



standard auditel total audience

Report Settimanale

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

7.043.681 ascoltatori medi (AMR)

1.183.338.390 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

689.150

Ascoltatori medi

Andamento AMR

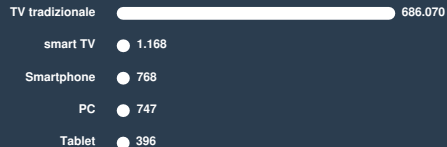
- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

283.391

Ascoltatori medi

Andamento AMR

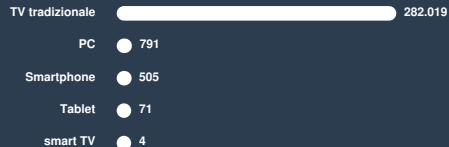
- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



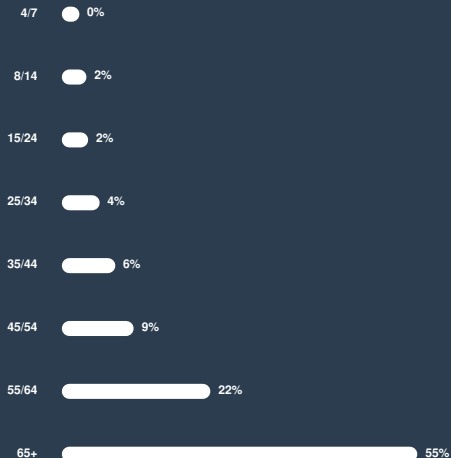
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



AMR Total Audience

2.585.757

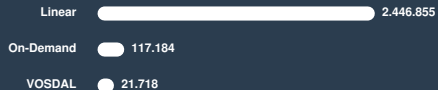
Ascoltatori medi

Andamento AMR

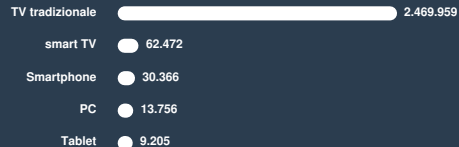
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

Rai

AMR Total Audience

2.521.217

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



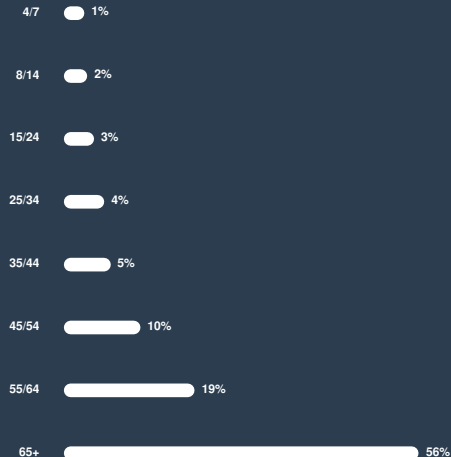
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

sky

AMR Total Audience

568.969

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 17%

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:

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

7.044.206 ascoltatori medi (AMR)

1.183.426.688 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

606

Ascoltatori medi

Andamento AMR

Su settimana precedente

Linear vs VOD

On-Demand  533

Linear  73

Dettaglio Device

smart TV  439

TV tradizionale  81

Smartphone  43

PC  27

Tablet  17

Sesso

Donne

26%

Uomini

74%

Età

4/7  1%

8/14  4%

15/24  11%

25/34  10%

35/44  12%

45/54  18%

55/64  17%

65+  27%

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

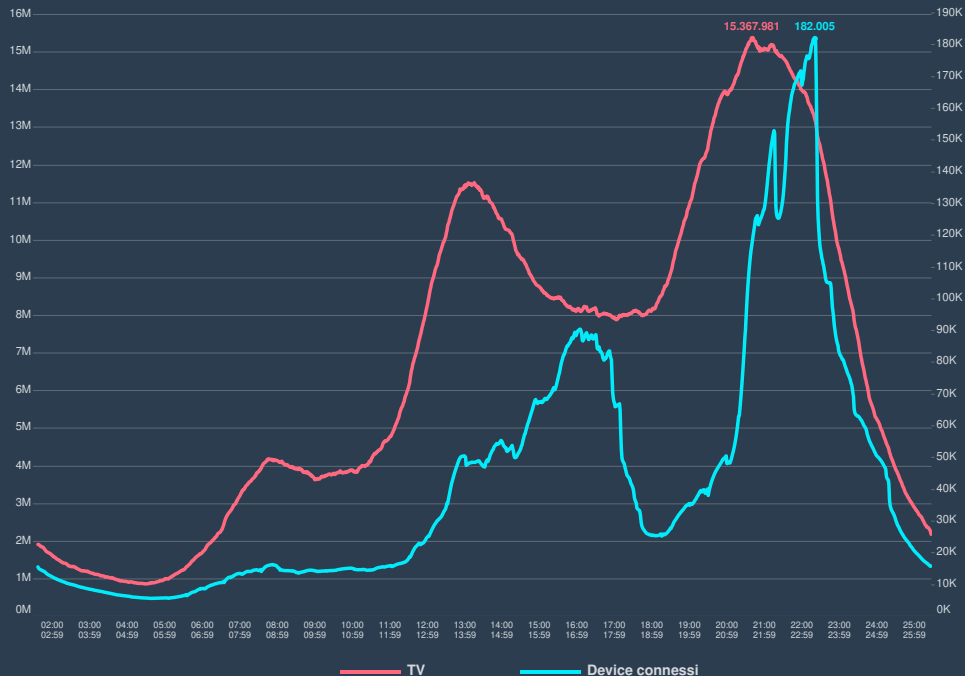
6.775.652 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

42.977 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

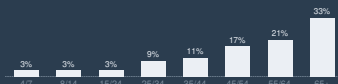


Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

Discovery AMR: 681.745

Donne
54
%

Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI AMR: 581

Donne
49
%

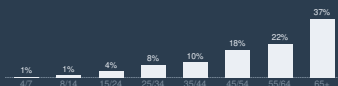
Uomini
51
%



NOVE AMR: 160.268

Donne
55
%

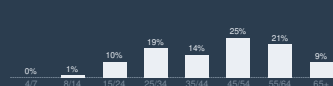
Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI AMR: 130

Donne
47
%

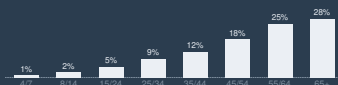
Uomini
53
%



REAL TIME AMR: 135.275

Donne
67
%

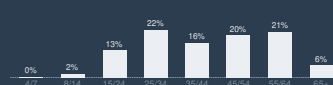
Uomini
33
%



DEVICE CONNESSI AMR: 150

Donne
67
%

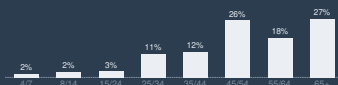
Uomini
33
%



DMAX AMR: 68.766

Donne
36
%

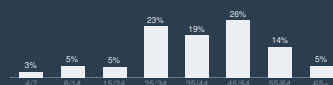
Uomini
64
%



DEVICE CONNESSI AMR: 86

Donne
16
%

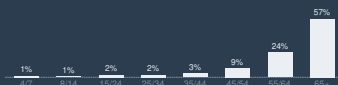
Uomini
84
%



GIALLO AMR: 62.371

Donne
65
%

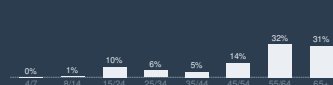
Uomini
35
%



DEVICE CONNESSI AMR: 112

Donne
66
%

Uomini
34
%



total
audience
linear

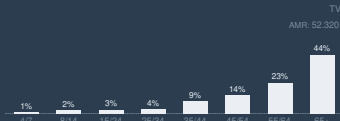
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

FOOD NETWORK
AMR: 52.334

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



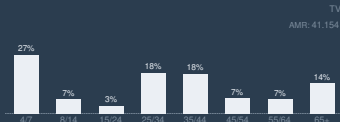
DEVICE CONNESSI
AMR: 14

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



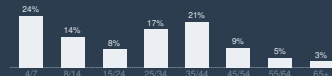
FRISBEE
AMR: 41.159

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



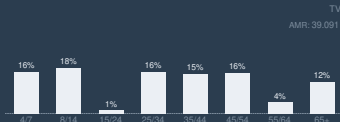
DEVICE CONNESSI
AMR: 5

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



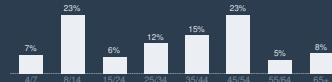
K2
AMR: 39.099

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



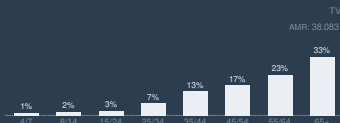
DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 38.107

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



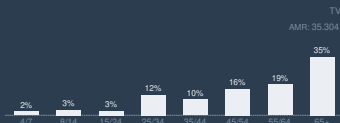
DEVICE CONNESSI
AMR: 24

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



MOTOR TREND
AMR: 35.339

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 35

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



total audience linear

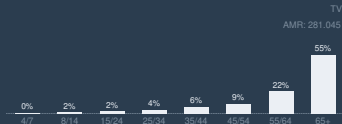
composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 281.819

Donne
54
%

Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 774

Donne
47
%

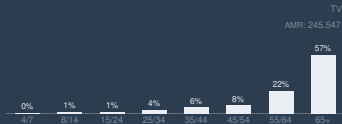
Uomini
53
%



LA7
AMR: 246.321

Donne
51
%

Uomini
49
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 774

Donne
47
%

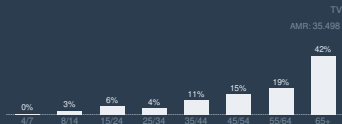
Uomini
53
%



LA7D
AMR: 35.498

Donne
69
%

Uomini
31
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

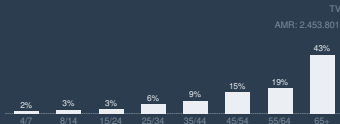


Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.468.572

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 14.772

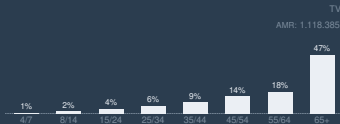
Donne **55**%
Uomini **45**%



CANALE 5

AMR: 1.126.518

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 8.134

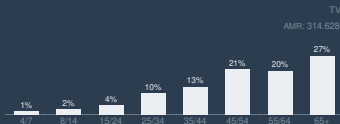
Donne **64**%
Uomini **36**%



ITALIA 1

AMR: 316.138

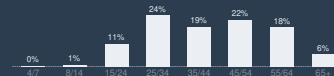
Donne **52**%
Uomini **48**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.510

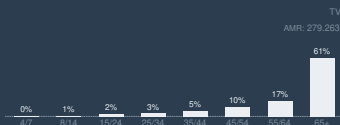
Donne **40**%
Uomini **60**%



RETE 4

AMR: 280.188

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 925

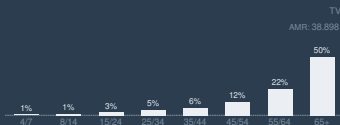
Donne **56**%
Uomini **44**%



TGCOM 24

AMR: 39.756

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 857

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

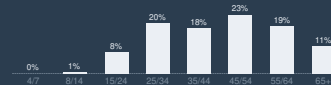


Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 44

DEVICE CONNESSI
AMR: 44

Donne	Uomini
63	37
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

RAI

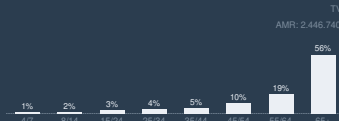
AMR: 2.465.116

Donne

55
%

Uomini

45
%



DEVICE CONNESSI

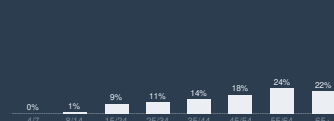
AMR: 18.376

Donne

36
%

Uomini

64
%



RAI 1

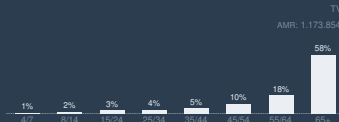
AMR: 1.182.724

Donne

60
%

Uomini

40
%



DEVICE CONNESSI

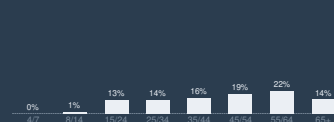
AMR: 8.870

Donne

37
%

Uomini

63
%



RAI 3

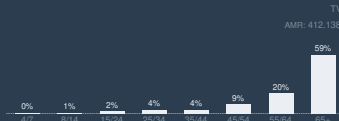
AMR: 413.340

Donne

55
%

Uomini

45
%



DEVICE CONNESSI

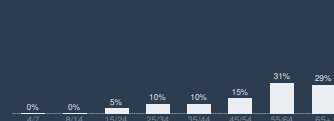
AMR: 1.202

Donne

47
%

Uomini

53
%



RAI 2

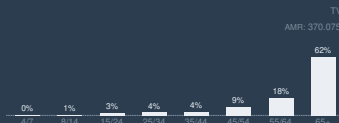
AMR: 374.317

Donne

44
%

Uomini

55
%



DEVICE CONNESSI

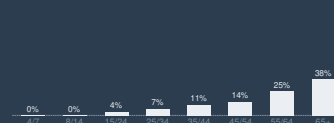
AMR: 4.242

Donne

21
%

Uomini

79
%



RAI 4

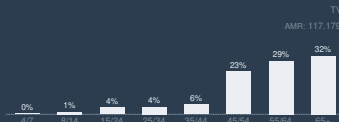
AMR: 117.800

Donne

54
%

Uomini

46
%



DEVICE CONNESSI

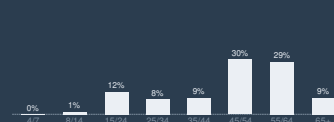
AMR: 620

Donne

50
%

Uomini

50
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

RAI PREMIUM AMR: 114.459

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



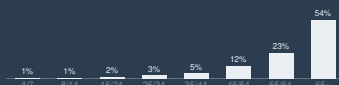
DEVICE CONNESSI AMR: 420

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



RAI MOVIE AMR: 78.369

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



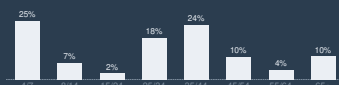
DEVICE CONNESSI AMR: 349

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



RAI YOYO AMR: 42.264

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



DEVICE CONNESSI AMR: 48

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



RAI NEWS 24 AMR: 42.112

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



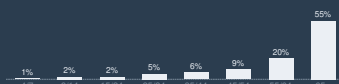
DEVICE CONNESSI AMR: 1.154

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



RAI SPORT AMR: 39.599

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



DEVICE CONNESSI AMR: 416

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

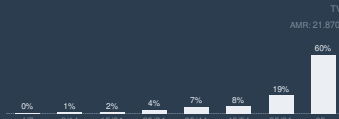


Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

RAI 5
AMR: 21.965

Donne
49
%

Uomini
51
%



DEVICE CONNESSI

Donne
47
%

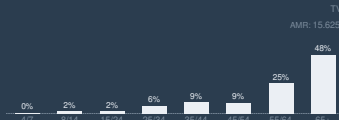
Uomini
53
%



RAI STORIA
AMR: 15.780

Donne
34
%

Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 155

Donne
27
%

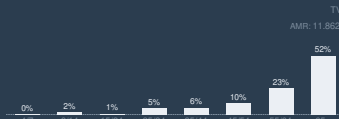
Uomini
73
%



RAI SCUOLA
AMR: 11.969

Donne
31
%

Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 107

Donne
22
%

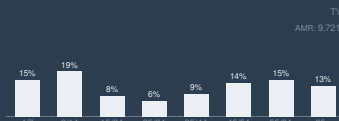
Uomini
78
%



RAI GULP
AMR: 9.750

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 29

Donne
54
%

Uomini
46
%



RAIPLAY
AMR: 354

Donne
%

Uomini
%



DEVICE CONNESSI

AMR: 354

Donne
53
%

Uomini
47
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

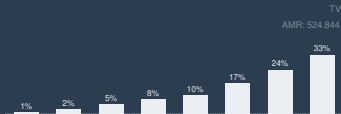
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

Sky Italia AMR: 533.320

Donne
46
%

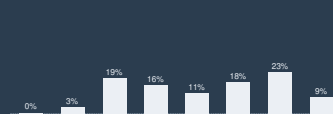
Uomini
54
%



DEVICE CONNESSI AMR: 8.475

Donne
18
%

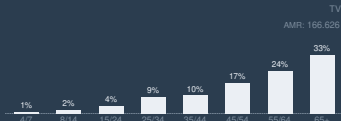
Uomini
82
%



TV8 AMR: 166.951

Donne
58
%

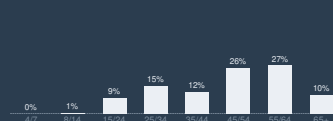
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI AMR: 325

Donne
40
%

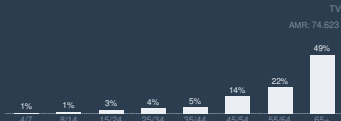
Uomini
60
%



CIELO AMR: 74.752

Donne
45
%

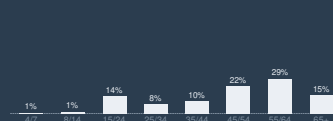
Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI AMR: 129

Donne
39
%

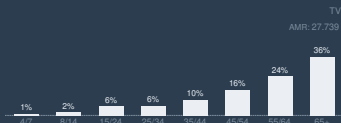
Uomini
61
%



SKY TG24 AMR: 28.396

Donne
41
%

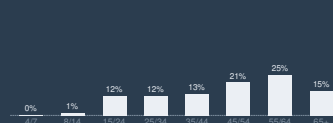
Uomini
59
%



DEVICE CONNESSI AMR: 657

Donne
27
%

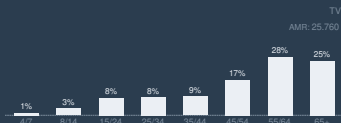
Uomini
73
%



SKY SPORT UNO AMR: 26.128

Donne
33
%

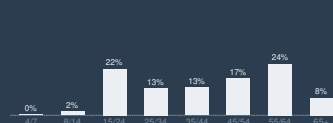
Uomini
67
%



DEVICE CONNESSI AMR: 2.369

Donne
16
%

Uomini
84
%



total
audience
linear

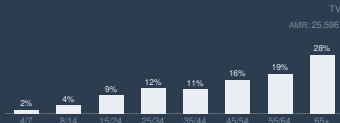
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

SKY SPORT 24
AMR: 26.216

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



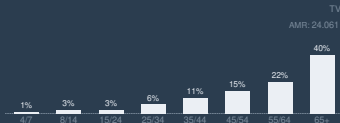
DEVICE CONNESSI
AMR: 620

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



SKY TG24 (50)
AMR: 24.061

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



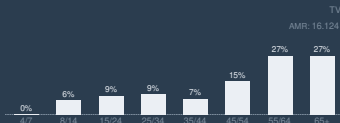
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



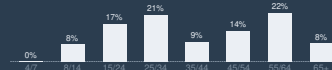
SKY SPORT TENNIS
AMR: 17.782

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



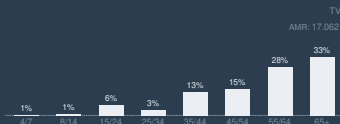
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.658

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



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 17.093

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



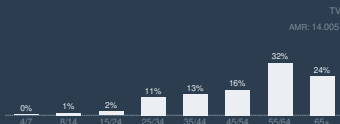
DEVICE CONNESSI
AMR: 31

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



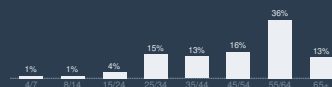
SKY INVESTIGATION
AMR: 14.087

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 83

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



total
audience
linear

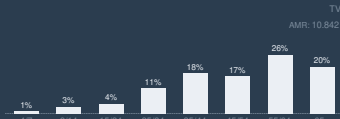
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

SKY CINEMA UNO
AMR: 10.842

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



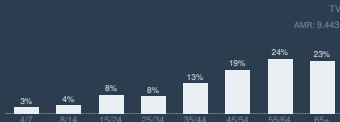
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



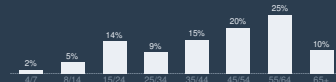
SKY UNO
AMR: 9.505

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



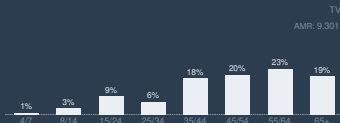
DEVICE CONNESSI
AMR: 61

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



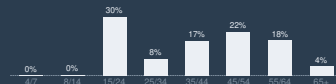
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 9.406

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



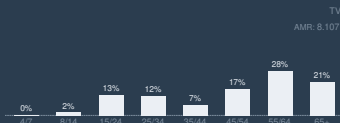
DEVICE CONNESSI
AMR: 104

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



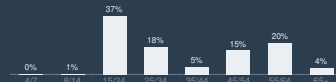
SKY SPORT F1
AMR: 8.956

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



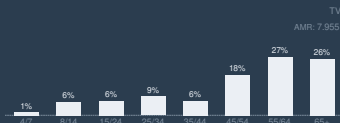
DEVICE CONNESSI
AMR: 849

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



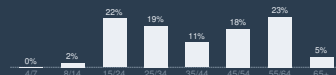
SKY SPORT CALCIO
AMR: 8.490

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 536

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



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:

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

6.775.652 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

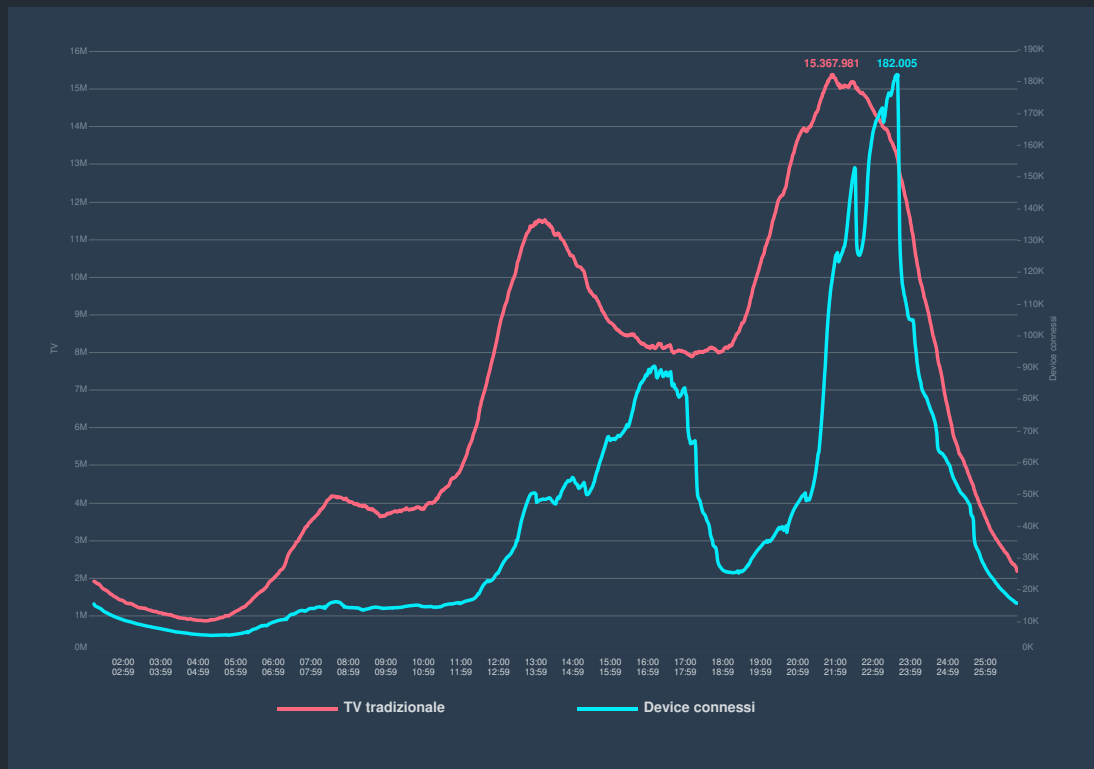
42.977 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori con DAZN

Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total
audience
linear

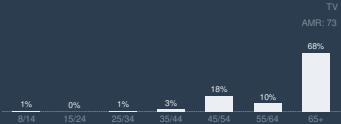
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN
AMR: 73

Donne
39
%

Uomini
61
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

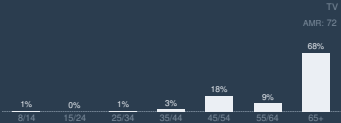
Uomini
%



ZONA DAZN
AMR: 72

Donne
39
%

Uomini
61
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

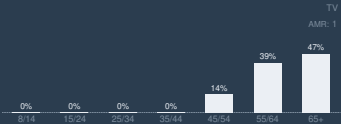
Uomini
%



ZONA DAZN 2
AMR: 1

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



TV

DEVICE CONNESSI

TV

DEVICE CONNESSI

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



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

total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



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

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

Dati relativi alla settimana Auditel:

14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

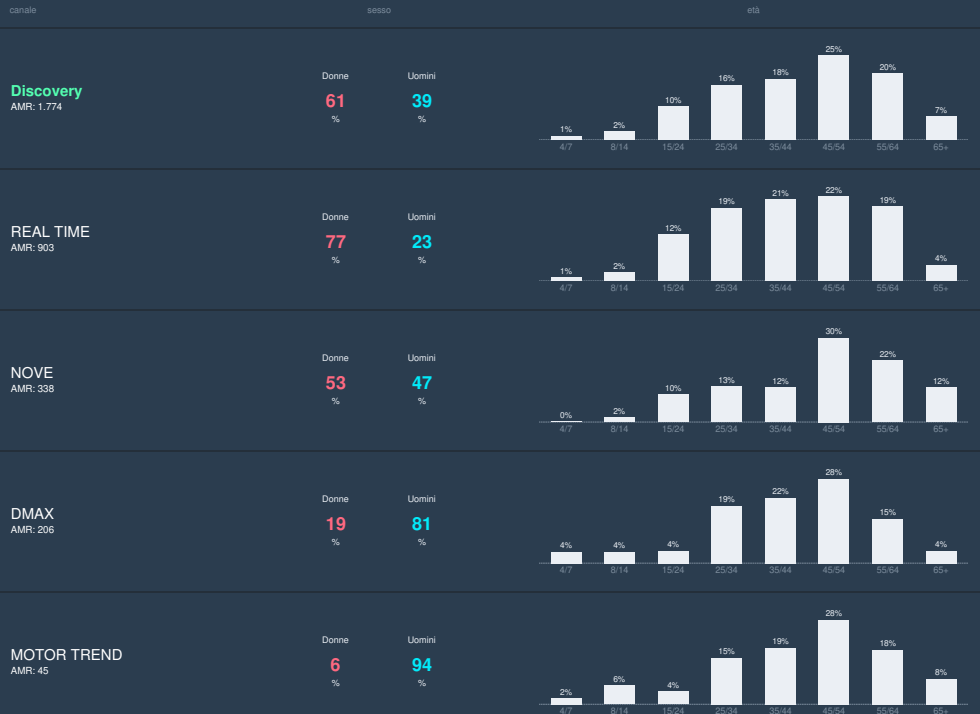
163.138 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



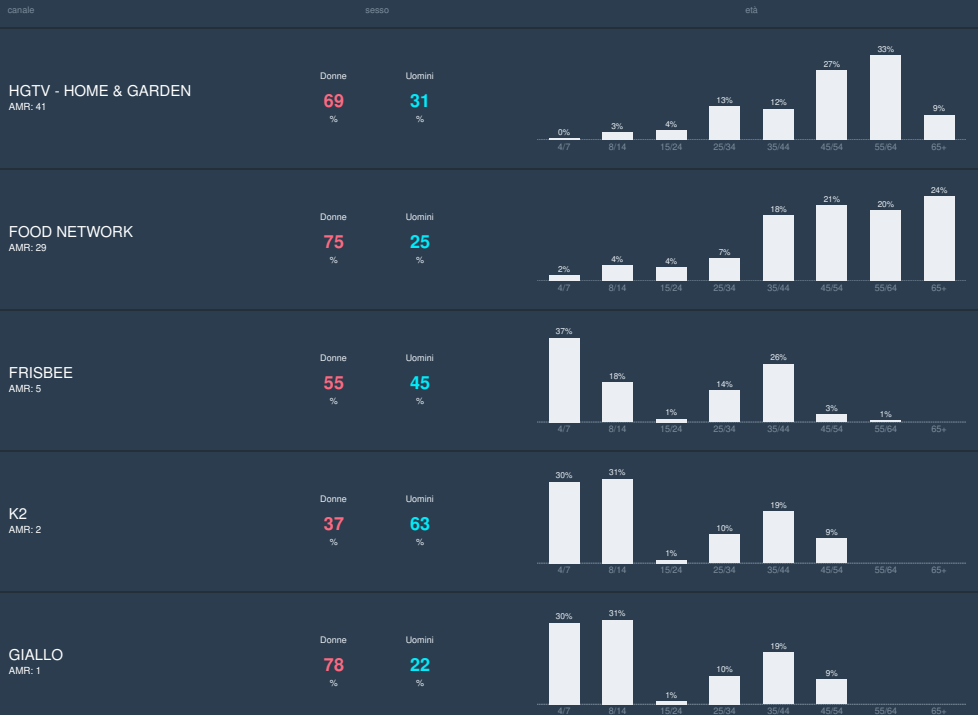
Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



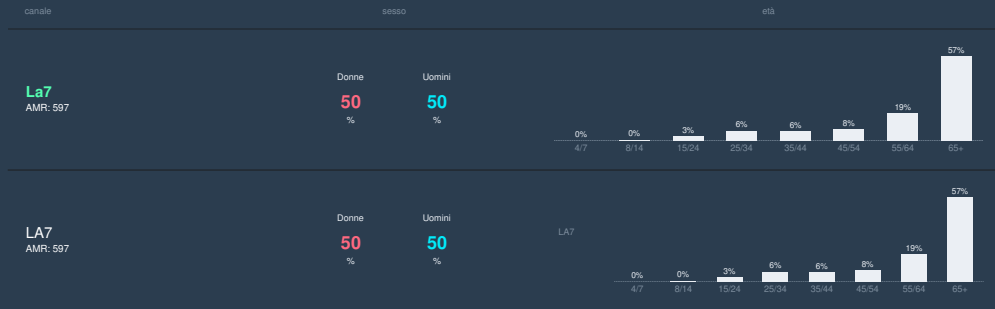
Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

canale

seesso

età

RTI - Mediaset

AMR: 100.929

Donne

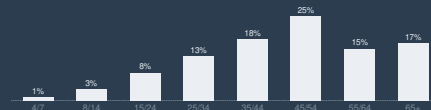
66

%

Uomini

34

%



CANALE 5

AMR: 75.684

Donne

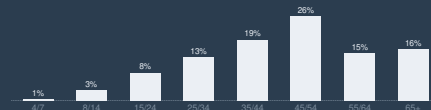
69

%

Uomini

31

%



MEDIASET DIGITAL

AMR: 12.686

Donne

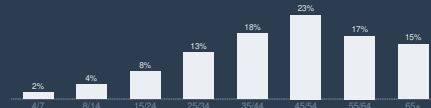
59

%

Uomini

41

%



RETE 4

AMR: 4.561

Donne

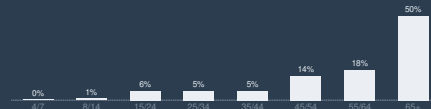
62

%

Uomini

38

%



ITALIA 1

AMR: 4.195

Donne

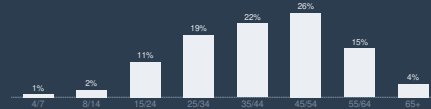
42

%

Uomini

58

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 711

Donne

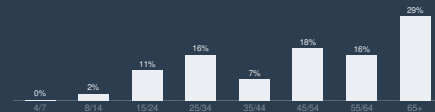
27

%

Uomini

73

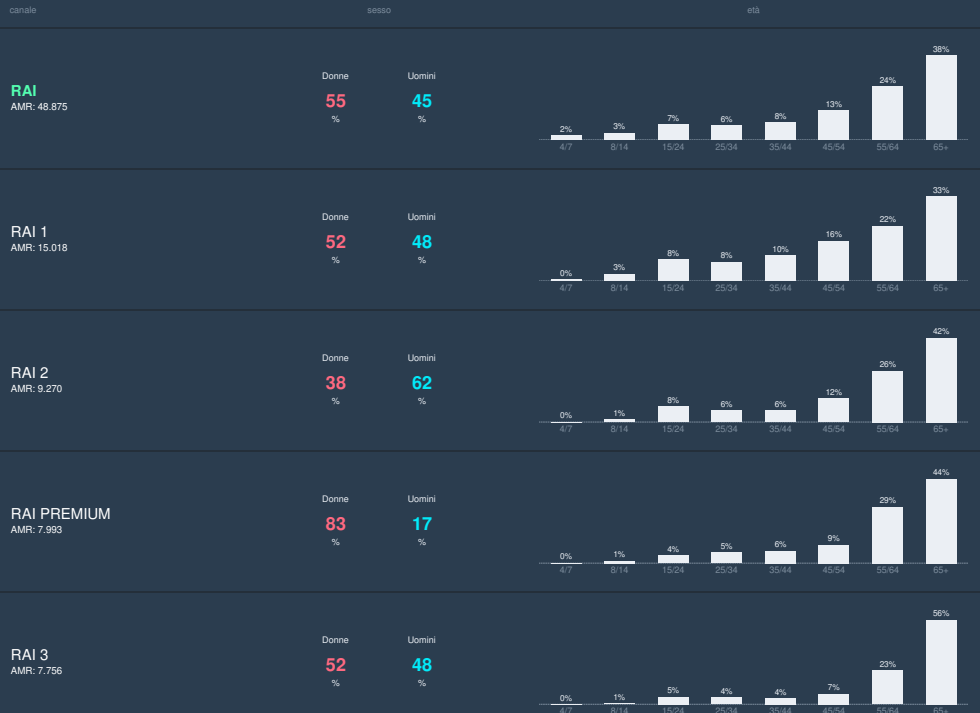
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



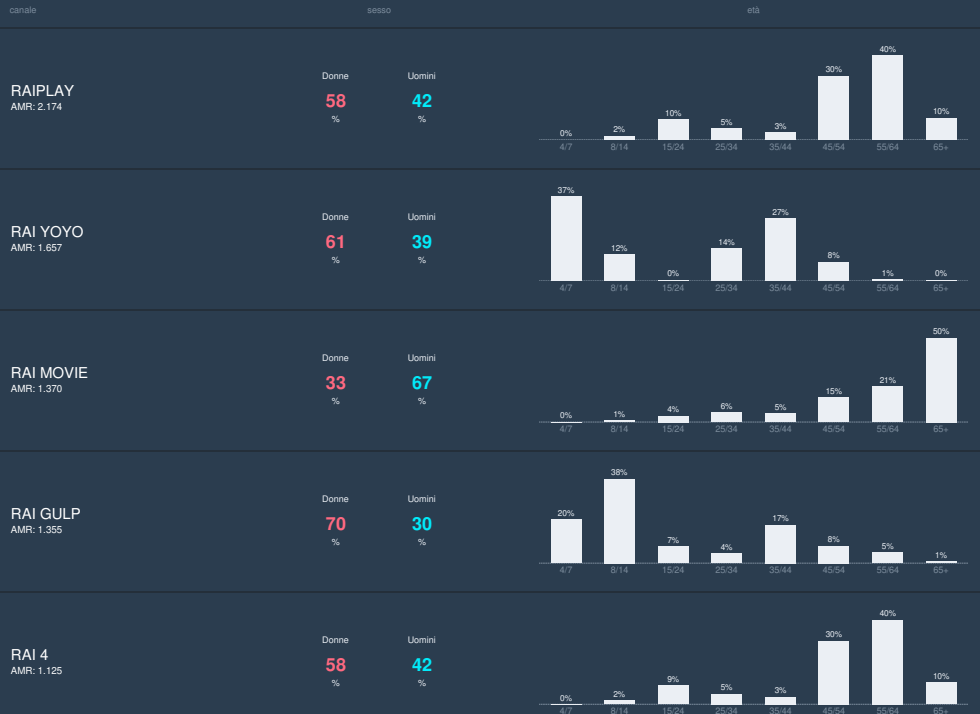
Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



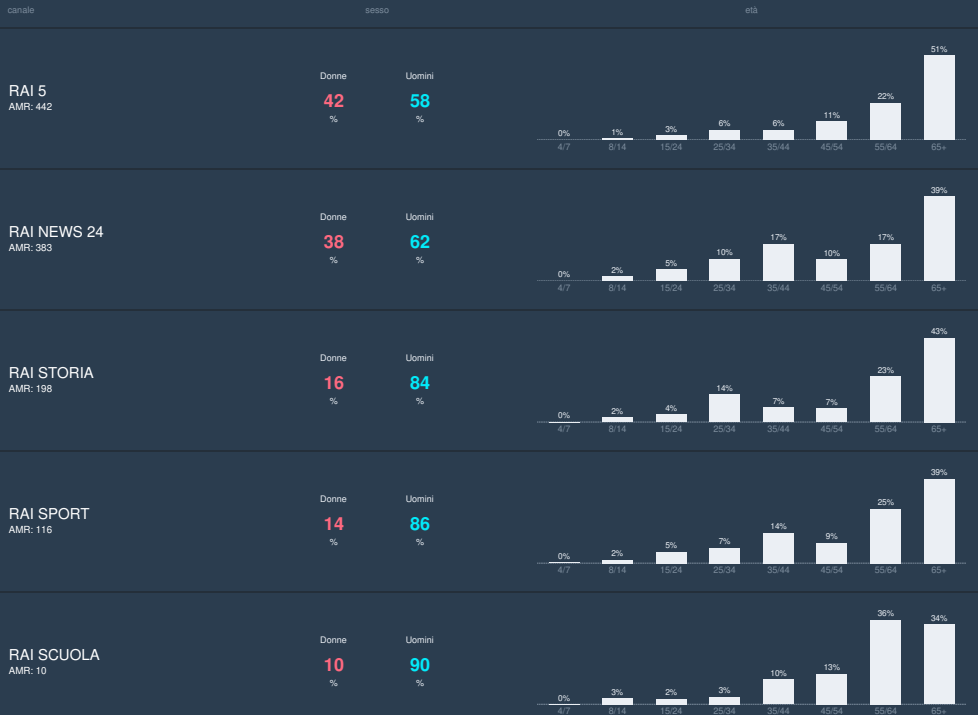
Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 10.438

Donne

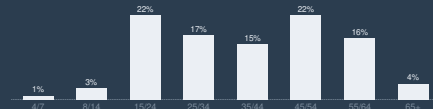
28

%

Uomini

72

%



SKY ATLANTIC

AMR: 2.152

Donne

32

%

Uomini

68

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 2.140

Donne

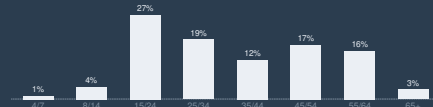
8

%

Uomini

92

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 1.807

Donne

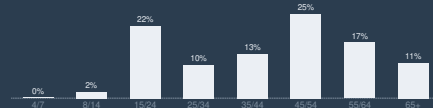
19

%

Uomini

81

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 1.258

Donne

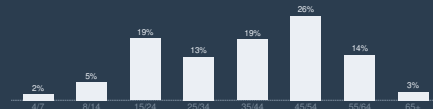
24

%

Uomini

76

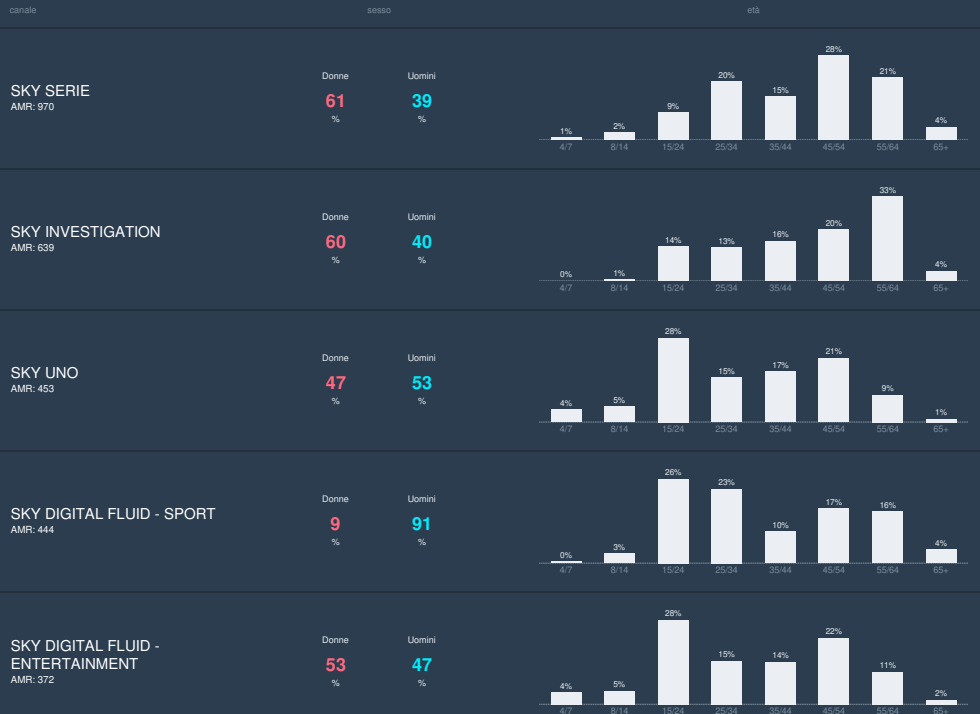
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



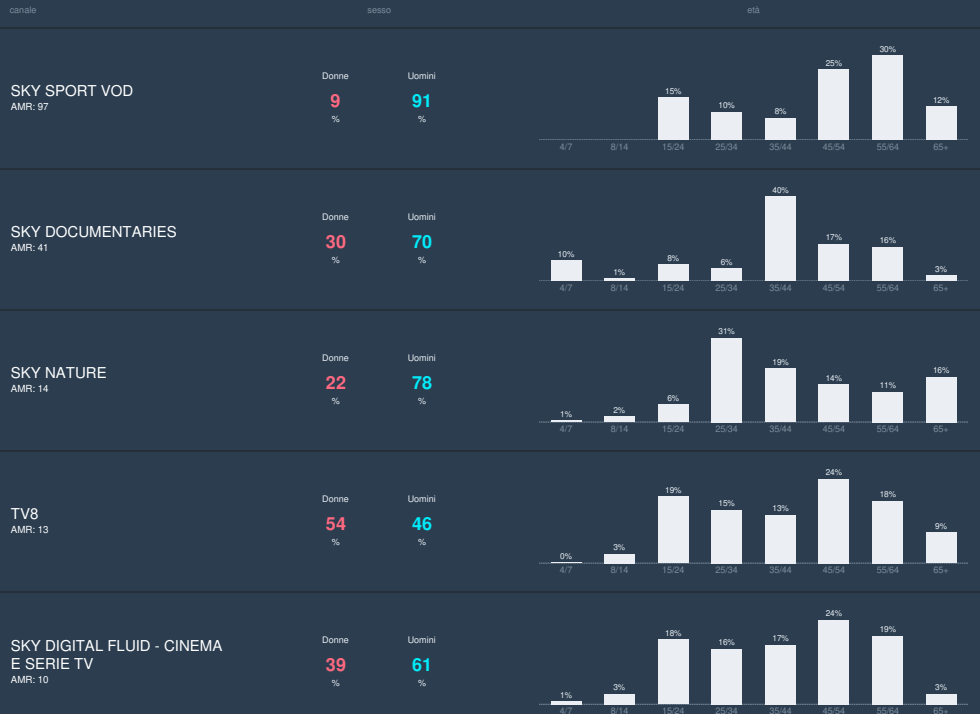
Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 luglio 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
14 luglio 2024 - 20 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):

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

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