



standard auditel total audience

Report Settimanale

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

7.293.040 ascoltatori medi (AMR)

1.225.230.737 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

702.581

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

289.199

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 4%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



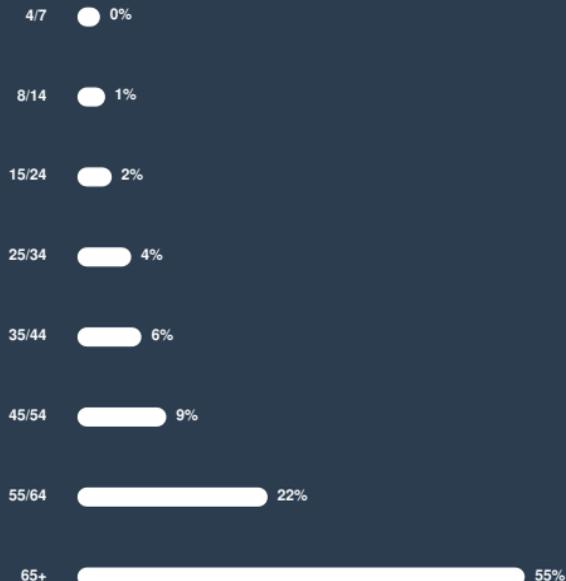
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

2.611.270

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



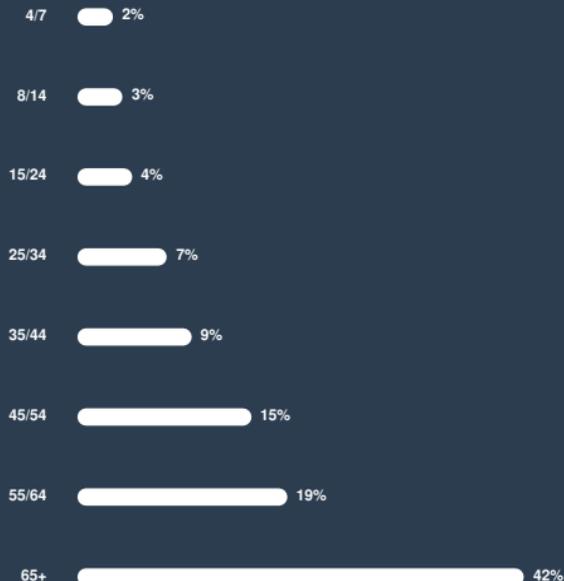
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



Rai

AMR Total Audience

2.606.531

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 8%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

total audience ascolto medio settimana per editore

sky

AMR Total Audience

683.531

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 4%

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:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

7.293.040 ascoltatori medi (AMR)

1.225.230.737 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

55

Ascoltatori medi

Andamento AMR

Su settimana precedente

Linear vs VOD

Linear 53

On-Demand 2

Dettaglio Device

TV tradizionale 55

Sesso

Donne

31%

Uomini

69%

Età

4/7

8/14 2%

15/24 1%

25/34

35/44 23%

45/54 30%

55/64 24%

65+ 20%

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

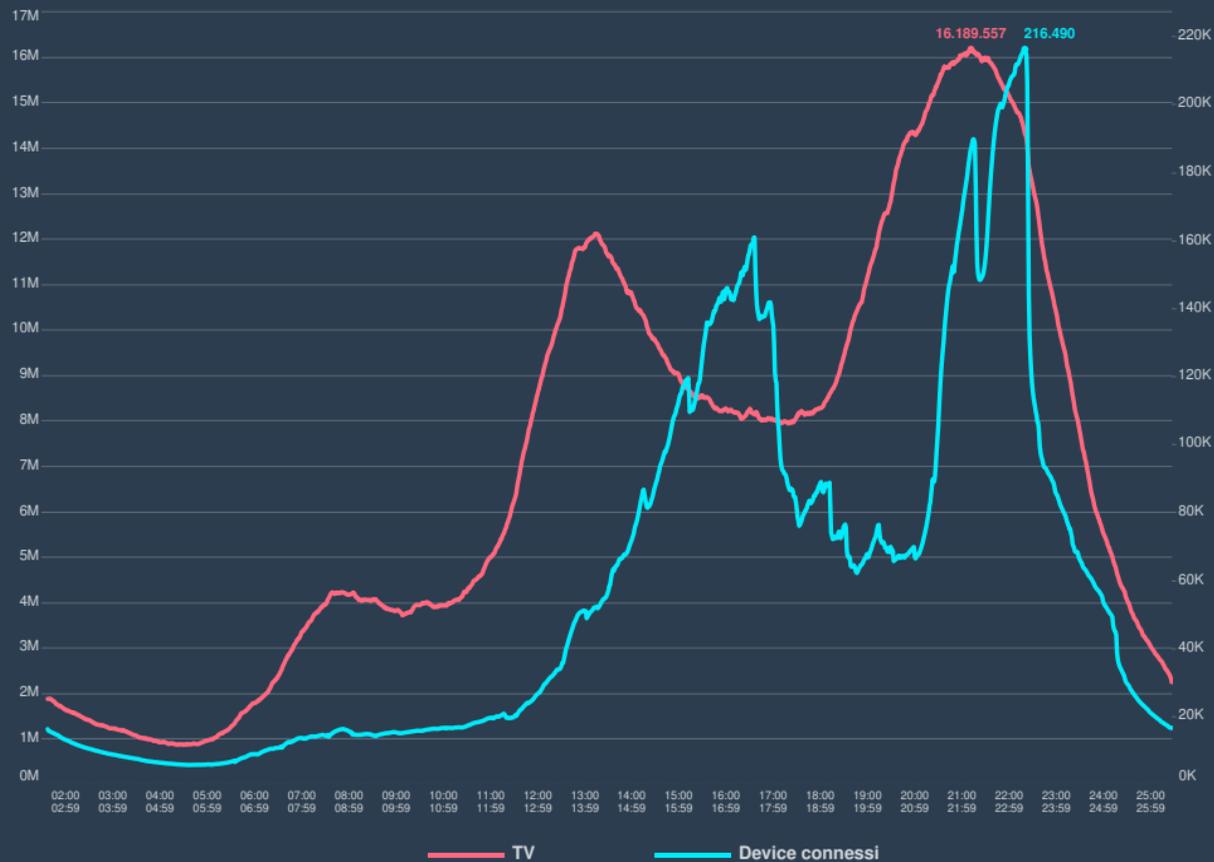
7.013.451 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

57.730 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



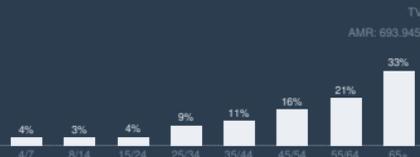
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



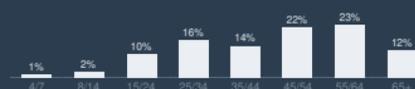
Discovery
AMR: 694.514

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



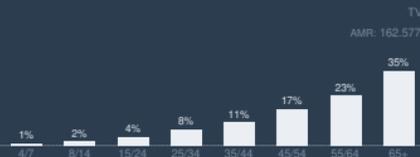
DEVICE CONNESSI
AMR: 569

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



NOVE
AMR: 162.701

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



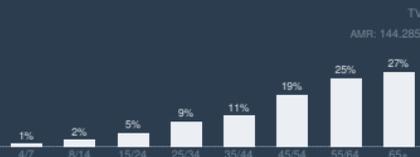
DEVICE CONNESSI
AMR: 124

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



REAL TIME
AMR: 144.431

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



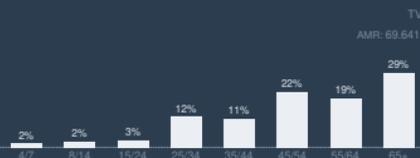
DEVICE CONNESSI
AMR: 145

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



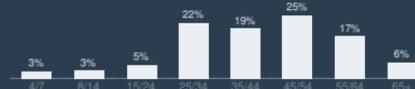
DMAX
AMR: 69.727

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



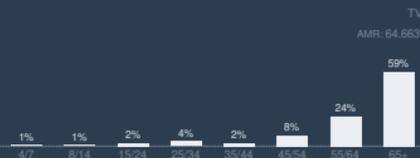
DEVICE CONNESSI
AMR: 87

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



GIALLO
AMR: 64.775

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 112

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



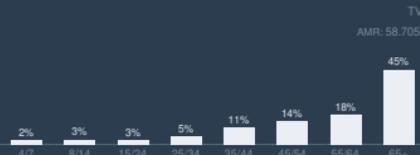
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



FOOD NETWORK
AMR: 58.719

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



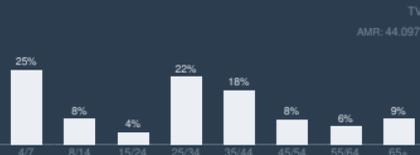
DEVICE CONNESSI
AMR: 15

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



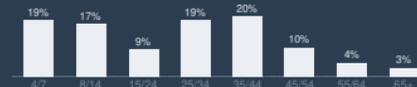
FRISBEE
AMR: 44.102

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



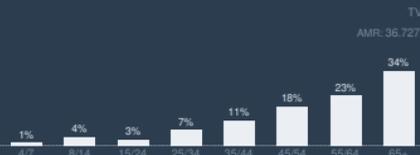
DEVICE CONNESSI
AMR: 5

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



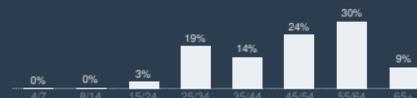
HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 36.749

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



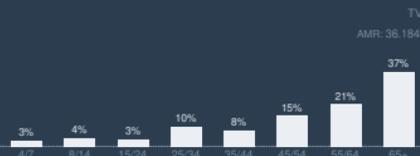
DEVICE CONNESSI
AMR: 23

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



MOTOR TREND
AMR: 36.219

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



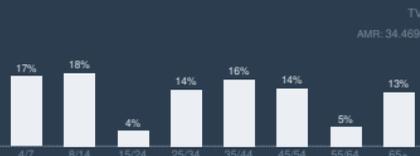
DEVICE CONNESSI
AMR: 35

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



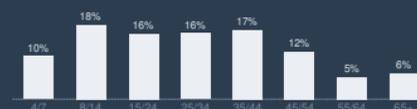
K2
AMR: 34.476

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



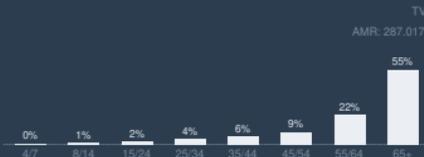
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 287.882

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



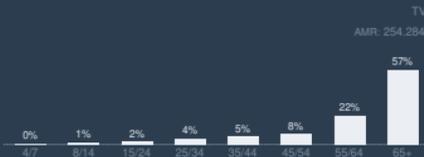
DEVICE CONNESSI
AMR: 865

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



LA7
AMR: 255.149

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



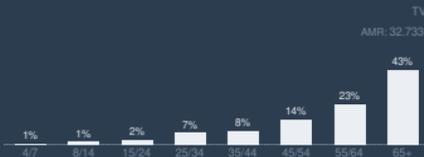
DEVICE CONNESSI
AMR: 865

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



LA7D
AMR: 32.733

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



total
audience
linear

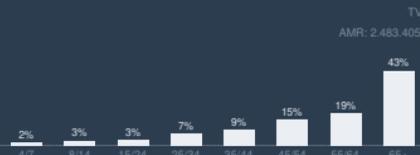
composizione
ascolto per
editore per
target



RTI - Mediaset

AMR: 2.497.880

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 14.475

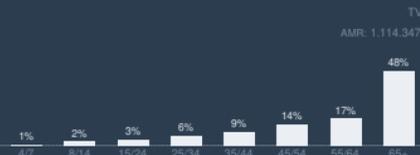
Donne **53**%
Uomini **47**%



CANALE 5

AMR: 1.121.902

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 7.555

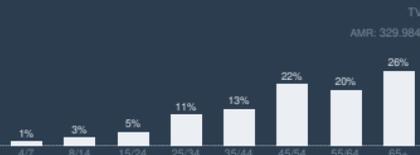
Donne **63**%
Uomini **37**%



ITALIA 1

AMR: 331.490

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.506

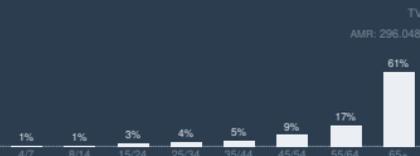
Donne **36**%
Uomini **64**%



RETE 4

AMR: 297.012

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 964

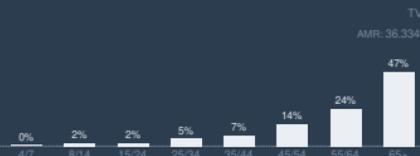
Donne **53**%
Uomini **47**%



TGCOM 24

AMR: 37.141

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 807

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



Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

**total
audience
linear**

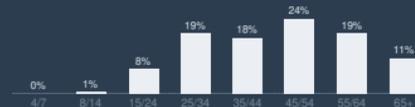
**composizione
ascolto per
editore per
target**



MEDIASET DIGITAL
AMR: 38

DEVICE CONNESSI
AMR: 38

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI

AMR: 2.551.314

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV

AMR: 2.531.663

DEVICE CONNESSI

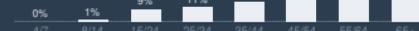
AMR: 19.651

Donne

35
%

Uomini

65
%



RAI 1

AMR: 1.244.923

Donne

60
%

Uomini

40
%



TV

AMR: 1.234.528

DEVICE CONNESSI

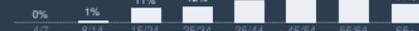
AMR: 10.394

Donne

34
%

Uomini

66
%



RAI 3

AMR: 425.664

Donne

56
%

Uomini

44
%



TV

AMR: 424.148

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.516

Donne

53
%

Uomini

47
%



RAI 2

AMR: 373.411

Donne

47
%

Uomini

53
%



TV

AMR: 369.741

DEVICE CONNESSI

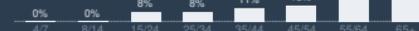
AMR: 3.670

Donne

24
%

Uomini

76
%



RAI 4

AMR: 120.609

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV

AMR: 119.919

DEVICE CONNESSI

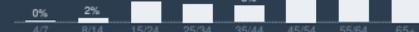
AMR: 690

Donne

51
%

Uomini

49
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI PREMIUM
AMR: 109.910

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 395

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



RAI MOVIE
AMR: 83.875

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 342

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



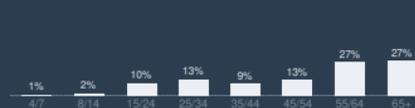
RAI SPORT
AMR: 44.192

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



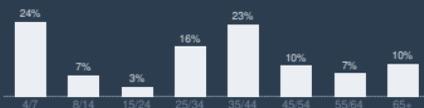
DEVICE CONNESSI
AMR: 405

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



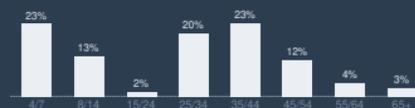
RAI YOYO
AMR: 43.707

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 51

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



RAI NEWS 24
AMR: 41.434

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.130

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



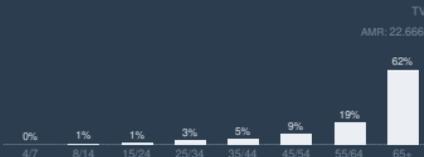
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 22.761

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



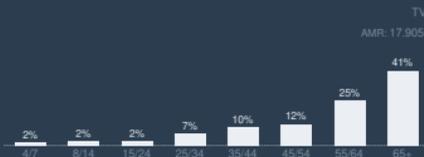
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 18.061

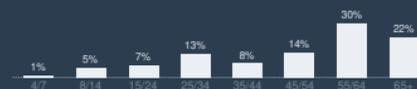
Donne **31**%
Uomini **69**%



DEVICE CONNESSI

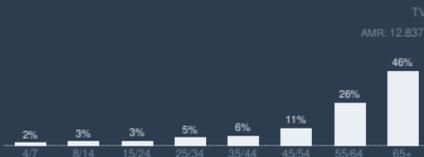
AMR: 156

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



RAI SCUOLA
AMR: 12.943

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



DEVICE CONNESSI

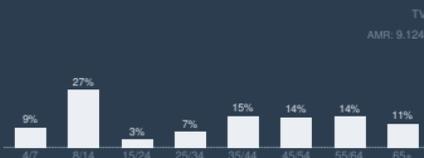
AMR: 106

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



RAI GULP
AMR: 9.156

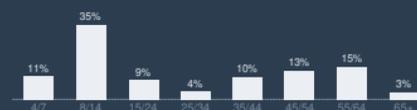
Donne **66**%
Uomini **34**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 32

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



RAIPLAY
AMR: 336

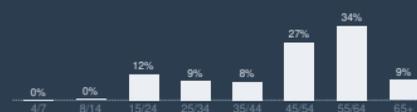
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 336

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

Sky Italia

AMR: 651.430

Donne

44%

Uomini

56%



TV

AMR: 629.261

DEVICE CONNESSI

AMR: 22.170

Donne

18%

Uomini

82%



TV8

AMR: 183.559

Donne

54%

Uomini

46%



TV

AMR: 182.941

DEVICE CONNESSI

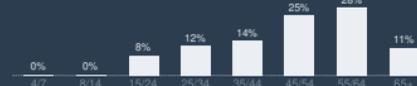
AMR: 618

Donne

23%

Uomini

77%



CIELO

AMR: 76.307

Donne

44%

Uomini

56%



TV

AMR: 76.167

DEVICE CONNESSI

AMR: 140

Donne

37%

Uomini

63%



SKY SPORT UNO

AMR: 72.944

Donne

35%

Uomini

65%



TV

AMR: 65.163

DEVICE CONNESSI

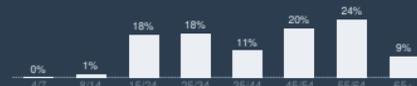
AMR: 7.781

Donne

15%

Uomini

85%



SKY SPORT TENNIS

AMR: 41.802

Donne

40%

Uomini

60%



TV

AMR: 36.104

DEVICE CONNESSI

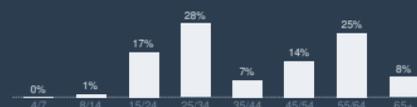
AMR: 5.697

Donne

22%

Uomini

78%



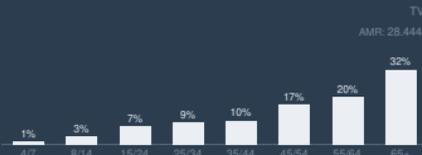
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



SKY SPORT 24
AMR: 29.089

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



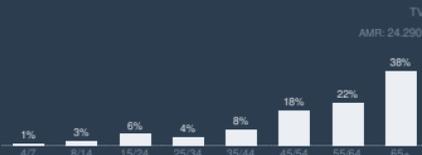
DEVICE CONNESSI
AMR: 645

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



SKY TG24
AMR: 24.882

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



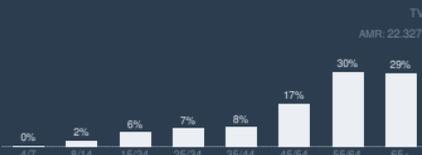
DEVICE CONNESSI
AMR: 592

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



SKY SPORT ARENA
AMR: 24.827

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



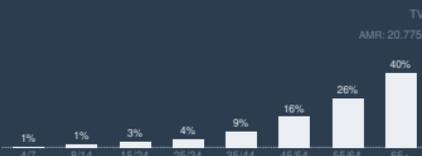
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.501

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



SKY TG24 (50)
AMR: 20.775

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



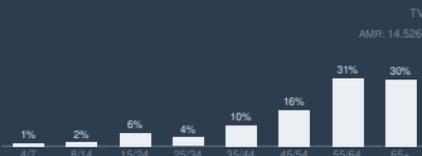
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 14.552

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 26

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



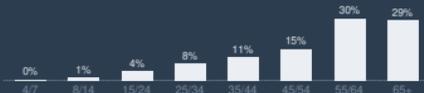
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

sky

SKY INVESTIGATION
AMR: 14.407

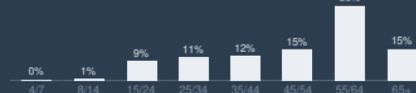
Donne **52**%
Uomini **48**%



TV
AMR: 14.325

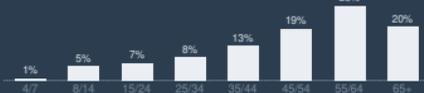
DEVICE CONNESSI
AMR: 82

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



SKY SPORT CALCIO
AMR: 13.962

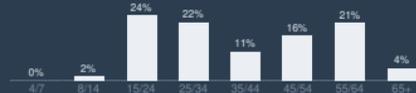
Donne **32**%
Uomini **68**%



TV
AMR: 13.184

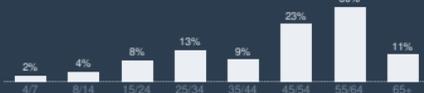
DEVICE CONNESSI
AMR: 778

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



SKY SPORT 4K
AMR: 12.648

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



TV
AMR: 12.648

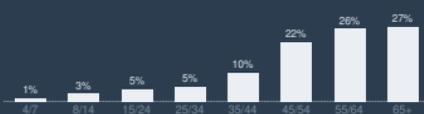
DEVICE CONNESSI
AMR:

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



SKY CINEMA UNO
AMR: 10.881

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



TV
AMR: 10.881

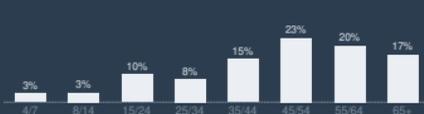
DEVICE CONNESSI
AMR:

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



SKY UNO
AMR: 10.408

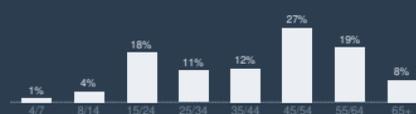
Donne **56**%
Uomini **44**%



TV
AMR: 10.341

DEVICE CONNESSI
AMR: 67

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



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:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

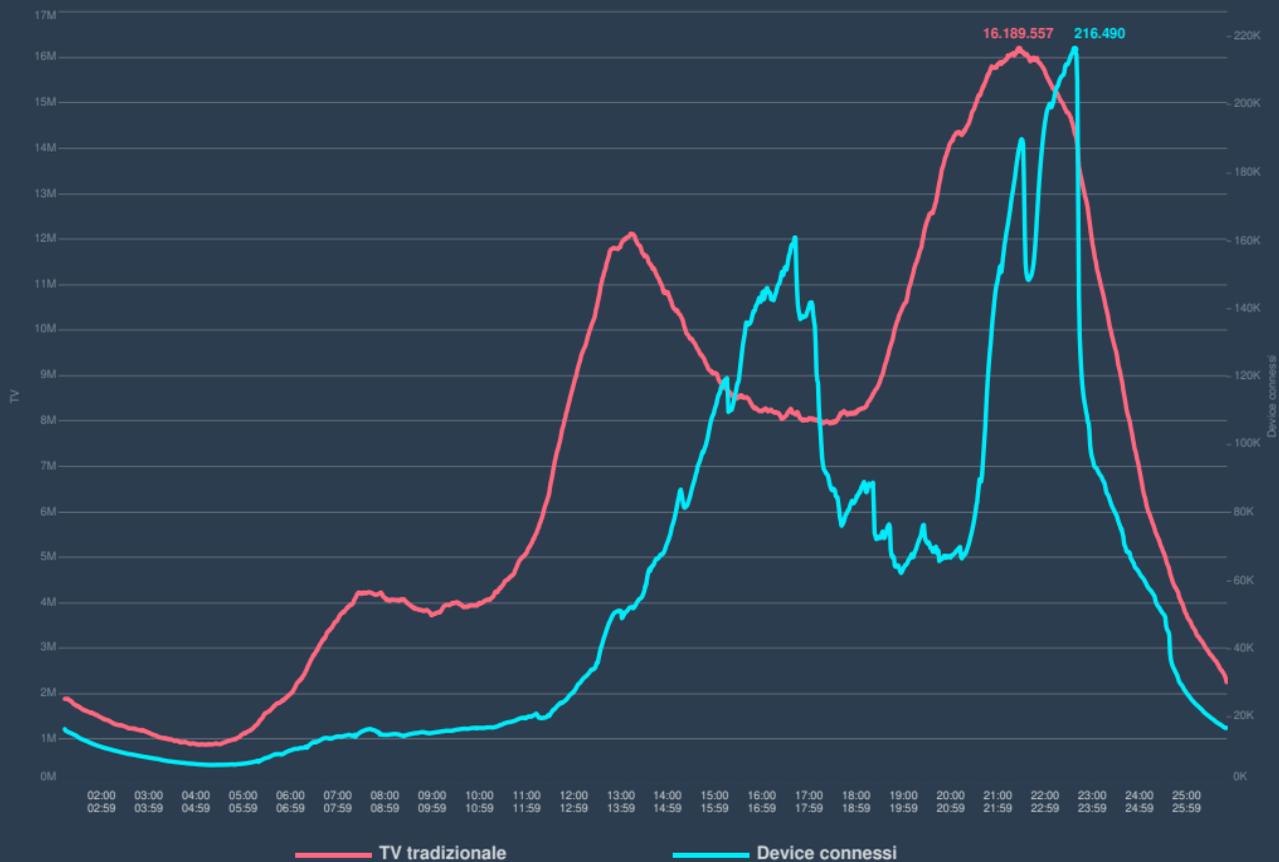
7.013.451 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

57.730 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN



total audience linear

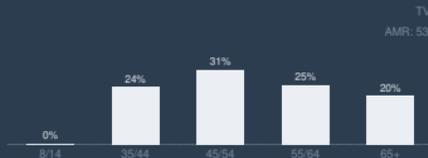
composizione ascolto per editore per target



DAZN
AMR: 53

Donne
31%

Uomini
69%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

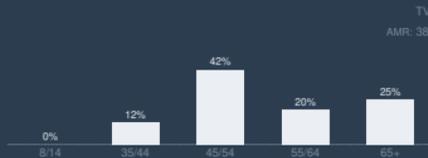
Uomini
%



ZONA DAZN
AMR: 38

Donne
21%

Uomini
79%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

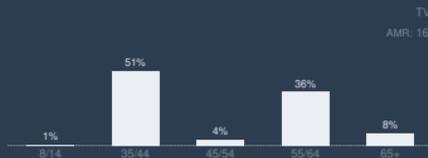
Uomini
%



ZONA DAZN 2
AMR: 16

Donne
55%

Uomini
45%



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:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

TV

DEVICE CONNESSI

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

Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

161.237 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

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



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

canale

sesto

età

total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



canale

secco

età

Discovery

AMR: 1.796

Donne

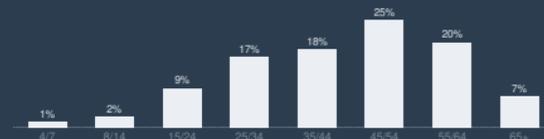
62

%

Uomini

38

%



REAL TIME

AMR: 947

Donne

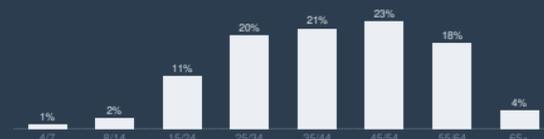
78

%

Uomini

22

%



NOVE

AMR: 329

Donne

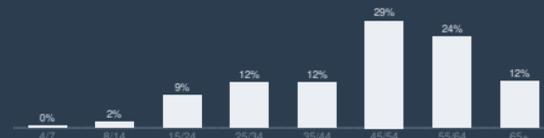
55

%

Uomini

45

%



DMAX

AMR: 196

Donne

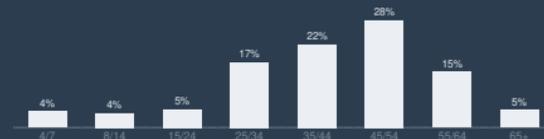
19

%

Uomini

81

%



MOTOR TREND

AMR: 47

Donne

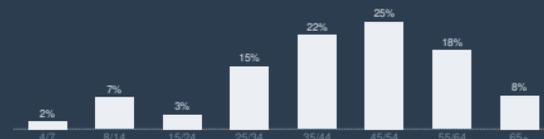
7

%

Uomini

93

%

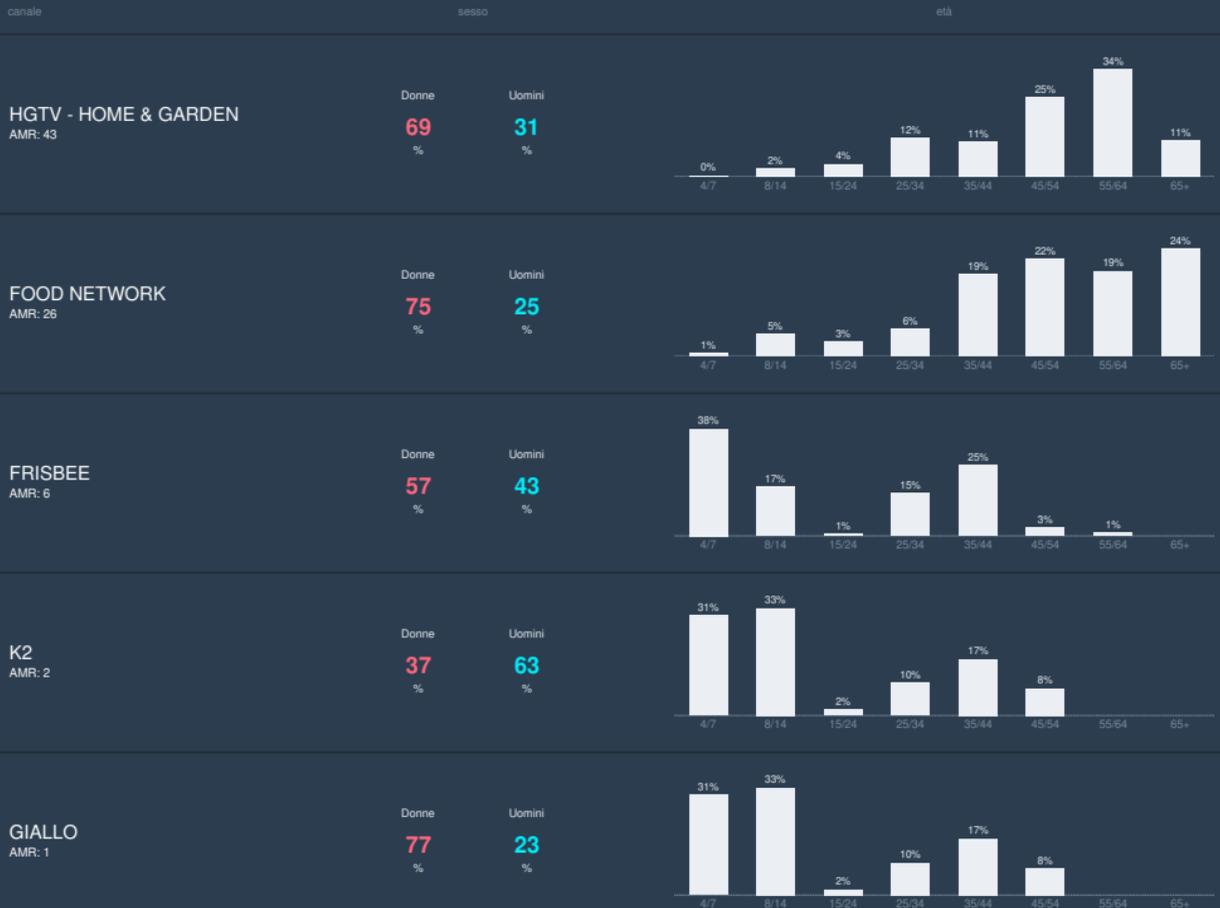


Dati relativi alla settimana Auditel:

7 luglio 2024 - 13 luglio 2024

total audience on demand

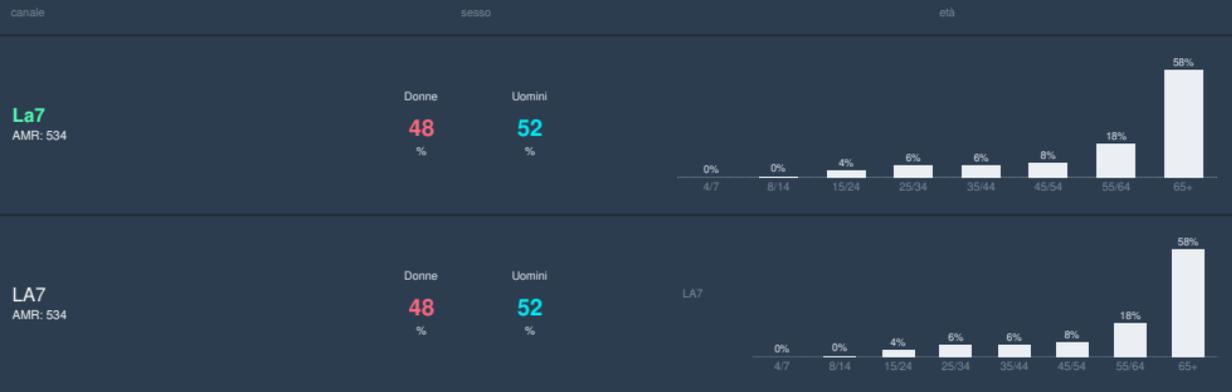
composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



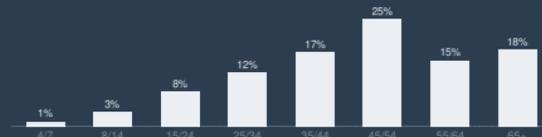
canale

seesso

età

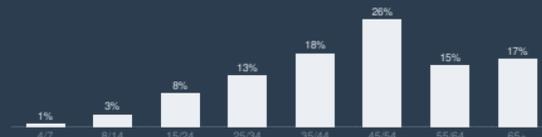
RTI - Mediaset
AMR: 99.655

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



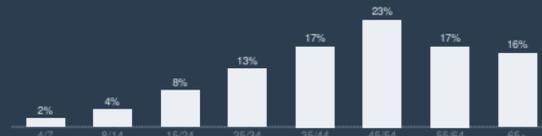
CANALE 5
AMR: 75.892

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



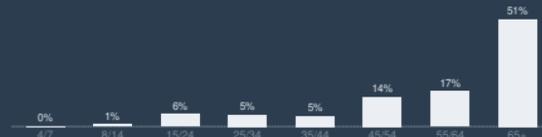
MEDIASET DIGITAL
AMR: 12.077

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



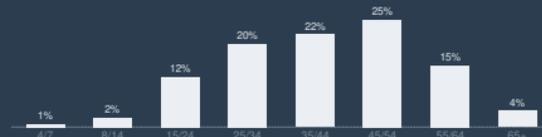
RETE 4
AMR: 4.600

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



ITALIA 1
AMR: 3.361

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



total audience on demand composizione ascolto per editore per target

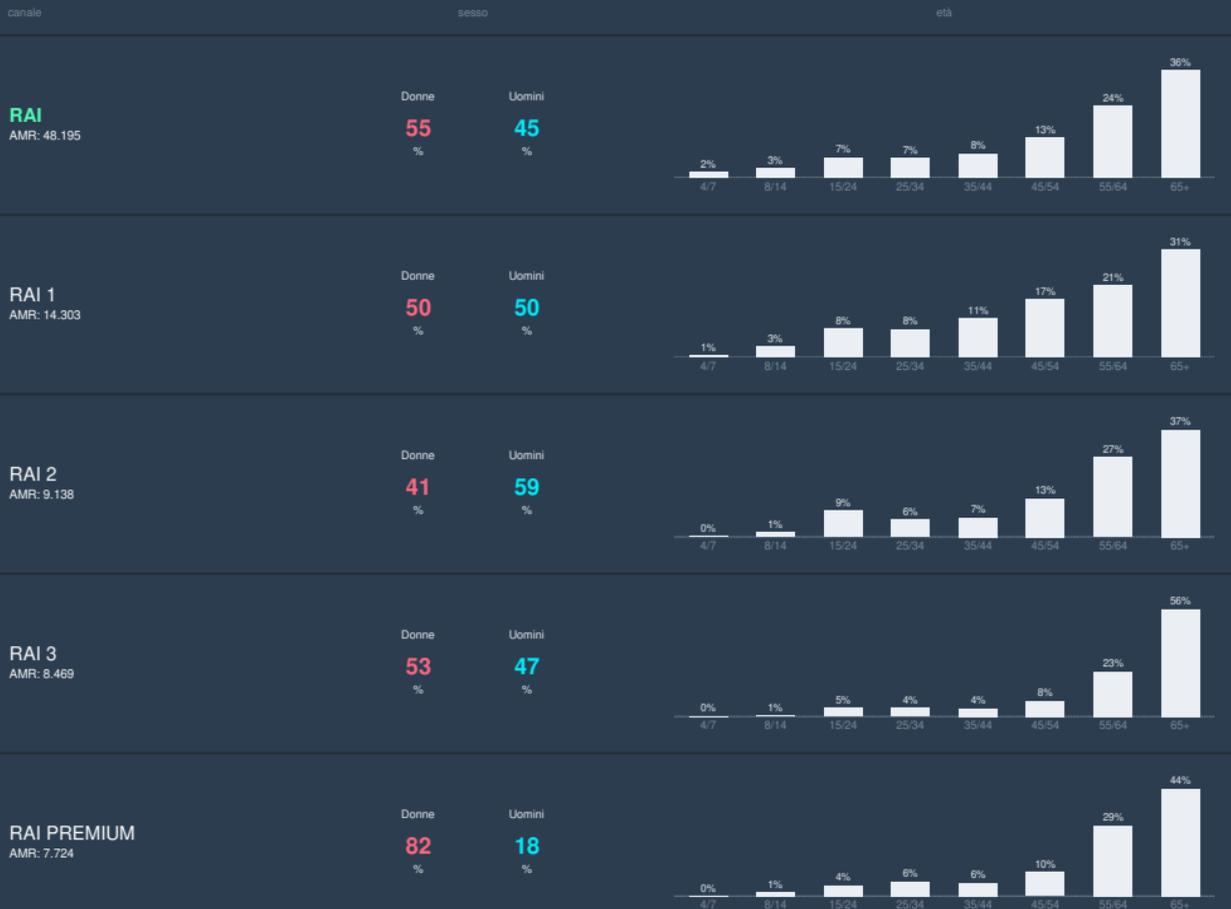


Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024



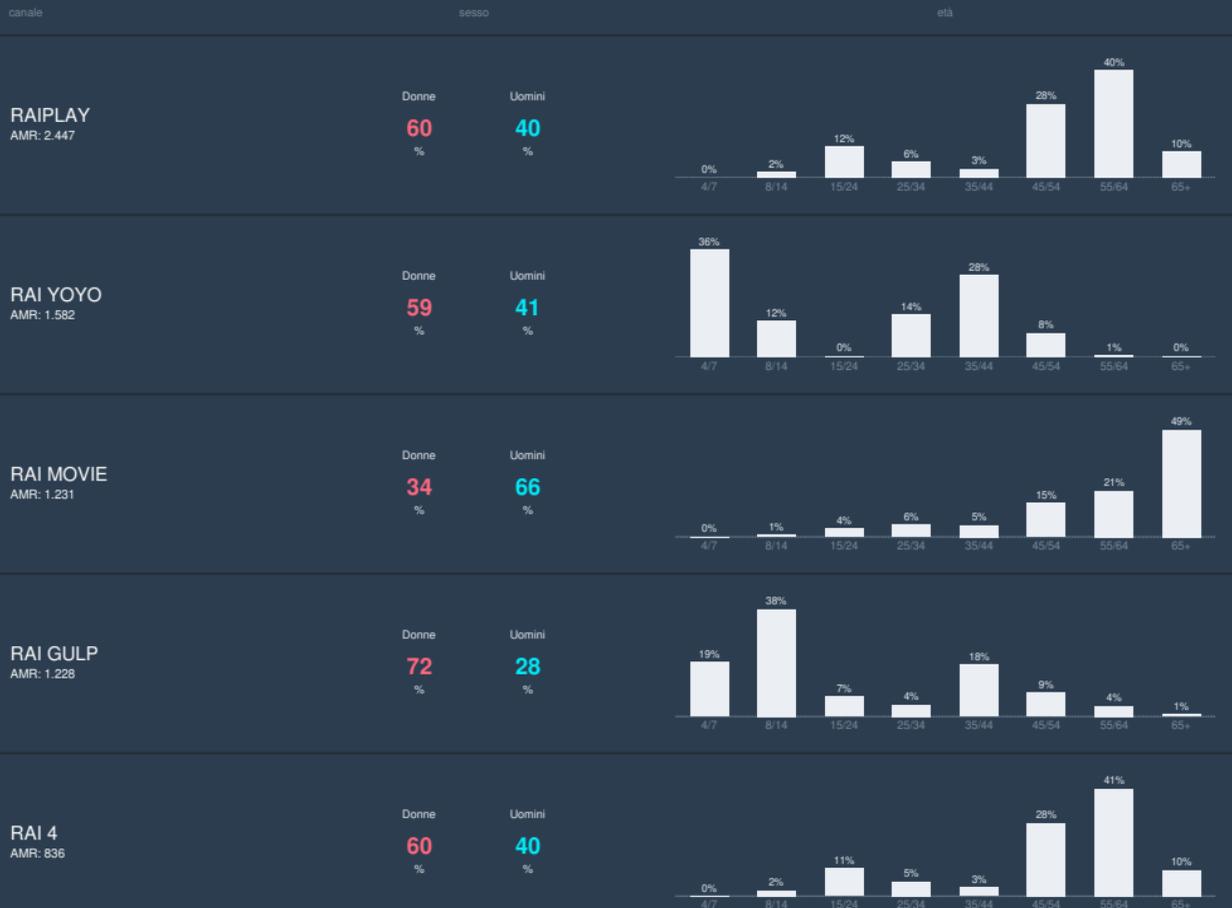
total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



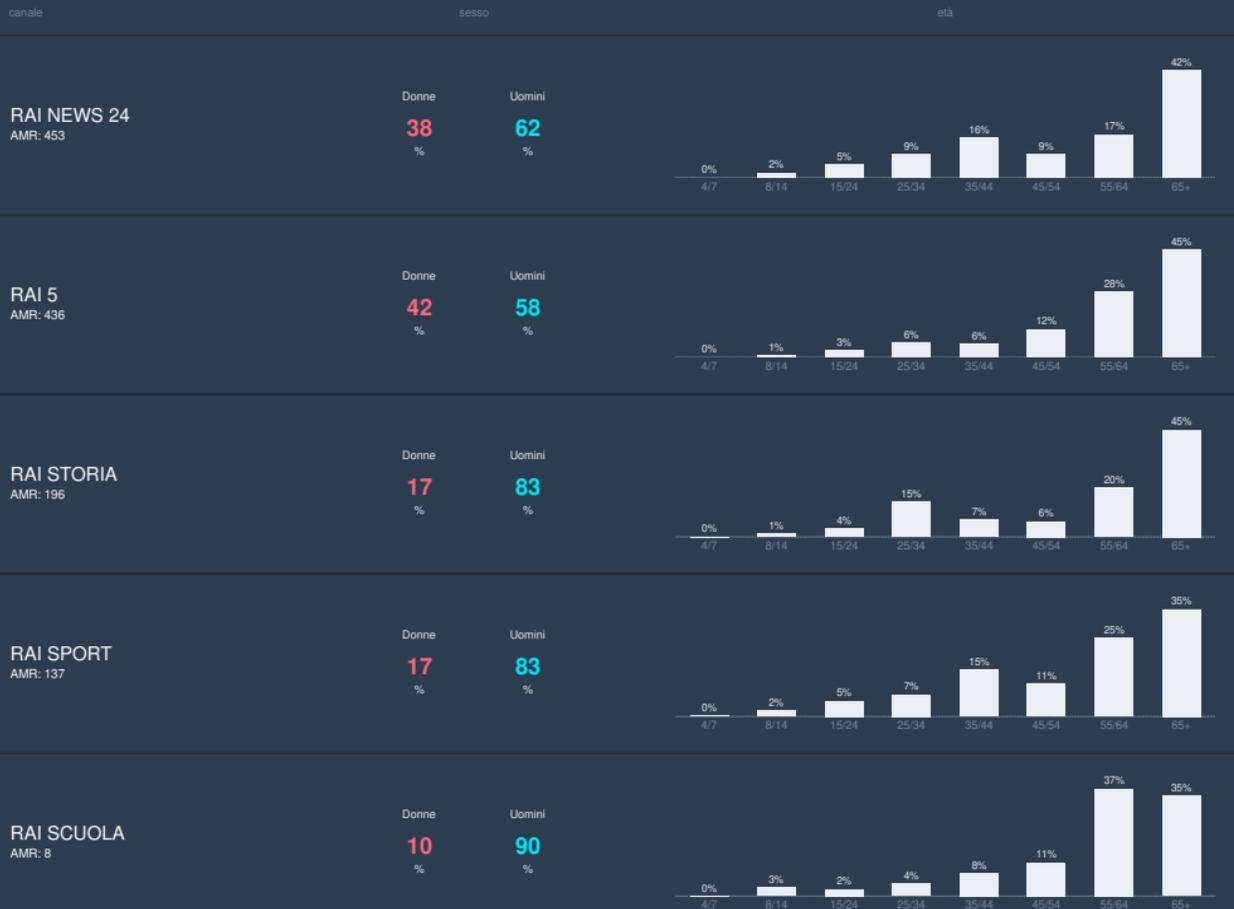
total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



total audience on demand

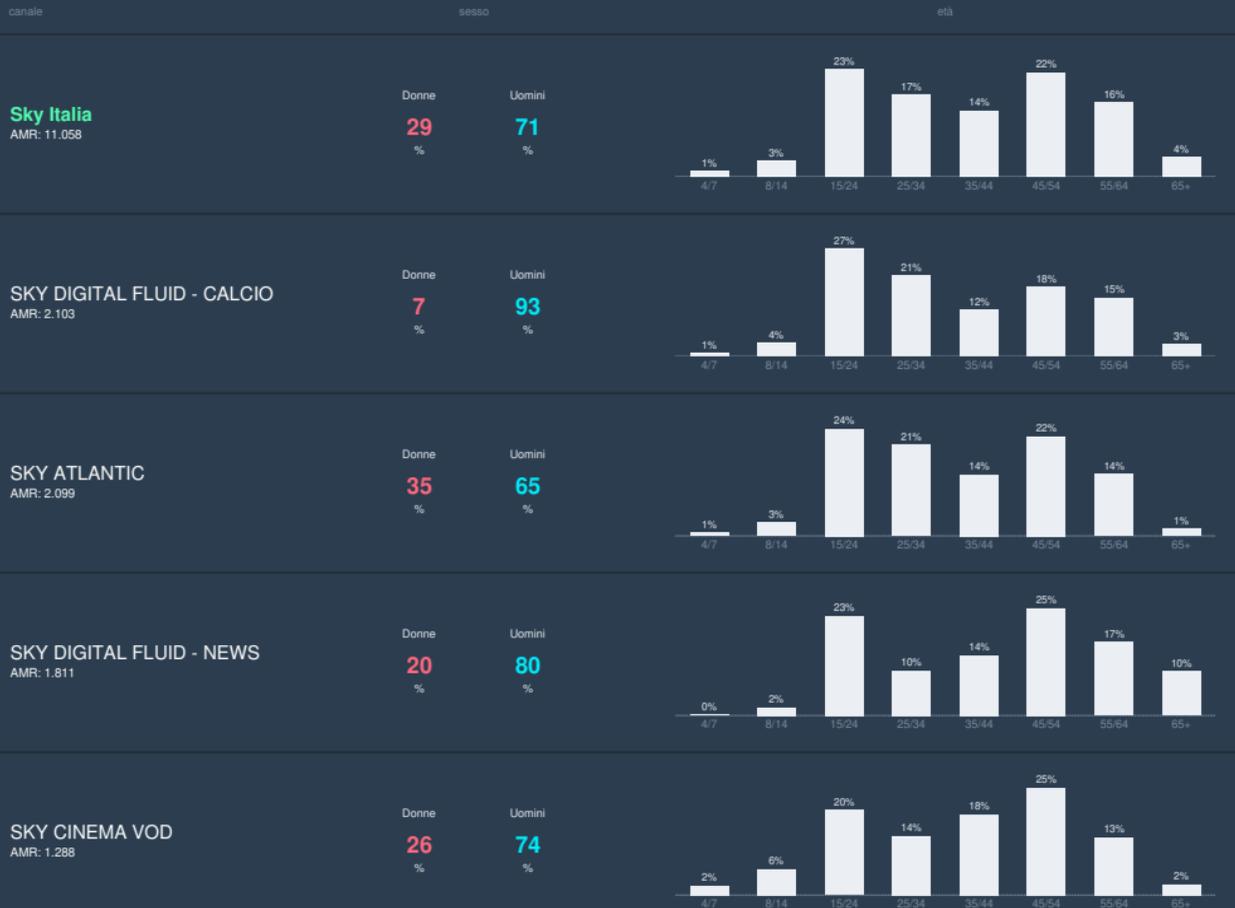
composizione ascolto per editore per target



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024



total audience on demand

composizione ascolto per editore per target



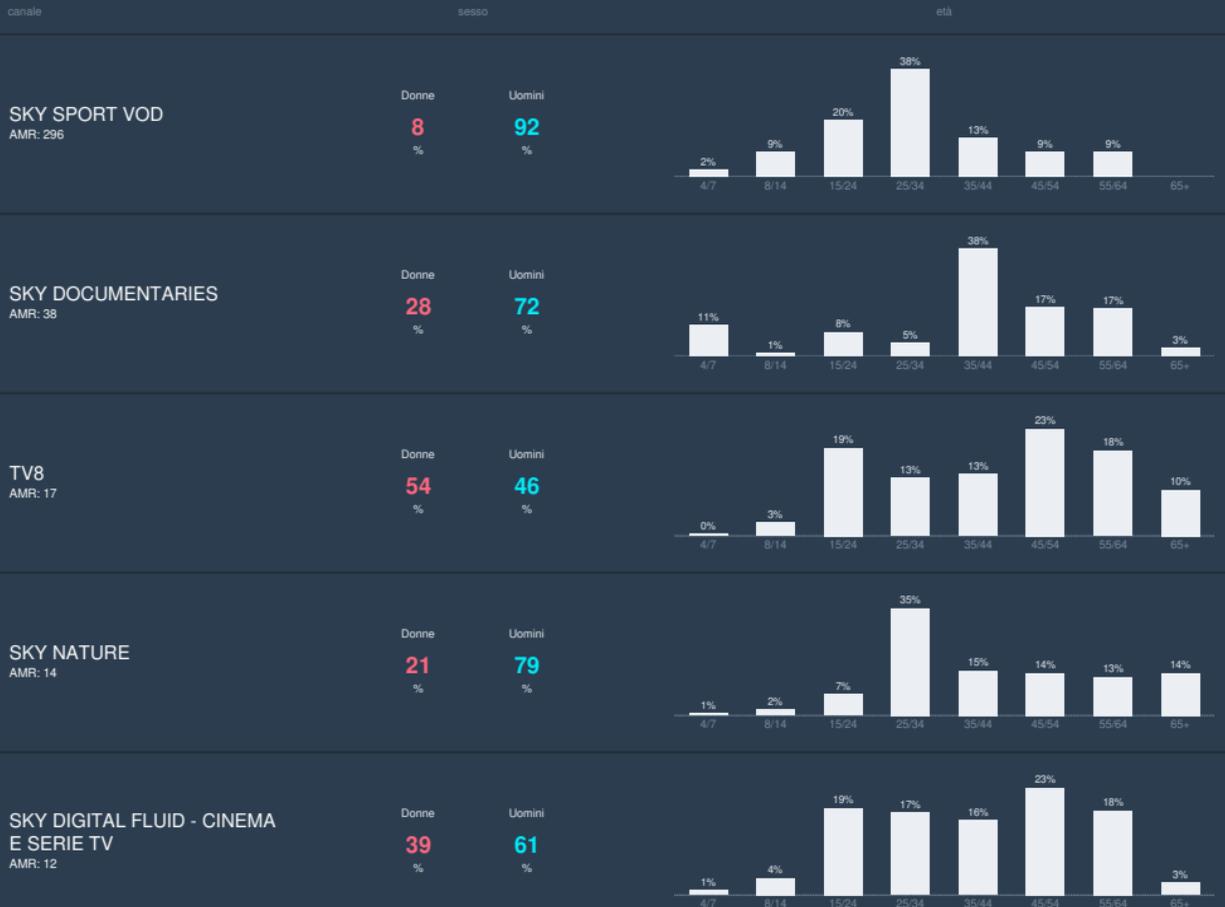
Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
7 luglio 2024 - 13 luglio 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):

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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

Auditel

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

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