



# standard auditel total audience

Report Settimanale

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

Auditel

# total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

**7.564.402** ascoltatori medi (AMR)

**1.270.819.569** ore totali (TTS)

**Auditel**

total  
audience  
ascolto  
medio  
settimana  
per editore



AMR Total Audience

694.161

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

301.915

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



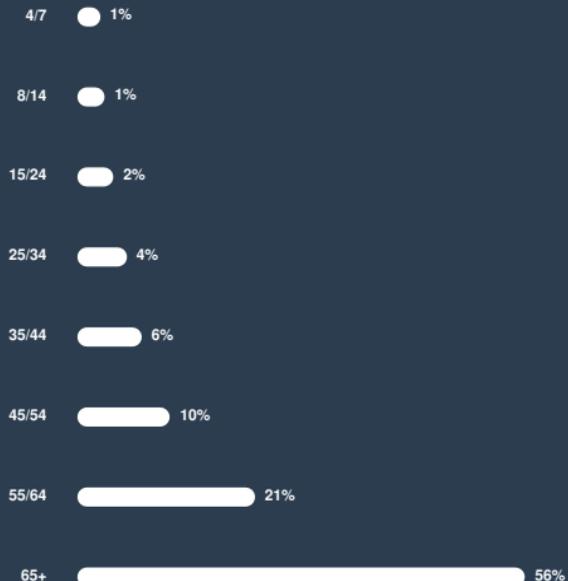
### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

2.596.429

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

- 4%

Su settimana precedente

### Linear vs VOD



### Dettaglio Device



### Sesso



### Età



# total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

2.837.523

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 6%

Su settimana precedente

## Linear vs VOD



## Dettaglio Device



## Sesso



## Età



# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

712.380

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

+ 2%

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:**

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

**7.564.402** ascoltatori medi (AMR)

**1.270.819.569** ore totali (TTS)

**Auditel**

# total audience ascolto medio settimana per editore



## AMR Total Audience

66

Ascoltatori medi

## Andamento AMR

Su settimana precedente

### Linear vs VOD

Linear  66

### Dettaglio Device

TV tradizionale  66

### Sesso

Donne

34%

Uomini

66%

### Età

4/7

8/14

15/24

25/34  0%

35/44  2%

45/54  3%

55/64  41%

65+  54%

# total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

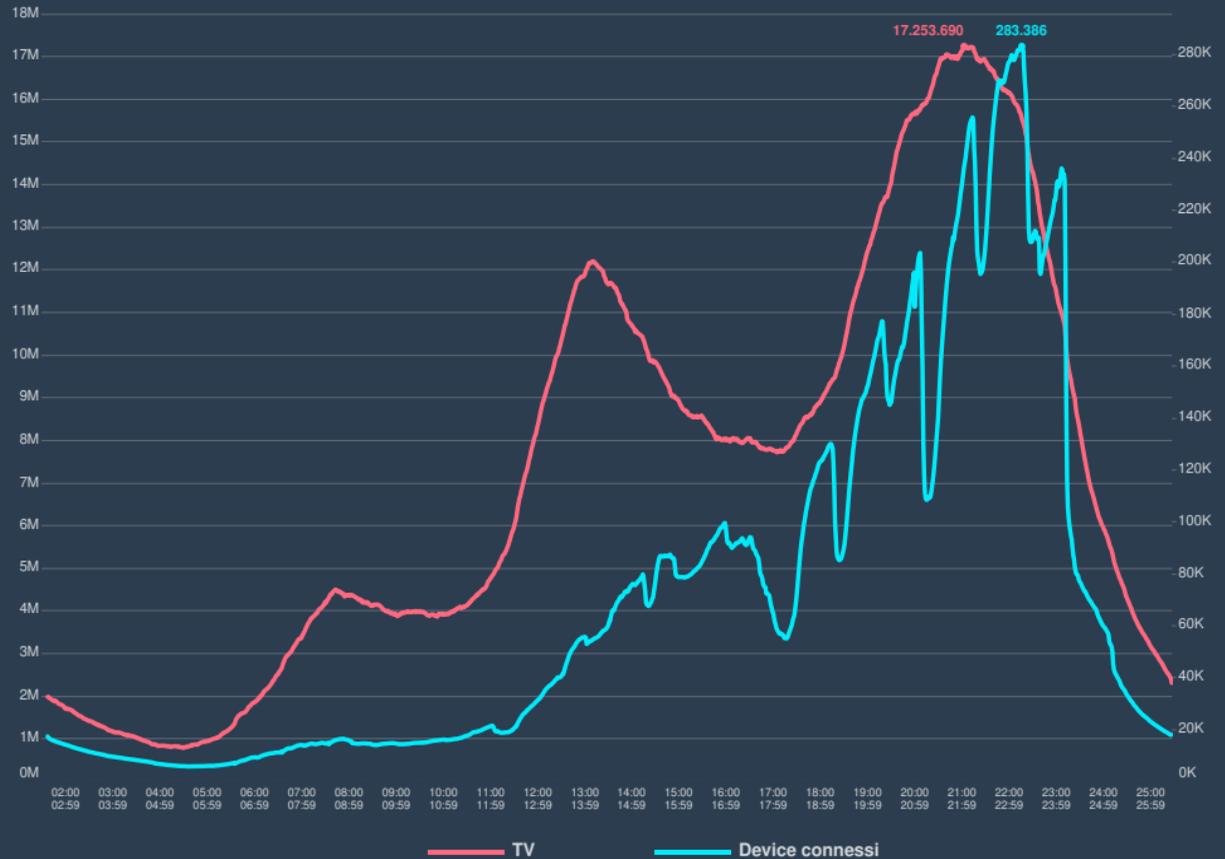
**7.270.049** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

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

**Auditel**

# total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

total  
audience  
linear

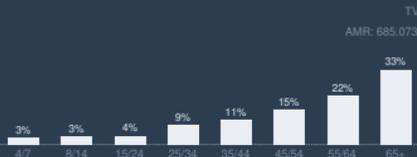
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

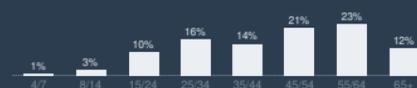
Discovery  
AMR: 685.637

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



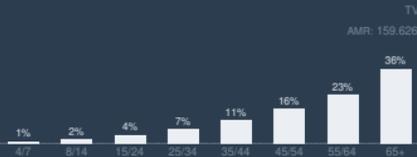
DEVICE CONNESSI  
AMR: 564

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



NOVE  
AMR: 159.746

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



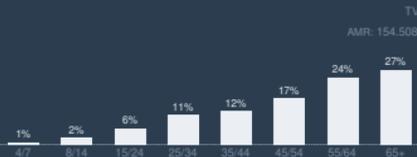
DEVICE CONNESSI  
AMR: 120

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



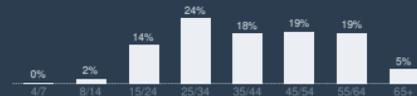
REAL TIME  
AMR: 154.659

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



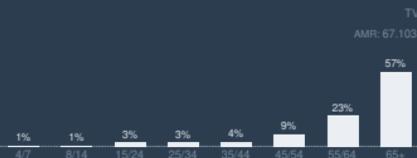
DEVICE CONNESSI  
AMR: 151

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



GIALLO  
AMR: 67.219

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



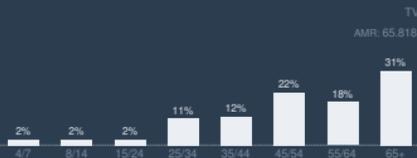
DEVICE CONNESSI  
AMR: 116

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



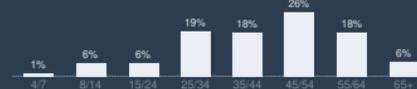
DMAX  
AMR: 65.899

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 80

Donne **20**%  
Uomini **80**%



total  
audience  
linear

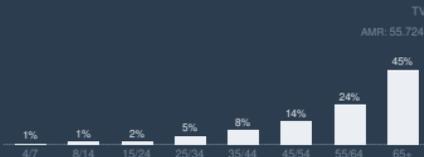
composizione  
ascolto per  
editore per  
target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

FOOD NETWORK  
AMR: 55.738

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



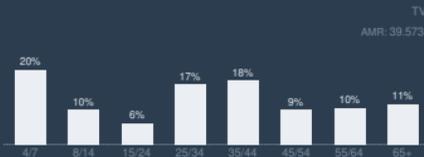
DEVICE CONNESSI  
AMR: 14

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



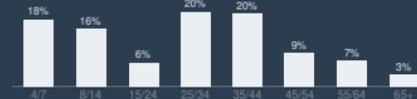
FRISBEE  
AMR: 39.579

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 5

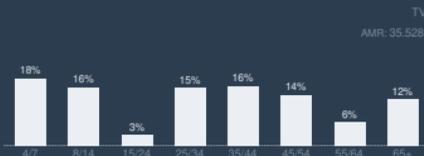
Donne **54**%  
Uomini **46**%



K2

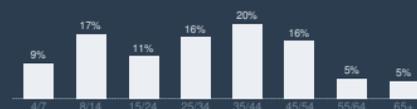
AMR: 35.535

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 7

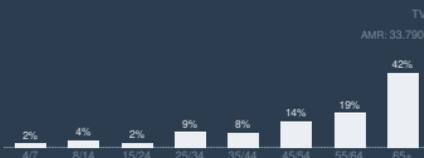
Donne **31**%  
Uomini **69**%



MOTOR TREND

AMR: 33.824

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 34

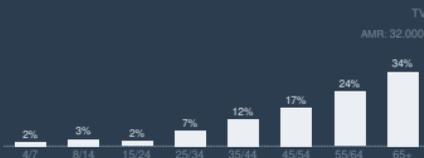
Donne **14**%  
Uomini **86**%



HGTV - HOME & GARDEN

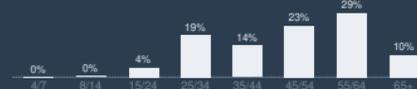
AMR: 32.021

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 20

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



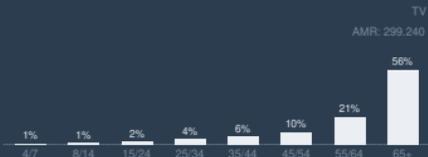
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



La7  
AMR: 300.207

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



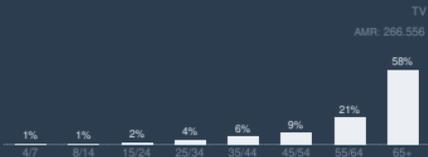
DEVICE CONNESSI  
AMR: 967

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



LA7  
AMR: 267.523

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



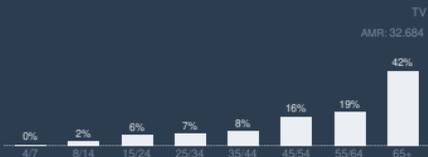
DEVICE CONNESSI  
AMR: 967

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



LA7D  
AMR: 32.684

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



# total audience linear

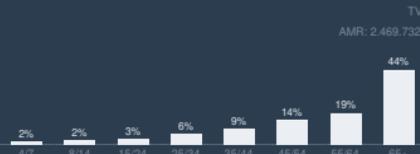
## composizione ascolto per editore per target



### RTI - Mediaset

AMR: 2.483.412

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 13.680

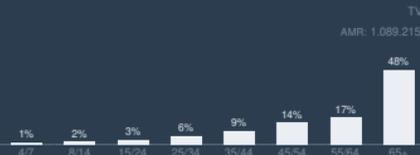
Donne **54**%  
Uomini **46**%



### CANALE 5

AMR: 1.096.078

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 6.863

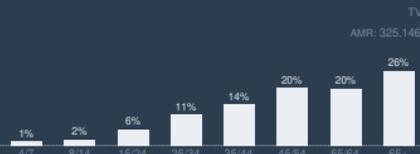
Donne **63**%  
Uomini **37**%



### ITALIA 1

AMR: 326.694

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.547

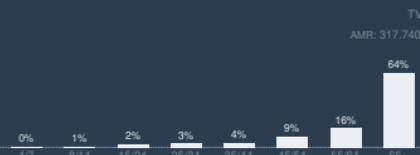
Donne **40**%  
Uomini **60**%



### RETE 4

AMR: 318.769

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.029

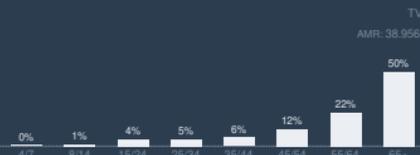
Donne **58**%  
Uomini **42**%



### TGCOM 24

AMR: 39.768

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



### DEVICE CONNESSI

AMR: 812

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

**total  
audience  
linear**

**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**

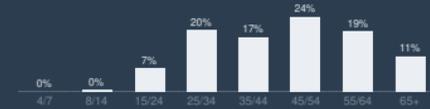


Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

MEDIASET DIGITAL  
AMR: 62

DEVICE CONNESSI  
AMR: 62

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



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



### RAI

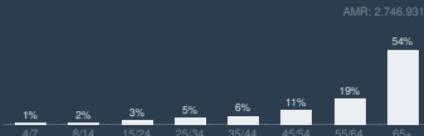
AMR: 2.778.083

Donne

**54**  
%

Uomini

**46**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 31.152

Donne

**29**  
%

Uomini

**71**  
%



### RAI 1

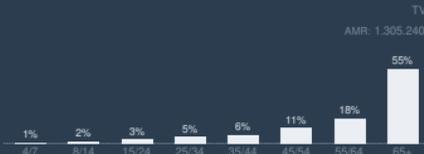
AMR: 1.320.506

Donne

**56**  
%

Uomini

**44**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 15.266

Donne

**28**  
%

Uomini

**72**  
%



### RAI 2

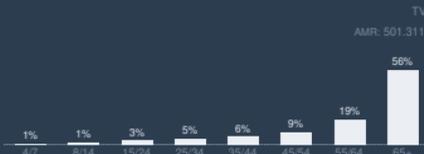
AMR: 511.282

Donne

**45**  
%

Uomini

**55**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 9.971

Donne

**20**  
%

Uomini

**80**  
%



### RAI 3

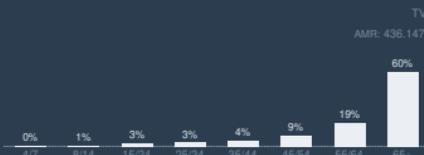
AMR: 437.717

Donne

**57**  
%

Uomini

**43**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 1.570

Donne

**56**  
%

Uomini

**44**  
%



### RAI PREMIUM

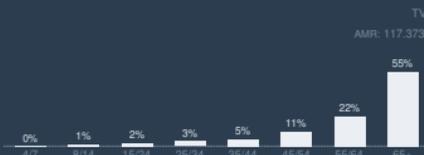
AMR: 117.752

Donne

**70**  
%

Uomini

**30**  
%



### DEVICE CONNESSI

AMR: 379

Donne

**73**  
%

Uomini

**27**  
%



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



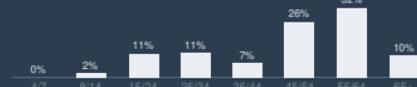
RAI 4  
AMR: 116.396

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 699

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



RAI MOVIE  
AMR: 81.126

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 315

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



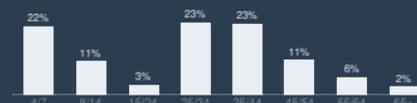
RAI YOYO  
AMR: 46.624

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 51

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



RAI NEWS 24  
AMR: 46.421

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.194

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



RAI SPORT  
AMR: 40.236

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 456

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



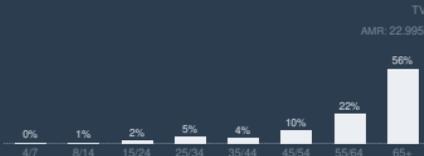
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



RAI 5  
AMR: 23.091

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



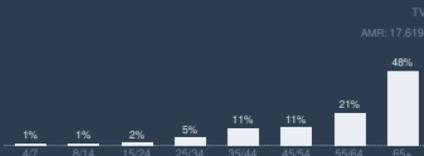
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA  
AMR: 17.779

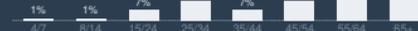
Donne **30**%  
Uomini **70**%



DEVICE CONNESSI

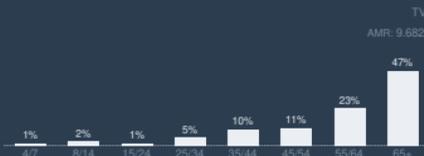
AMR: 160

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



RAI SCUOLA  
AMR: 9.779

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



DEVICE CONNESSI

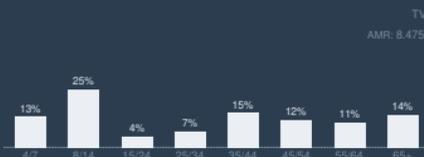
AMR: 96

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



RAI GULP  
AMR: 8.508

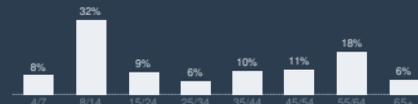
Donne **64**%  
Uomini **36**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 33

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



RAIPLAY  
AMR: 535

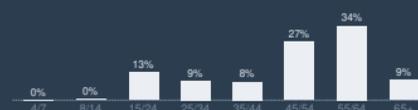
Donne %  
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 535

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



# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



### Sky Italia

AMR: 690.882

TV  
AMR: 667.207

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 23.676

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



### TV8

AMR: 180.301

TV  
AMR: 179.475

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 826

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



### SKY SPORT UNO

AMR: 83.999

TV  
AMR: 76.668

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 7.330

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



### CIELO

AMR: 76.013

TV  
AMR: 75.882

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 131

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



### SKY SPORT CALCIO

AMR: 36.589

TV  
AMR: 33.302

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 3.287

Donne **8**%  
Uomini **92**%



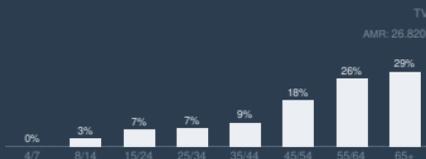
total  
audience  
linear

composizione  
ascolto per  
editore per  
target



SKY SPORT TENNIS  
AMR: 30.639

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



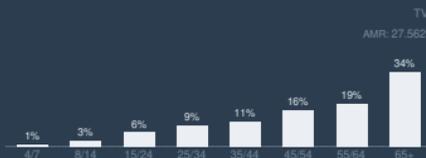
DEVICE CONNESSI  
AMR: 3.818

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



SKY SPORT 24  
AMR: 28.271

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



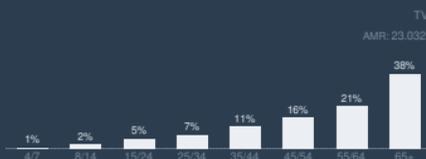
DEVICE CONNESSI  
AMR: 708

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



SKY TG24  
AMR: 23.569

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



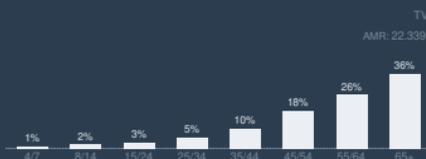
DEVICE CONNESSI  
AMR: 537

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



SKY TG24 (50)  
AMR: 22.339

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



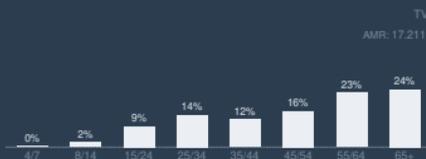
DEVICE CONNESSI  
AMR:

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



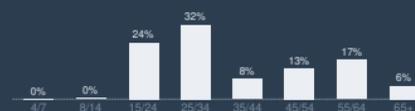
SKY SPORT F1  
AMR: 19.210

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.999

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



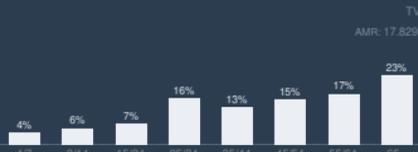
# total audience linear

## composizione ascolto per editore per target



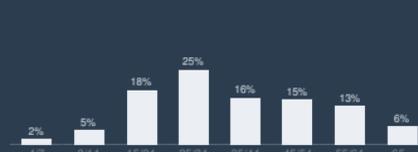
SKY SPORT 251  
AMR: 18.720

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



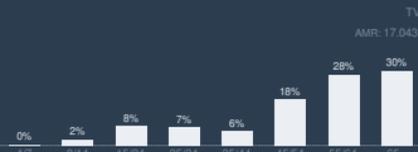
DEVICE CONNESSI  
AMR: 890

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



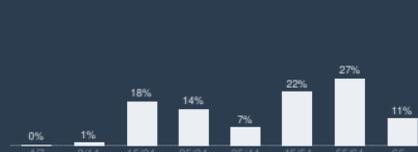
SKY SPORT ARENA  
AMR: 18.454

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



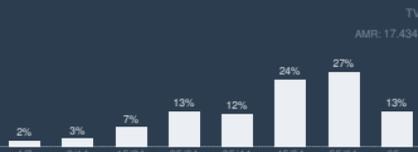
DEVICE CONNESSI  
AMR: 1.411

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



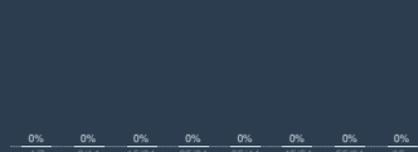
SKY SPORT 4K  
AMR: 17.434

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



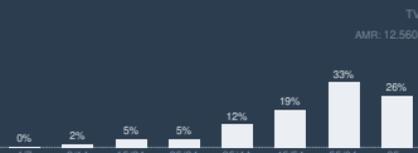
DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne **0**%  
Uomini **0**%



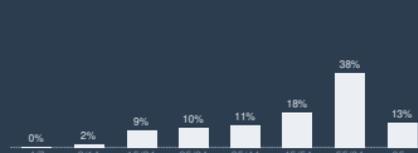
SKY INVESTIGATION  
AMR: 12.634

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



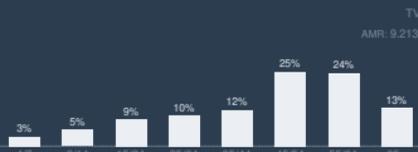
DEVICE CONNESSI  
AMR: 73

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



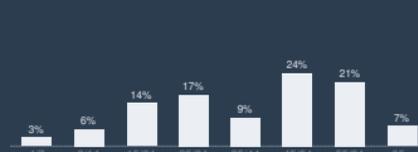
SKY UNO  
AMR: 9.284

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



DEVICE CONNESSI  
AMR: 71

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



# 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:**

30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

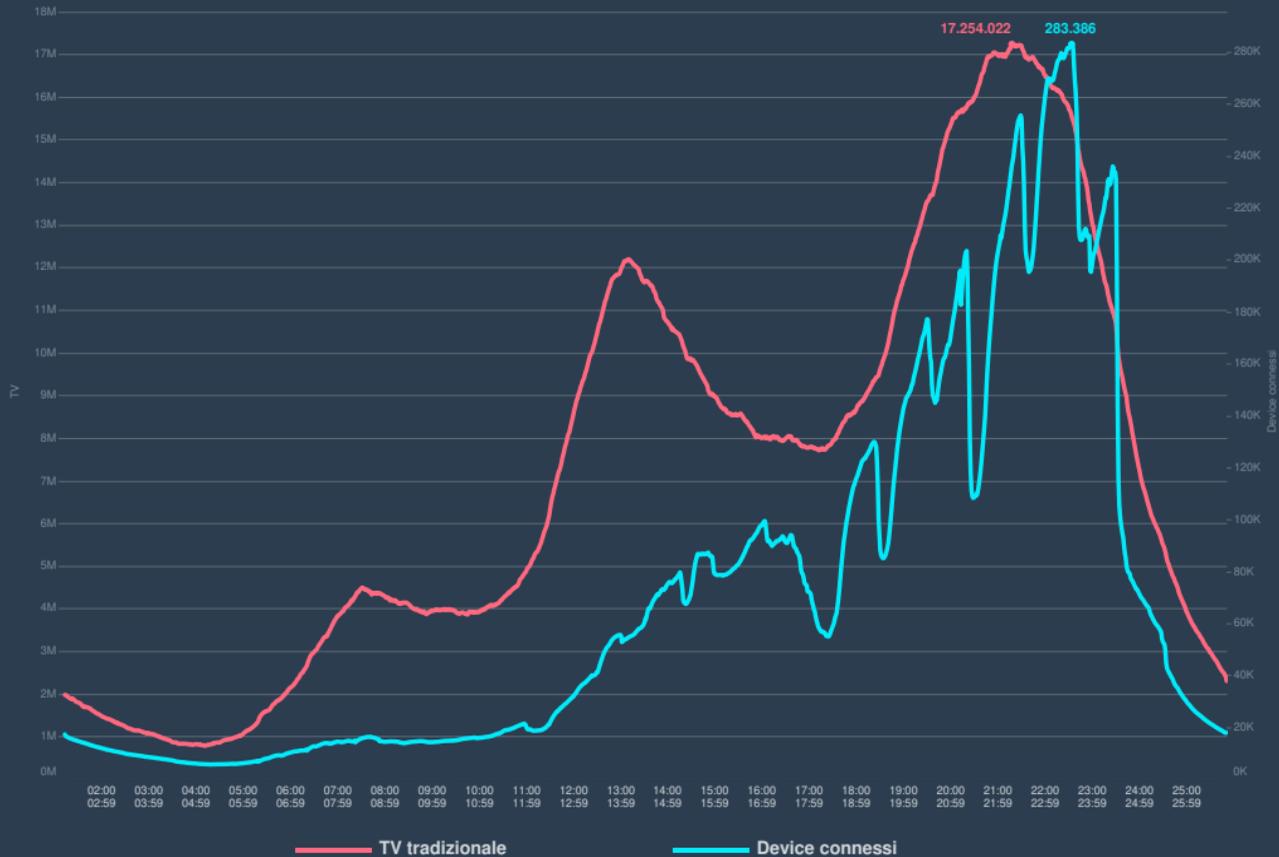
**7.270.049** ascoltatori medi (AMR) su TV screen

**70.039** 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: 66

Donne  
34%

Uomini  
66%



DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



ZONA DAZN  
AMR: 65

Donne  
34%

Uomini  
66%



DEVICE CONNESSI  
AMR:

Donne  
%

Uomini  
%



ZONA DAZN 2  
AMR: 1

Donne  
43%

Uomini  
57%



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:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024



**total  
audience  
linear**

**composizione  
ascolto per  
editore per  
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

TV

DEVICE CONNESSI

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

**Dati relativi alla settimana Auditel:**  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

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

**Auditel**

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



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

canale

sesto

età

# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



canale

seesso

età

**Discovery**

AMR: 1.850

Donne

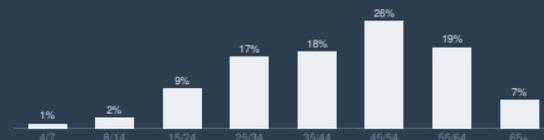
**63**

%

Uomini

**37**

%



**REAL TIME**

AMR: 1.012

Donne

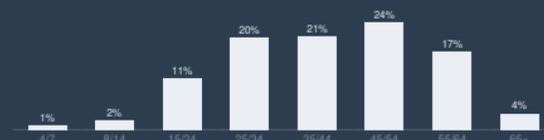
**77**

%

Uomini

**23**

%



**NOVE**

AMR: 320

Donne

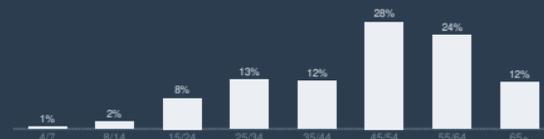
**54**

%

Uomini

**46**

%



**DMAX**

AMR: 198

Donne

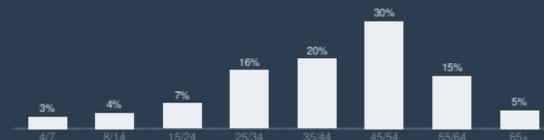
**18**

%

Uomini

**82**

%



**MOTOR TREND**

AMR: 45

Donne

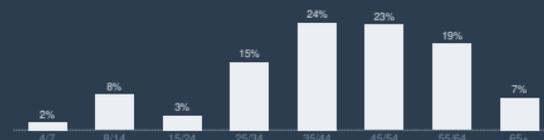
**7**

%

Uomini

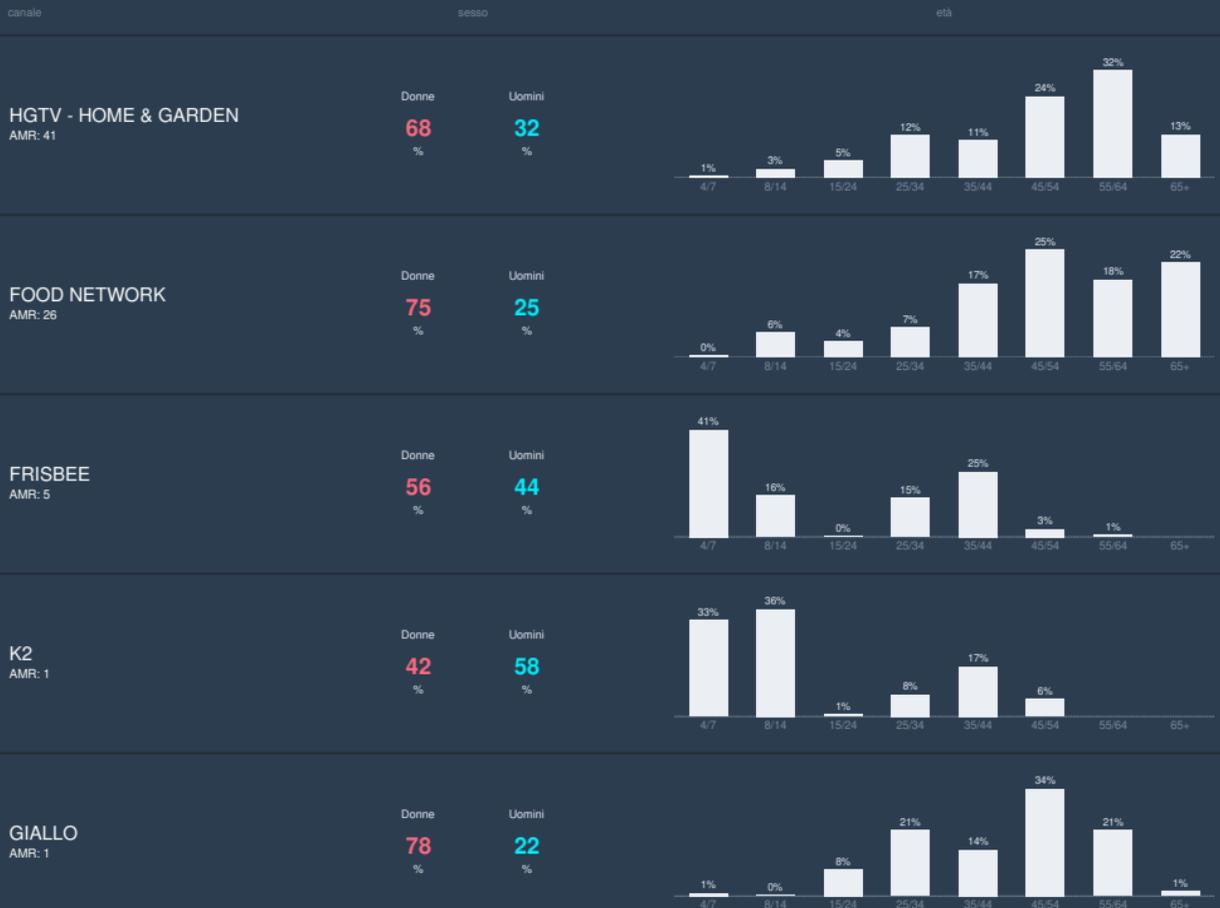
**93**

%



# total audience on demand

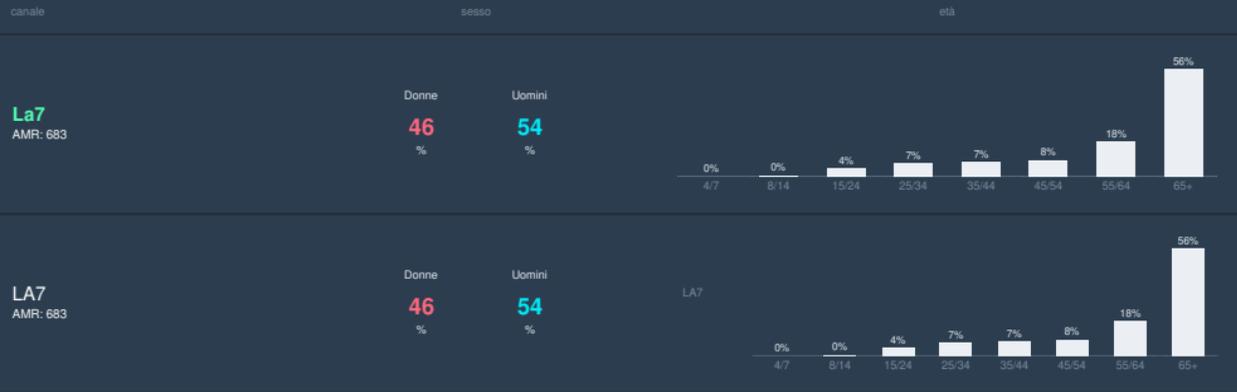
## composizione ascolto per editore per target



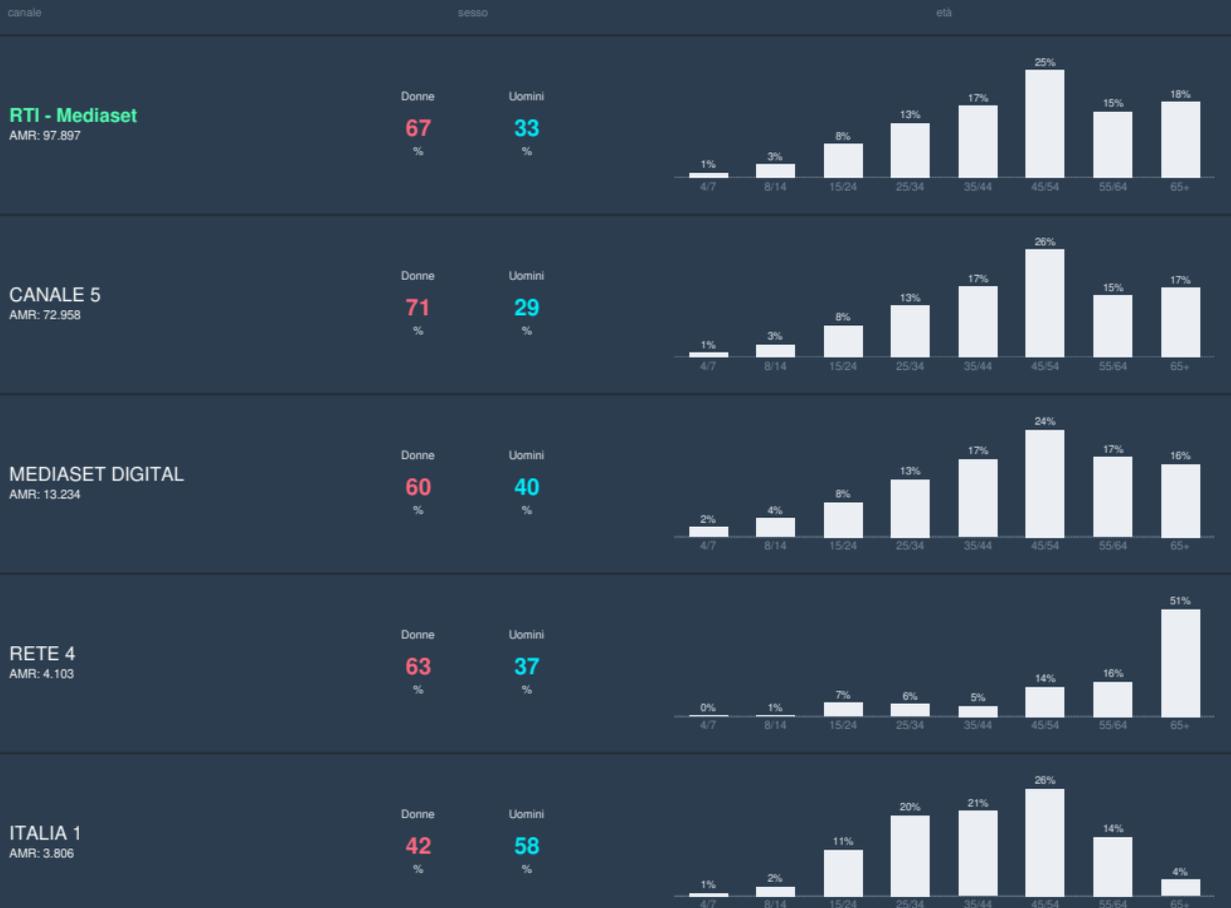
# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024



# 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:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24  
AMR: 672

Donne

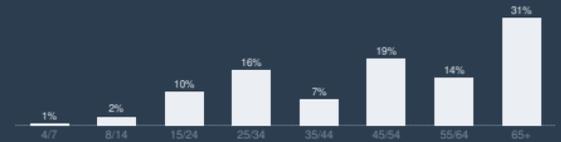
27

%

Uomini

73

%



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



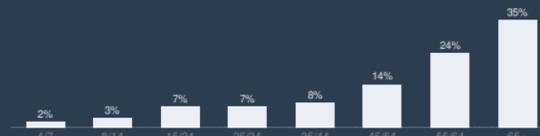
canale

seesso

età

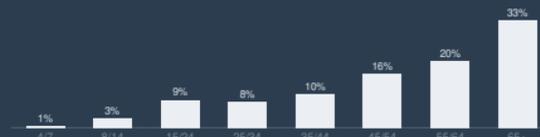
**RAI**  
AMR: 50.324

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



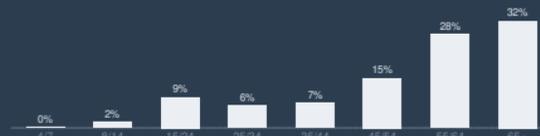
**RAI 1**  
AMR: 14.658

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



**RAI 2**  
AMR: 9.196

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



**RAI PREMIUM**  
AMR: 9.134

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



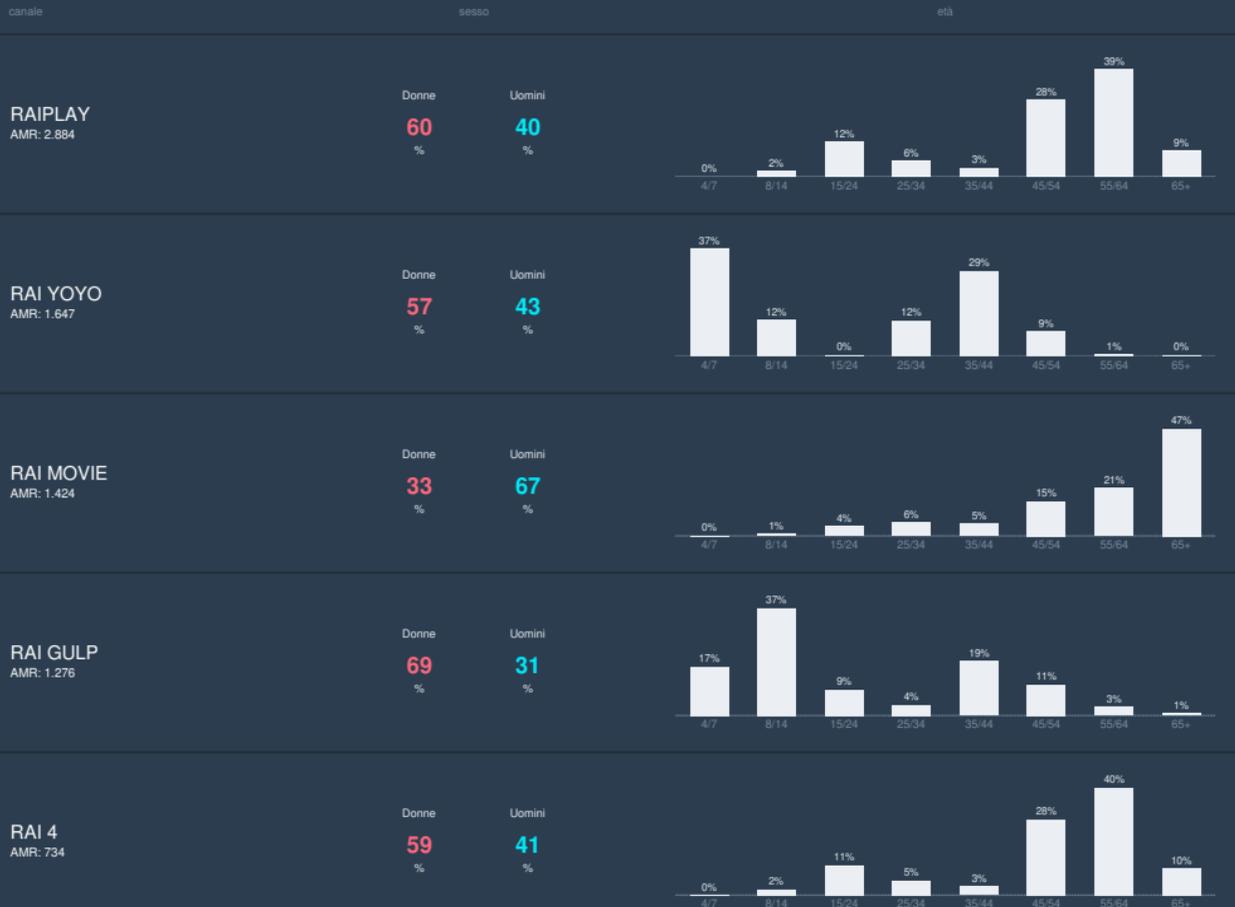
**RAI 3**  
AMR: 8.081

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



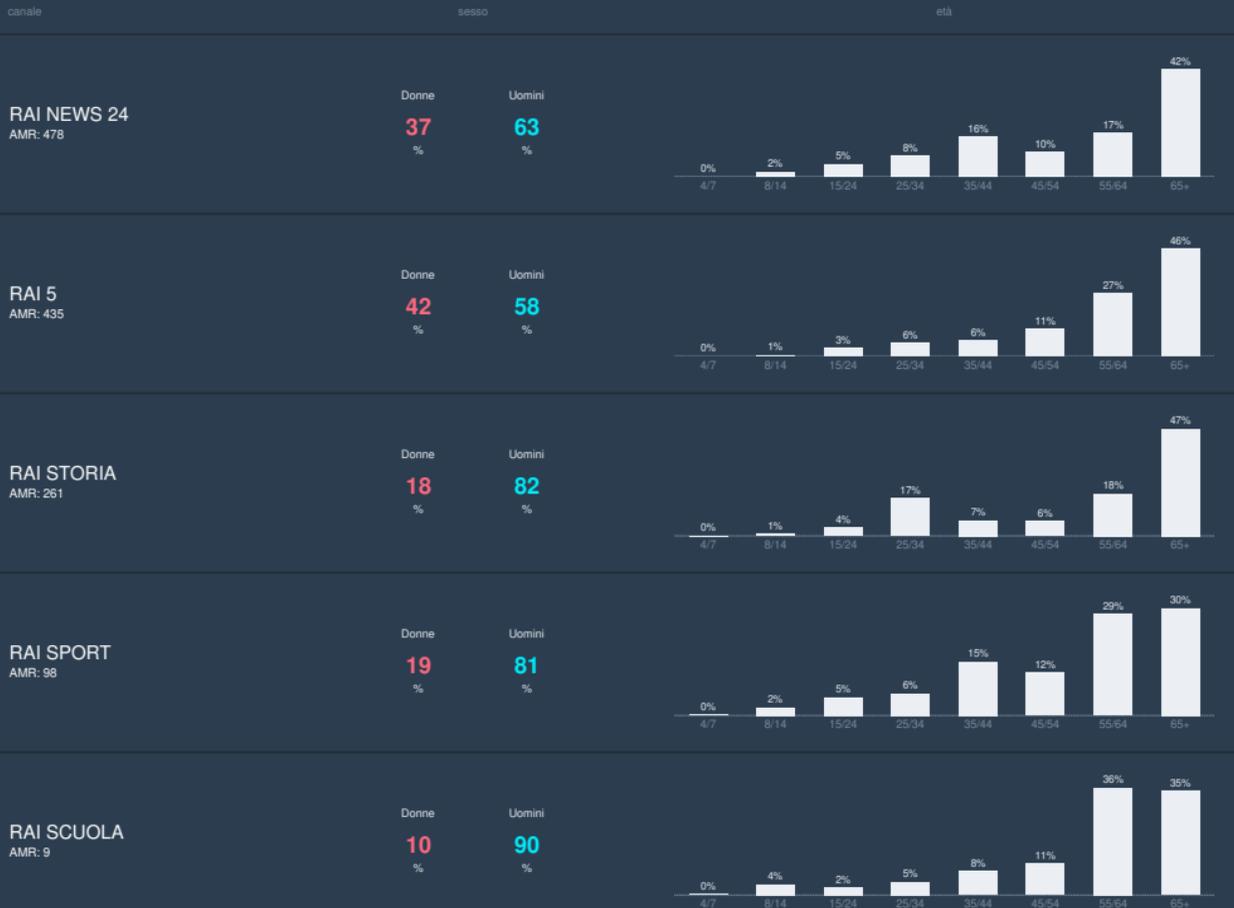
# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



# total audience on demand

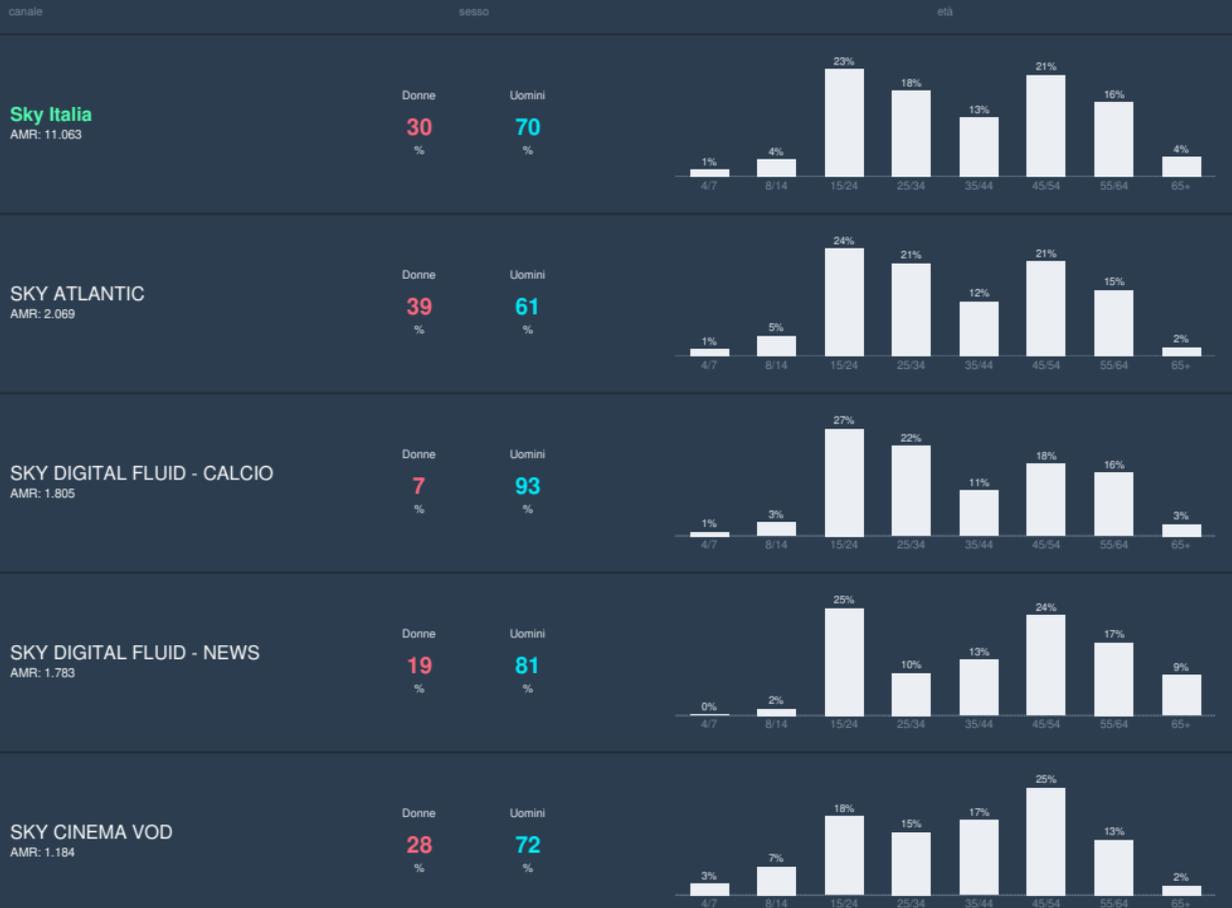
## composizione ascolto per editore per target



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024

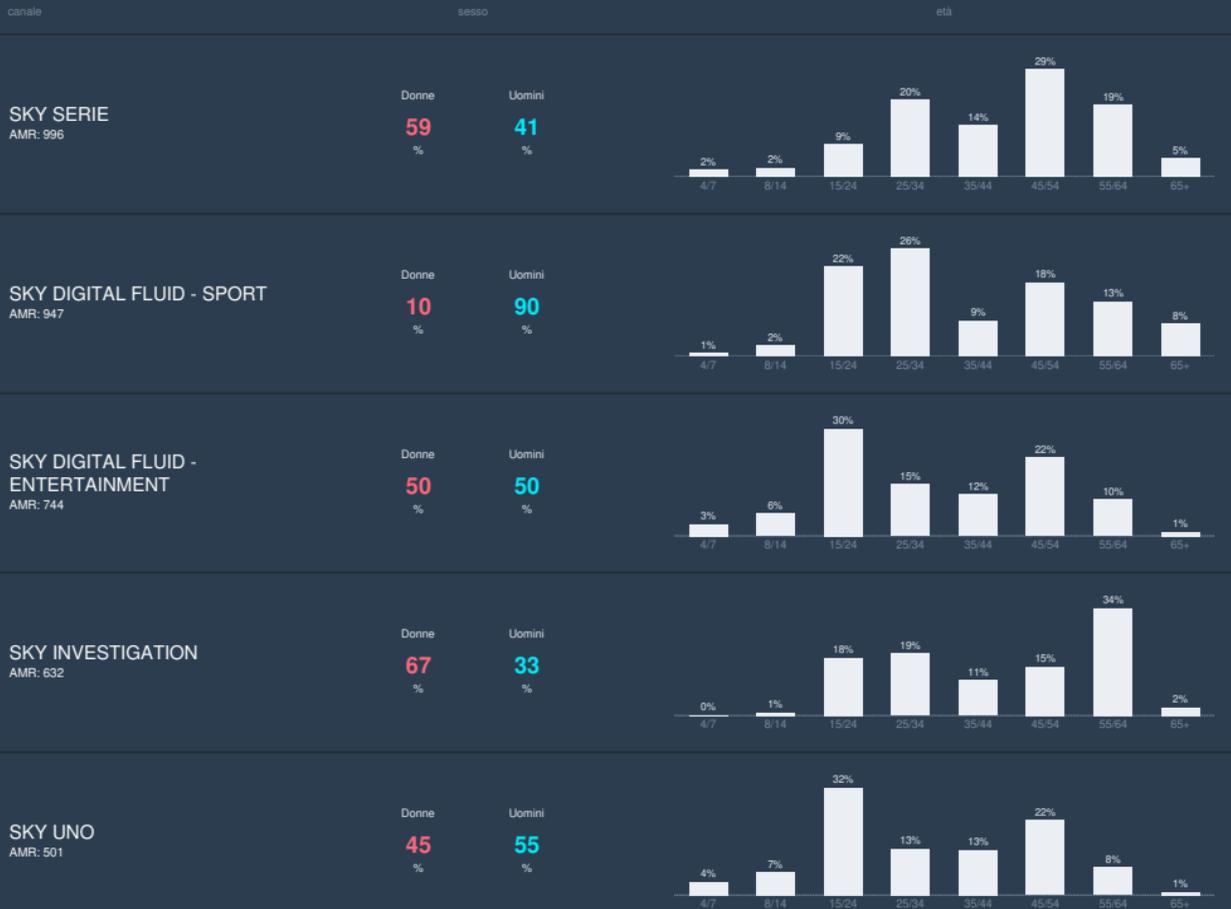


# total audience on demand

## composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:  
30 giugno 2024 - 6 luglio 2024



# total audience on demand composizione ascolto per editore per target



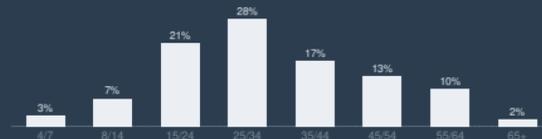
canale

sesso

età

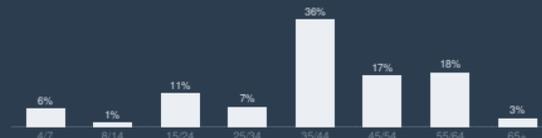
SKY SPORT VOD  
AMR: 242

Donne **8** %  
Uomini **92** %



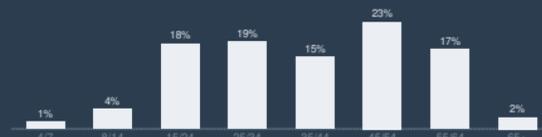
SKY DOCUMENTARIES  
AMR: 41

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



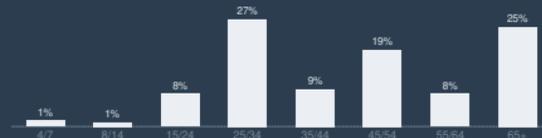
SKY DIGITAL FLUID - CINEMA E SERIE TV  
AMR: 27

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



SKY SPORT MOTO GP  
AMR: 18

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



TV8  
AMR: 15

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



# Informazioni utili note metodologiche FAQ

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

Per maggiori informazioni  
mail: [auditel@auditel.it](mailto:auditel@auditel.it)  
tel: +39 02 5829861

## 1. Che cosa si intende per Total Audience?

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

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

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

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

## 3. Che cosa si intende per Ambiente?

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

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

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

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

**Per maggiori informazioni**  
mail: [auditel@auditel.it](mailto:auditel@auditel.it)  
tel: +39 02 5829861

#### 4. Qual è il perimetro della Total Audience Auditel?

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

##### Ambiente TV

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

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

##### Ambiente Digital

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

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

#### 5. Che cosa si intende per device digitali?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Per maggiori informazioni**  
mail: [auditel@auditel.it](mailto:auditel@auditel.it)  
tel: +39 02 5829861

## **8. Come viene individualizzato l'ascolto?**

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

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

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

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

**Ambienti:** TV, Digitale, Total Audience

**Tipo di fruizione:** lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

## 10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

## 11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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

# Auditel

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

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