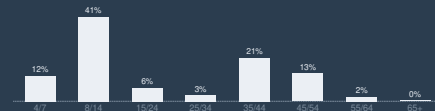
Uomini
43
%



RAI GULP
AMR: 1.160

Donne
64
%

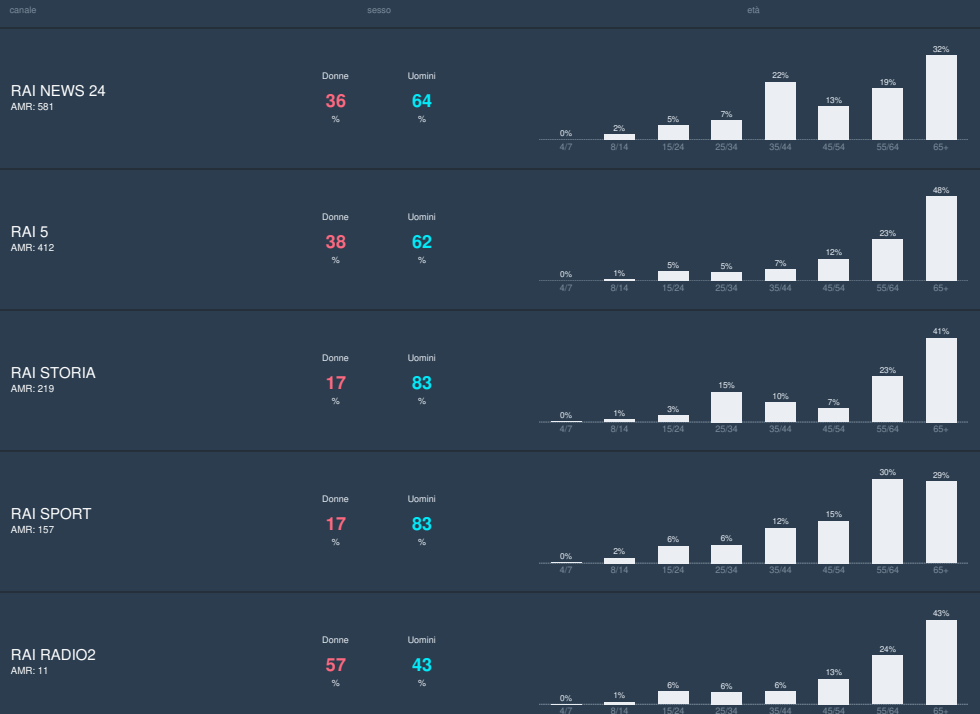
Uomini
36
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



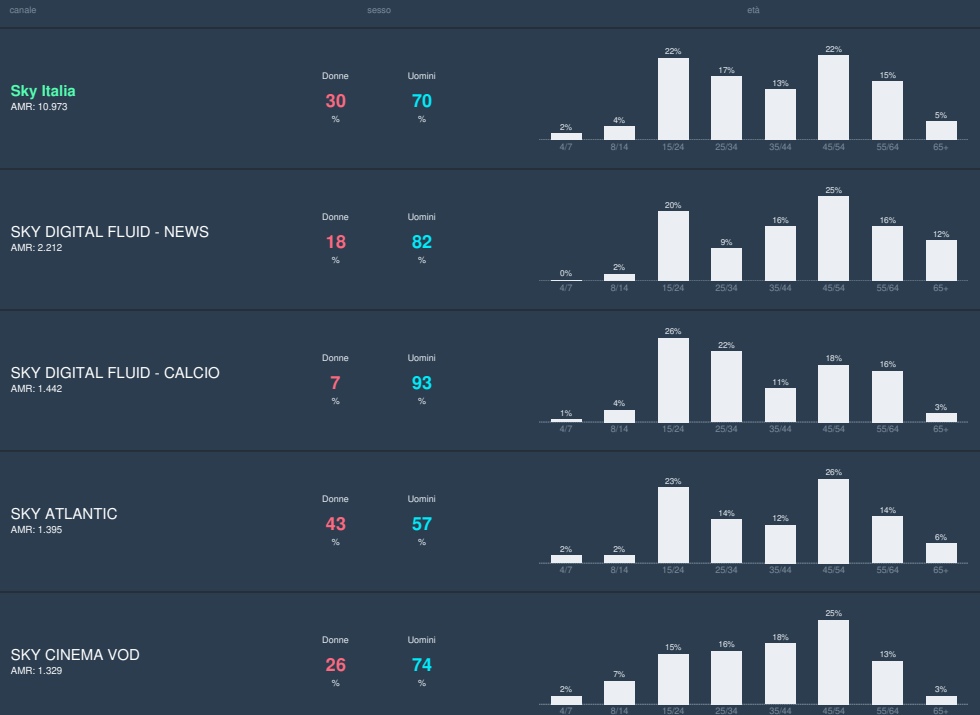
Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024

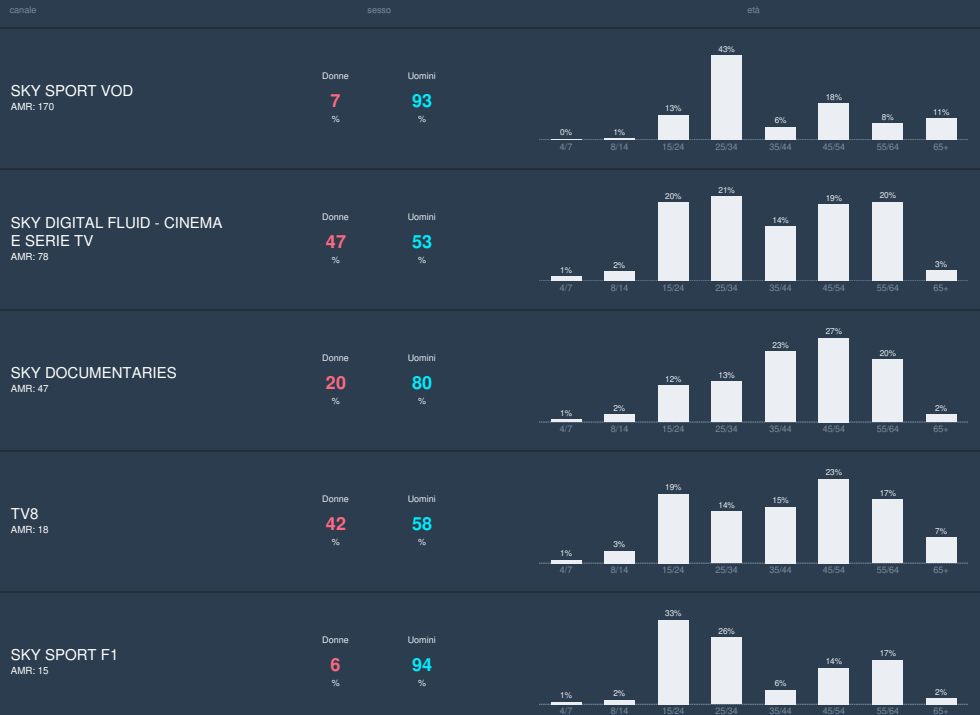




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
9 giugno 2024 - 15 giugno 2024



Informazioni utili note metodologiche **FAQ**

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

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

1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

Ambiente TV

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

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

Ambiente Digital

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

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

5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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



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

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