



standard auditel total audience

Report Settimanale

23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

7.882.515 ascoltatori medi (AMR)

1.324.262.482 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



AMR Total Audience

708.729

Ascoltatori medi

Andamento AMR

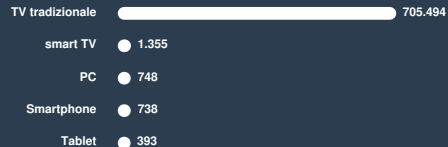
+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

311.718

Ascoltatori medi

Andamento AMR

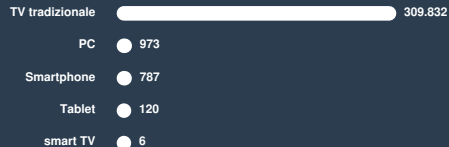
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



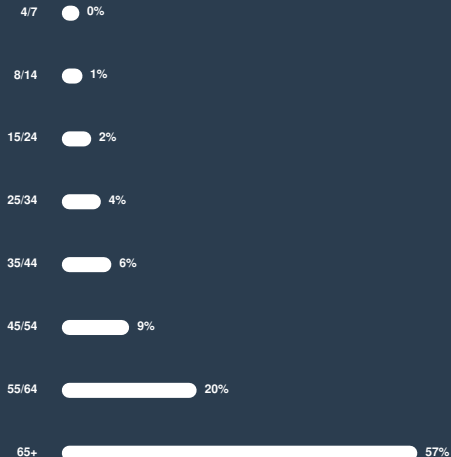
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



AMR Total Audience

2.693.012

Ascoltatori medi

Andamento AMR

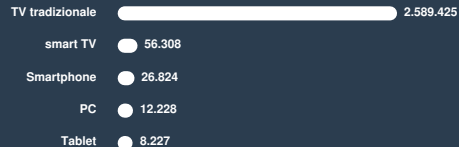
+ 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

Rai

AMR Total Audience

3.033.103

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:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

sky

AMR Total Audience

695.366

Ascoltatori medi

Andamento AMR

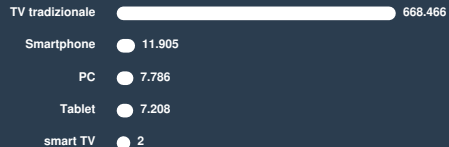
+ 3%

Su settimana precedente

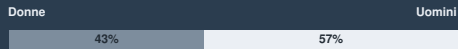
Linear vs VOD



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:

23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

7.883.257 ascoltatori medi (AMR)

1.324.387.121 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



AMR Total Audience

1.073

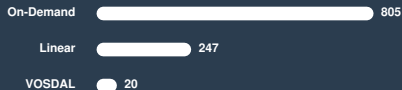
Ascoltatori medi

Andamento AMR

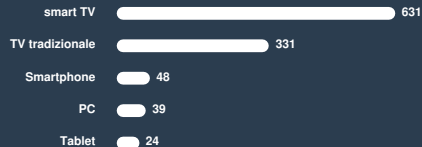
- 12%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

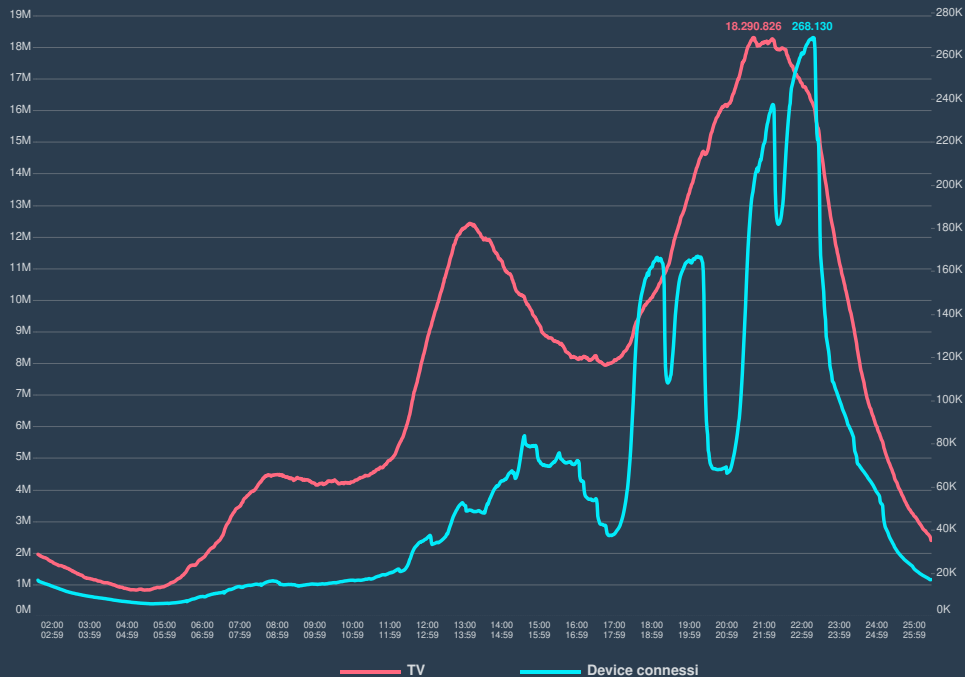
7.599.183 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

61.480 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

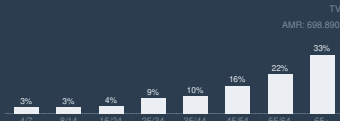


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

Discovery

AMR: 699.428

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 539

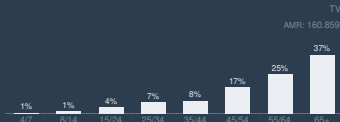
Donne **54**%
Uomini **46**%



NOVE

AMR: 160.989

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 130

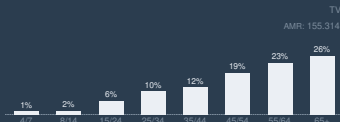
Donne **52**%
Uomini **48**%



REAL TIME

AMR: 155.459

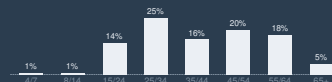
Donne **67**%
Uomini **33**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 145

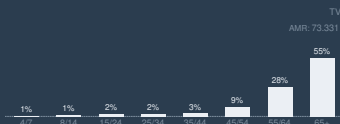
Donne **68**%
Uomini **32**%



GIALLO

AMR: 73.439

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 108

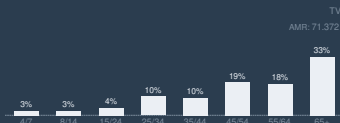
Donne **67**%
Uomini **33**%



DMAX

AMR: 71.442

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 70

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



total audience linear

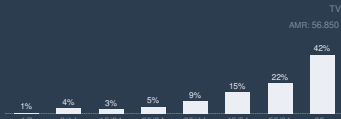
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

FOOD NETWORK AMR: 56.862

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



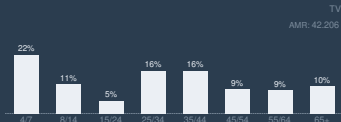
DEVICE CONNESSI AMR: 13

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



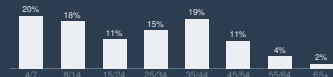
FRISBEE AMR: 42.210

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



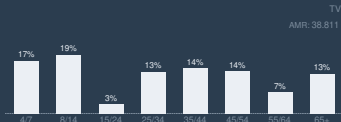
DEVICE CONNESSI AMR: 4

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



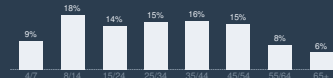
K2 AMR: 38.816

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



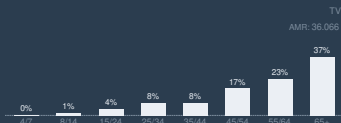
DEVICE CONNESSI AMR: 5

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



HGTV - HOME & GARDEN AMR: 36.084

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



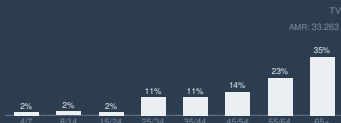
DEVICE CONNESSI AMR: 19

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



MOTOR TREND AMR: 33.294

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



DEVICE CONNESSI AMR: 31

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



total audience linear

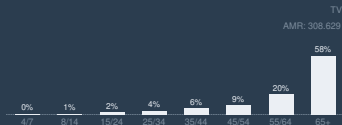
composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 309.641

Donne
53
%

Uomini
47
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.012

Donne
46
%

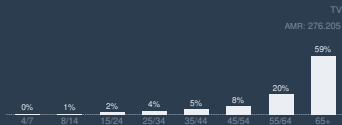
Uomini
54
%



LA7
AMR: 277.217

Donne
51
%

Uomini
49
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.012

Donne
46
%

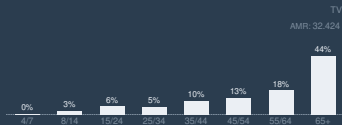
Uomini
54
%



LA7D
AMR: 32.424

Donne
71
%

Uomini
29
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

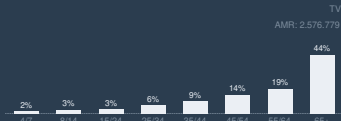


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.590.440

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 13.661

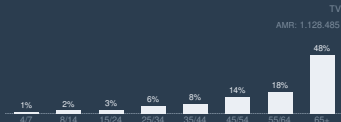
Donne **54**%
Uomini **46**%



CANALE 5

AMR: 1.135.154

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 6.669

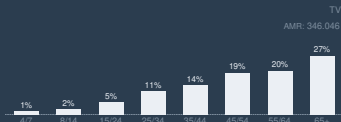
Donne **64**%
Uomini **36**%



ITALIA 1

AMR: 347.598

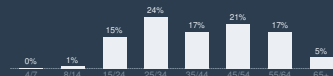
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.552

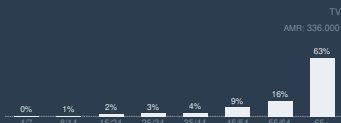
Donne **39**%
Uomini **61**%



RETE 4

AMR: 337.106

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.107

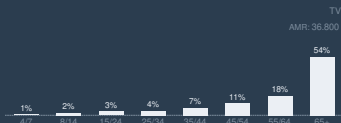
Donne **60**%
Uomini **40**%



TGCOM 24

AMR: 37.634

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 834

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

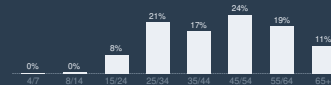


Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 50

DEVICE CONNESSI
AMR: 50

Donne	Uomini
63	37
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

RAI

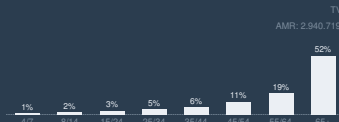
AMR: 2.972.369

Donne

54
%

Uomini

46
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 31.650

Donne

34
%

Uomini

66
%



RAI 1

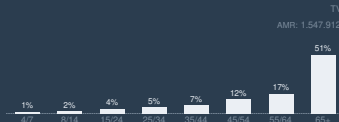
AMR: 1.570.473

Donne

54
%

Uomini

46
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 22.560

Donne

30
%

Uomini

70
%



RAI 3

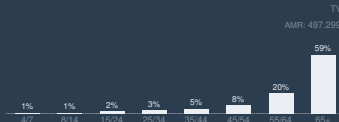
AMR: 499.148

Donne

55
%

Uomini

45
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.850

Donne

52
%

Uomini

48
%



RAI 2

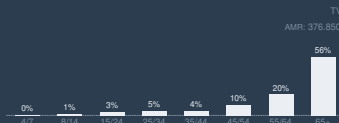
AMR: 379.745

Donne

54
%

Uomini

46
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.895

Donne

34
%

Uomini

66
%



RAI 4

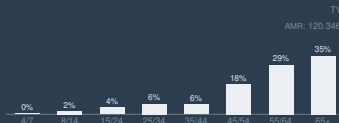
AMR: 121.071

Donne

55
%

Uomini

45
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 725

Donne

54
%

Uomini

46
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI PREMIUM
AMR: 115.025

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 387

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



RAI MOVIE
AMR: 85.996

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



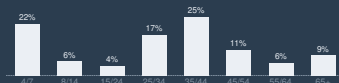
DEVICE CONNESSI
AMR: 352

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



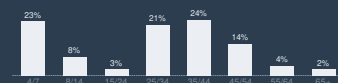
RAI YOYO
AMR: 48.758

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 48

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



RAI NEWS 24
AMR: 45.660

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.124

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



RAI SPORT
AMR: 37.853

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 379

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



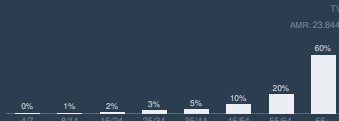
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 23.950

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



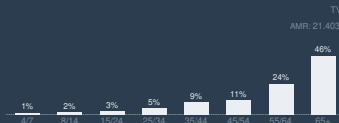
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 21.577

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



DEVICE CONNESSI

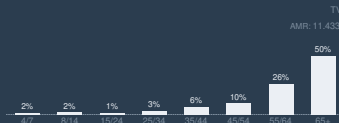
AMR: 174

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



RAI SCUOLA
AMR: 11.530

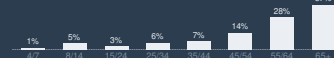
Donne **36**%
Uomini **64**%



DEVICE CONNESSI

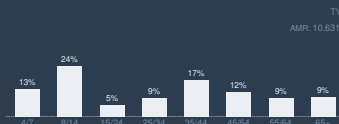
AMR: 97

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



RAI GULP
AMR: 10.666

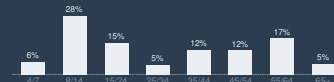
Donne **63**%
Uomini **37**%



DEVICE CONNESSI

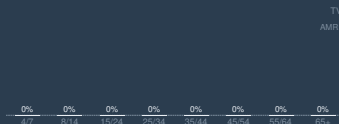
AMR: 35

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



RAIPLAY
AMR: 542

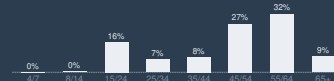
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 542

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



total audience linear

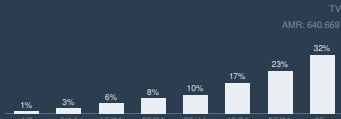
composizione ascolto per editore per target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

Sky Italia AMR: 655.288

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



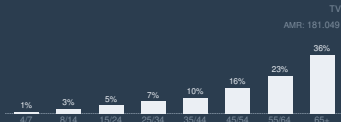
DEVICE CONNESSI AMR: 14.619

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



TV8 AMR: 181.768

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



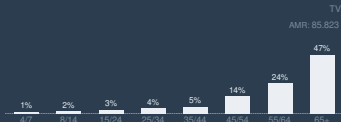
DEVICE CONNESSI AMR: 720

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



CIELO AMR: 85.966

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



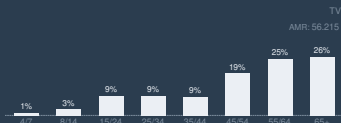
DEVICE CONNESSI AMR: 143

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



SKY SPORT UNO AMR: 60.484

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



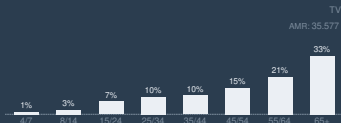
DEVICE CONNESSI AMR: 4.269

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



SKY SPORT 24 AMR: 36.431

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



DEVICE CONNESSI AMR: 854

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

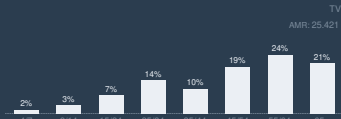
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

SKY SPORT CALCIO
AMR: 27.158

Donne
33
%

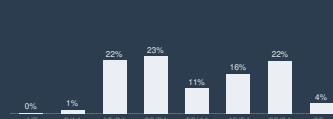
Uomini
67
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.737

Donne
8
%

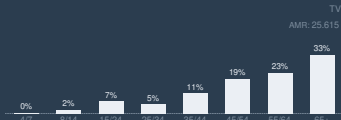
Uomini
92
%



SKY TG24
AMR: 26.202

Donne
43
%

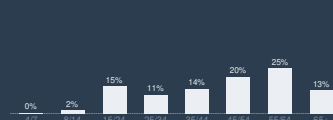
Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 586

Donne
27
%

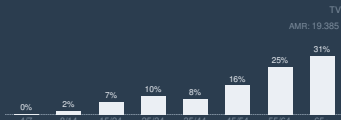
Uomini
73
%



SKY SPORT TENNIS
AMR: 20.962

Donne
39
%

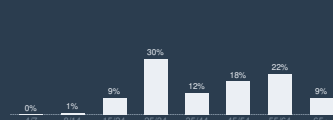
Uomini
61
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.576

Donne
23
%

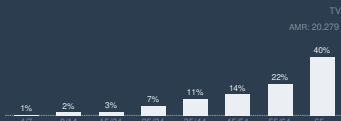
Uomini
77
%



SKY TG24 (50)
AMR: 20.279

Donne
40
%

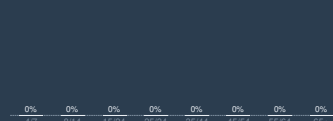
Uomini
60
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

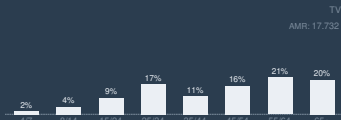
Uomini
%



SKY SPORT F1
AMR: 19.200

Donne
30
%

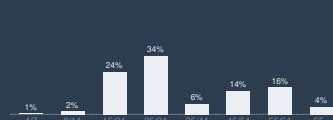
Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.468

Donne
13
%

Uomini
87
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

SKY SPORT 4K
AMR: 13.591

Donne
29
%

Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

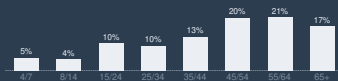
Uomini
%



SKY UNO
AMR: 13.276

Donne
52
%

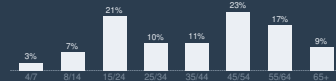
Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 101

Donne
44
%

Uomini
56
%



SKY SPORT 251
AMR: 12.758

Donne
35
%

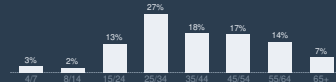
Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 516

Donne
17
%

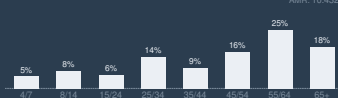
Uomini
83
%



SKY SPORT 252
AMR: 11.221

Donne
35
%

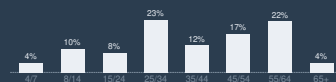
Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 789

Donne
17
%

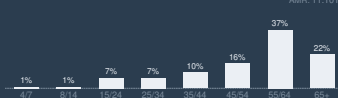
Uomini
83
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 11.175

Donne
63
%

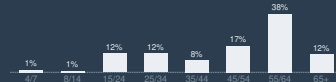
Uomini
37
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 74

Donne
65
%

Uomini
35
%



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:

23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

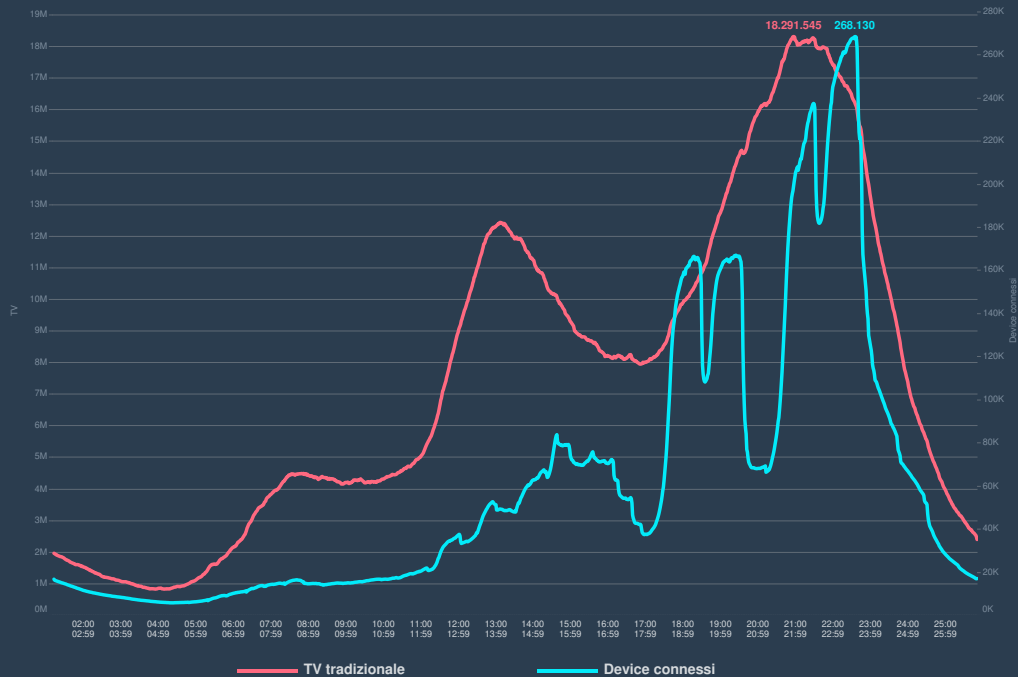
7.599.183 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

61.480 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:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

total
audience
linear

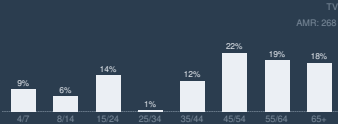
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN
AMR: 268

Donne
32 %

Uomini
68 %



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

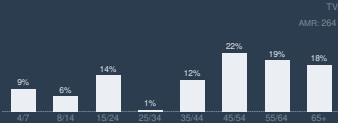
Uomini
%



ZONA DAZN
AMR: 264

Donne
31 %

Uomini
69 %



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

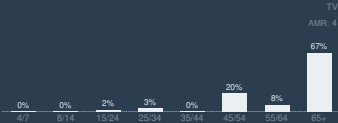
Uomini
%



ZONA DAZN 2
AMR: 4

Donne
65 %

Uomini
35 %



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

total
audience
linear
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

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:
23 giugno 2024 - 29 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:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

157.871 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

canale

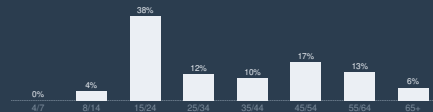
seesso

età

DAZN
AMR: 742

Donne
9
%

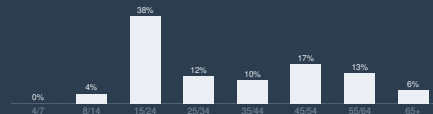
Uomini
91
%



DAZN VOD
AMR: 742

Donne
9
%

Uomini
91
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

canale

seesso

età

Discovery

AMR: 2.100

Donne

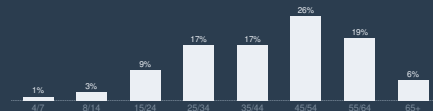
63

%

Uomini

37

%



REAL TIME

AMR: 1.230

Donne

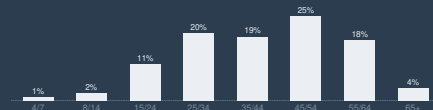
77

%

Uomini

23

%



NOVE

AMR: 312

Donne

53

%

Uomini

47

%



DMAX

AMR: 217

Donne

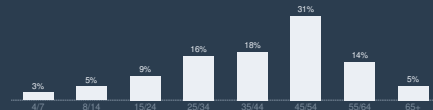
18

%

Uomini

82

%



MOTOR TREND

AMR: 46

Donne

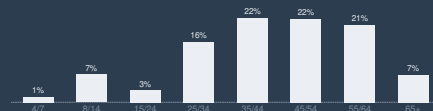
7

%

Uomini

93

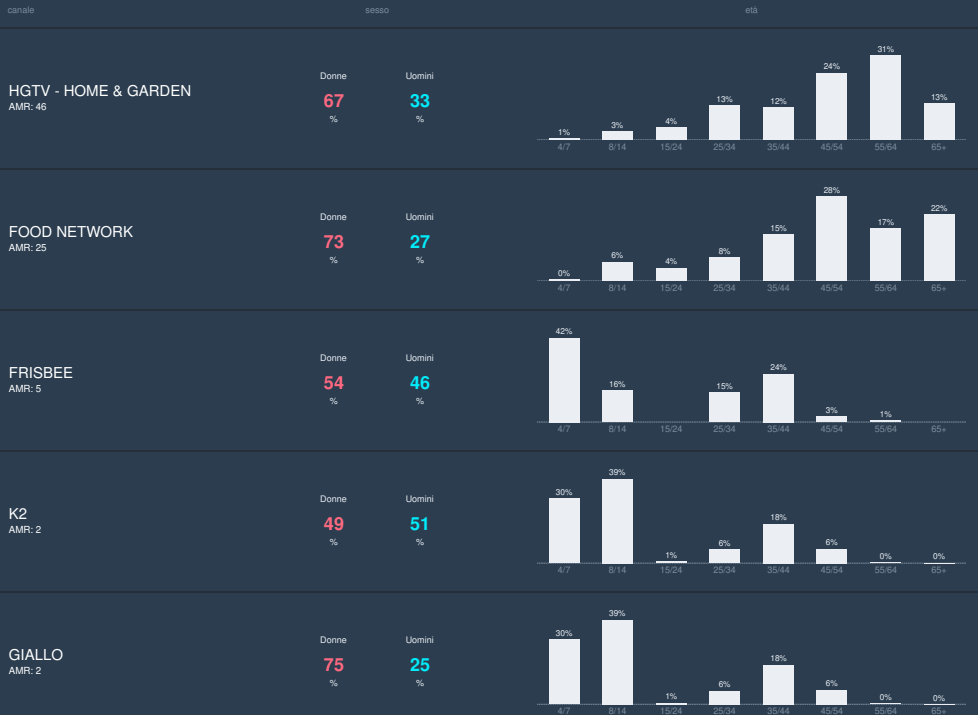
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



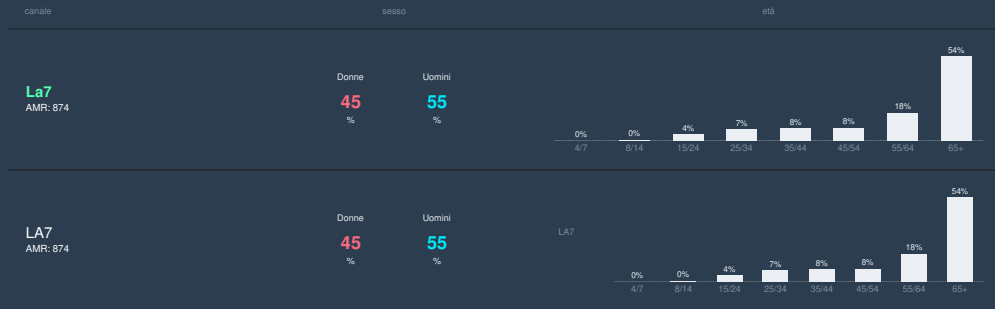
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



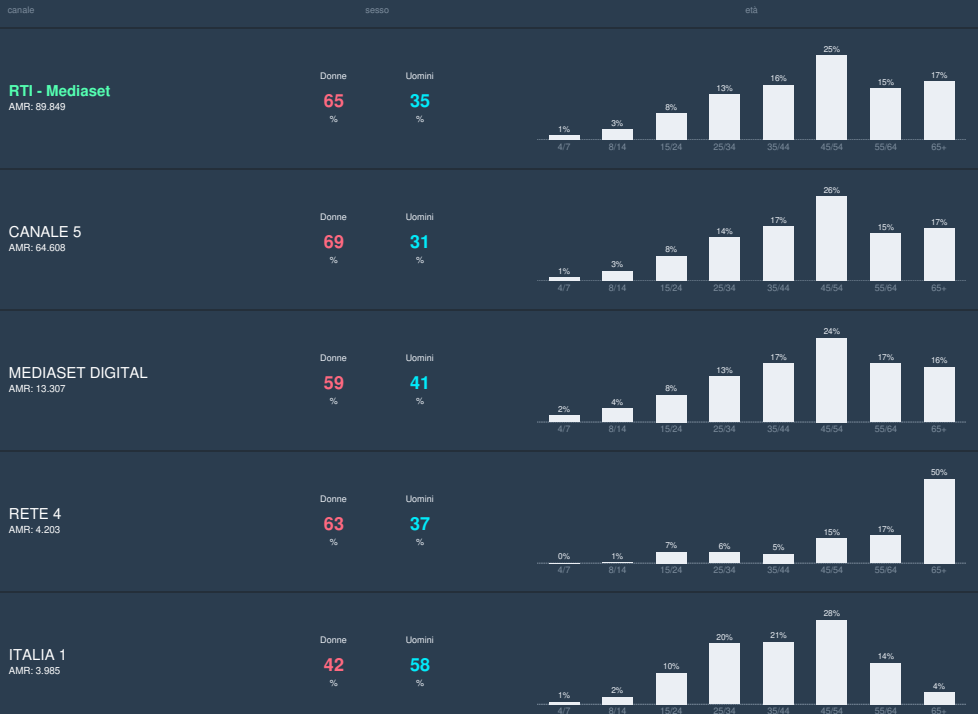
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 779

Donne

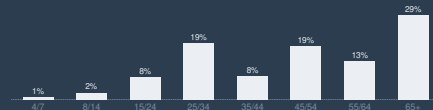
28

%

Uomini

72

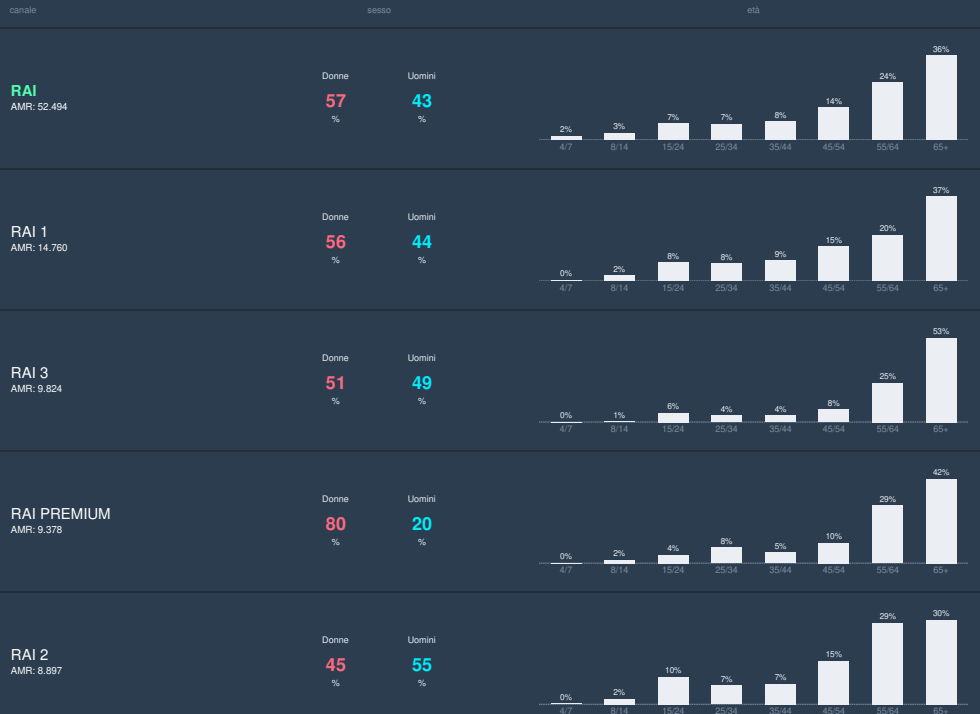
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

canale

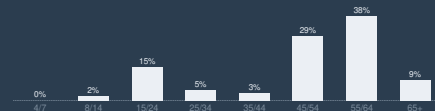
seesso

età

RAIPLAY
AMR: 2.952

Donne
61
%

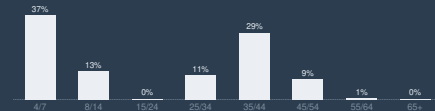
Uomini
39
%



RAI YOYO
AMR: 1.656

Donne
56
%

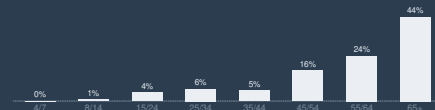
Uomini
44
%



RAI MOVIE
AMR: 1.457

Donne
32
%

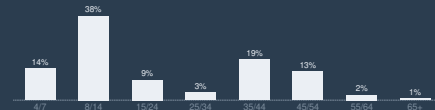
Uomini
68
%



RAI GULP
AMR: 1.234

Donne
67
%

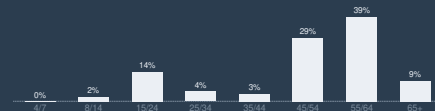
Uomini
33
%



RAI 4
AMR: 939

Donne
60
%

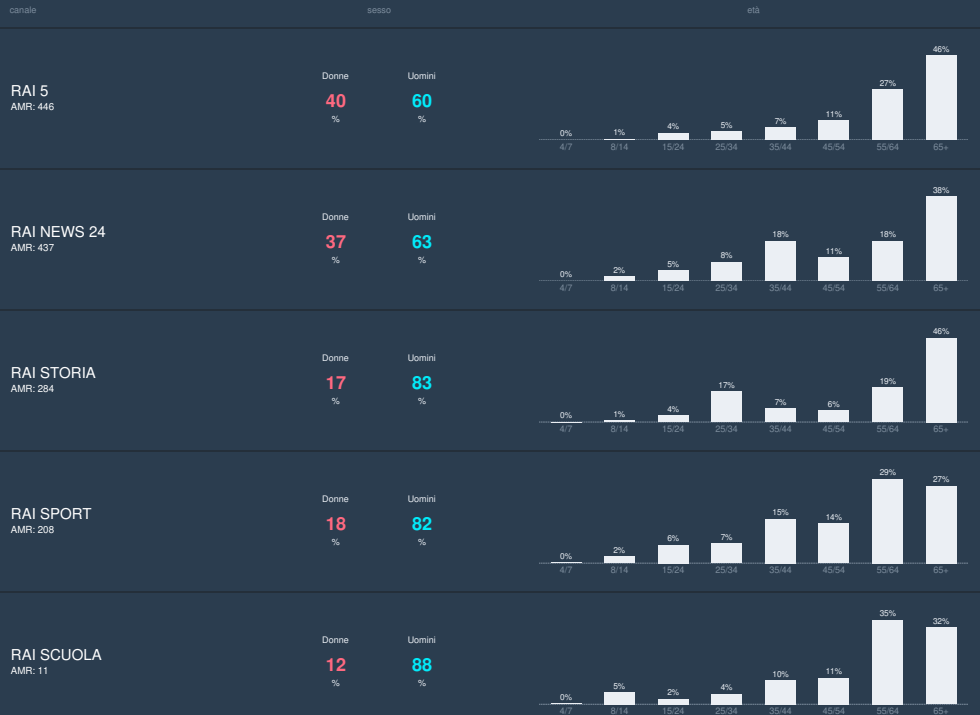
Uomini
40
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 11.812

Donne

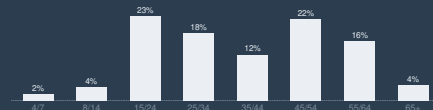
31

%

Uomini

69

%



SKY ATLANTIC

AMR: 2.178

Donne

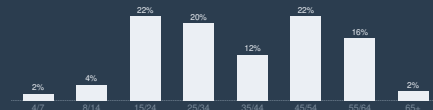
43

%

Uomini

57

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 2.066

Donne

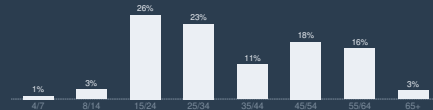
7

%

Uomini

93

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 2.007

Donne

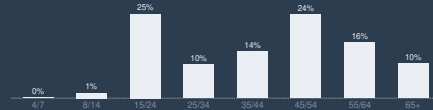
19

%

Uomini

81

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 1.280

Donne

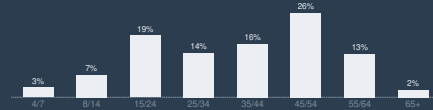
29

%

Uomini

71

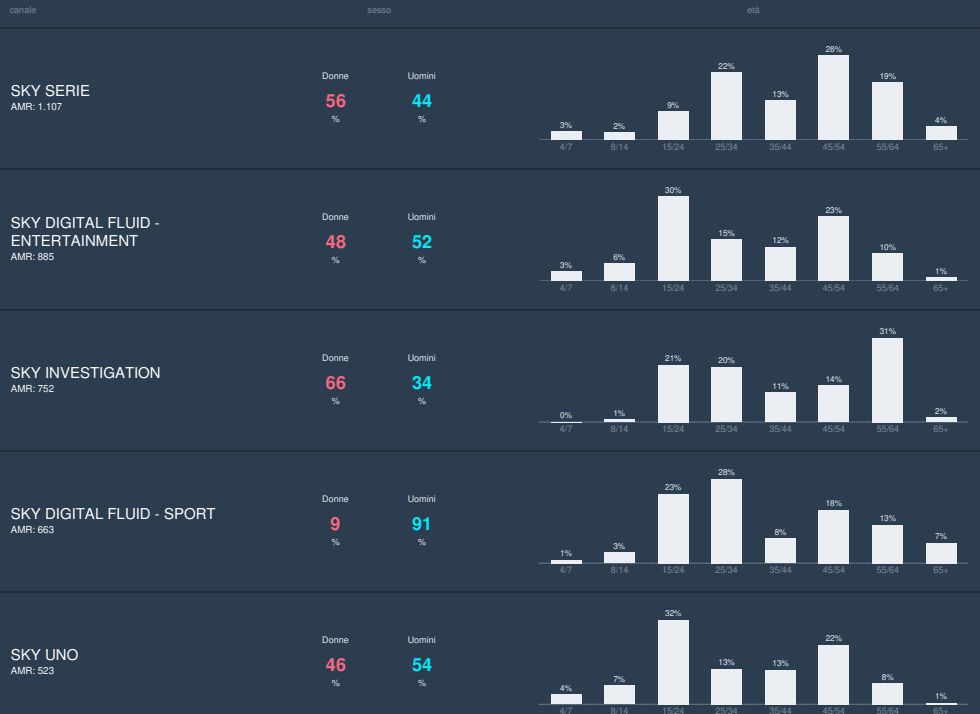
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



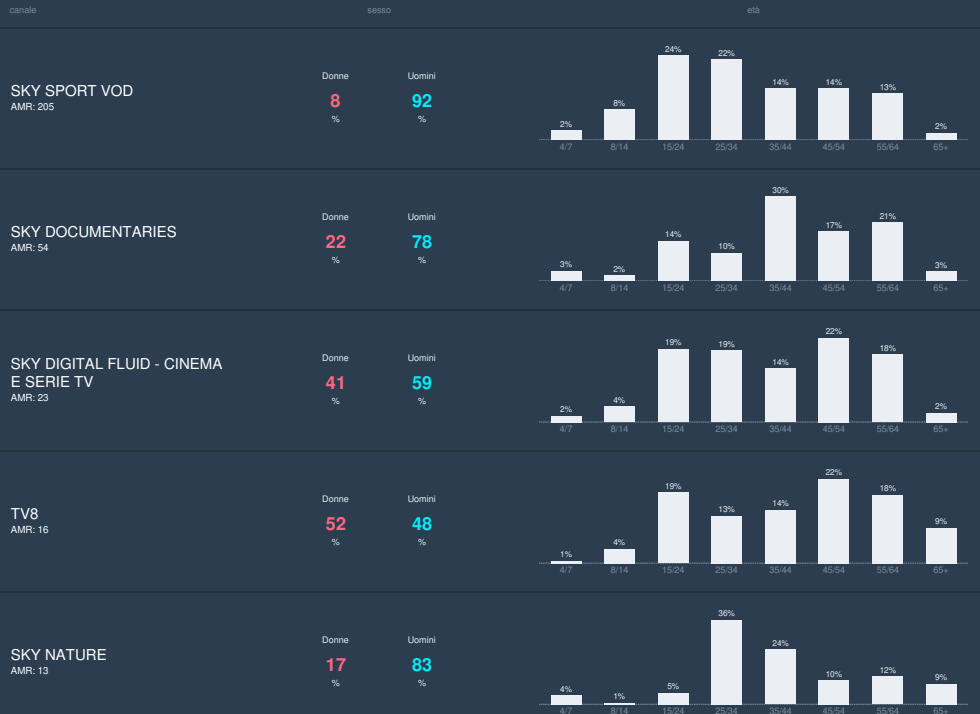
Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 giugno 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
23 giugno 2024 - 29 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