



standard auditel total audience

Report Settimanale

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

 Auditel 

total audience totali della settimana

totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

7.463.536 ascoltatori medi (AMR)

1.253.874.031 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

739.060

Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 5%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



AMR Total Audience

221.943

Ascoltatori medi

Andamento AMR

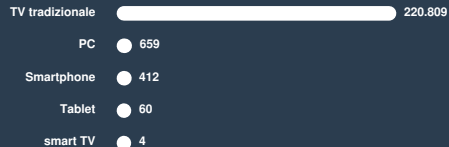
- 21%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



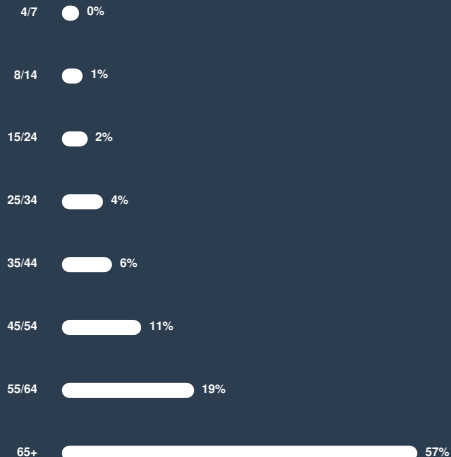
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



AMR Total Audience

2.287.916

Ascoltatori medi

Andamento AMR

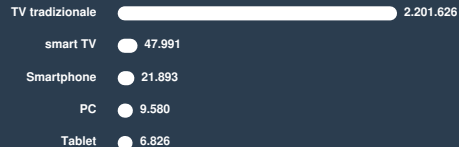
- 14%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

Rai

AMR Total Audience

3.360.633

Ascoltatori medi

Andamento AMR

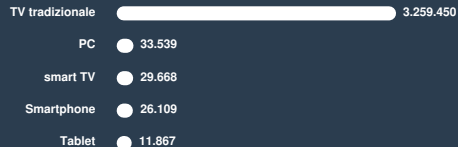
+ 33%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

sky

AMR Total Audience

426.988

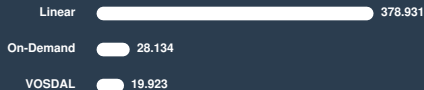
Ascoltatori medi

Andamento AMR

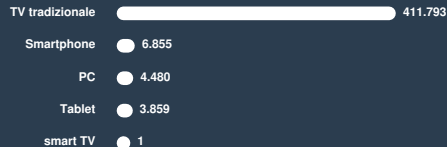
- 23%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



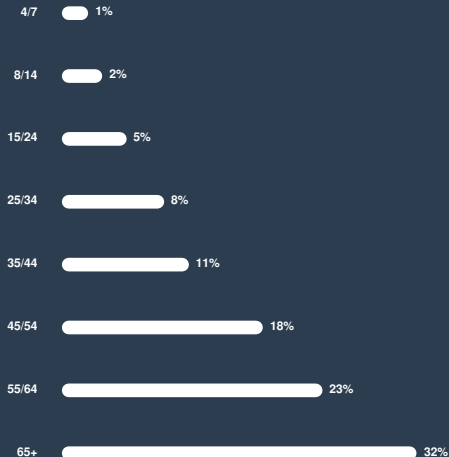
Dettaglio Device



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:

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

7.465.201 ascoltatori medi (AMR)

1.254.153.763 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

2.281

Ascoltatori medi

Andamento AMR

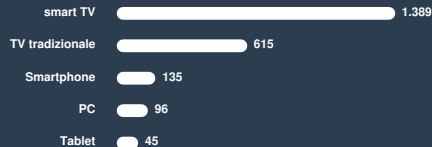
+ 66%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



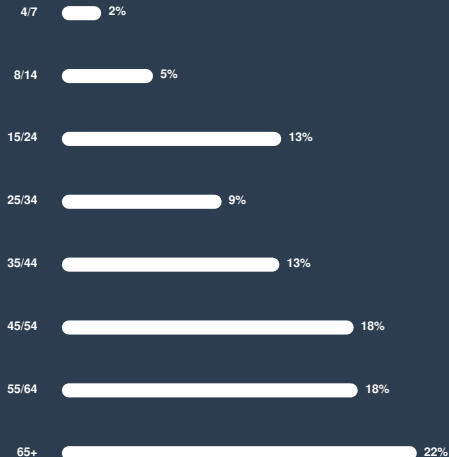
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

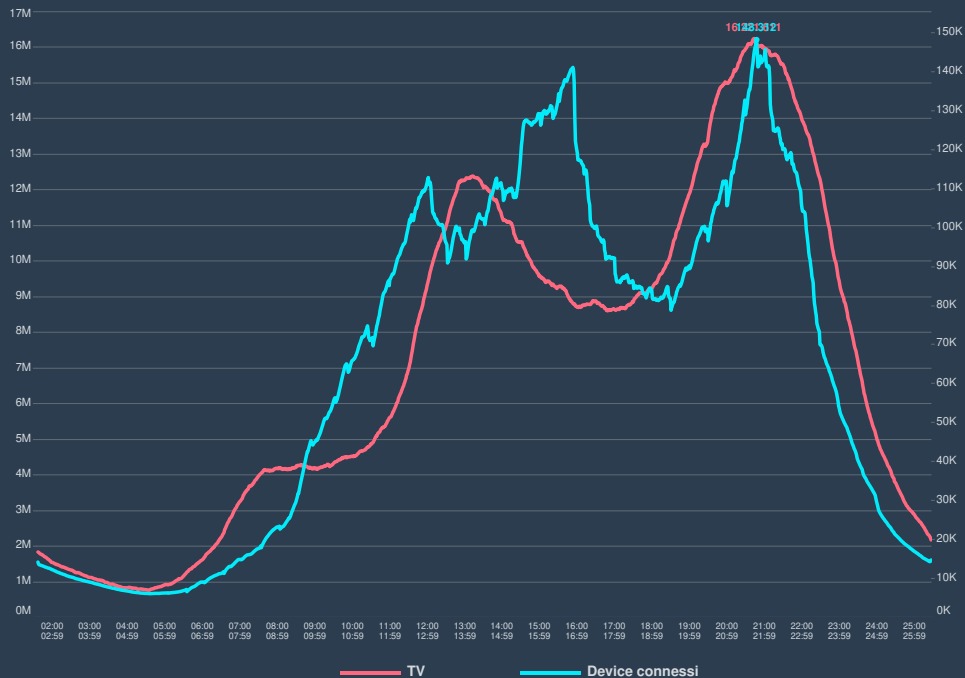
7.200.108 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

65.254 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



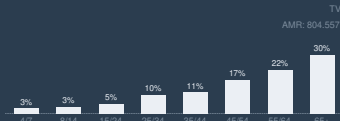
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

Discovery

AMR: 805.119

Donne
52
%

Uomini
48
%

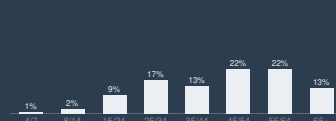


DEVICE CONNESSI

AMR: 562

Donne
49
%

Uomini
51
%

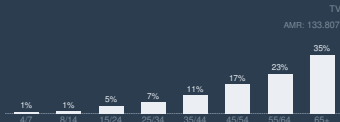


NOVE

AMR: 133.930

Donne
54
%

Uomini
46
%

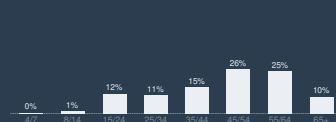


DEVICE CONNESSI

AMR: 124

Donne
44
%

Uomini
56
%

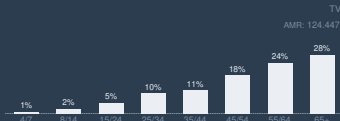


REAL TIME

AMR: 124.584

Donne
67
%

Uomini
33
%

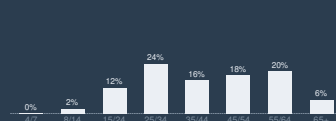


DEVICE CONNESSI

AMR: 138

Donne
66
%

Uomini
34
%

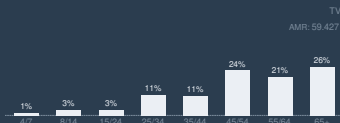


DMAX

AMR: 59.516

Donne
39
%

Uomini
61
%

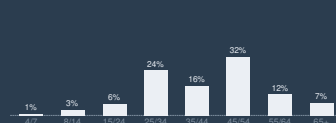


DEVICE CONNESSI

AMR: 88

Donne
22
%

Uomini
78
%

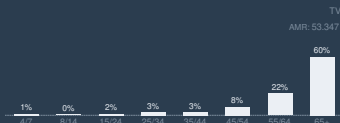


GIALLO

AMR: 53.454

Donne
64
%

Uomini
36
%

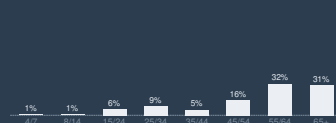


DEVICE CONNESSI

AMR: 108

Donne
65
%

Uomini
35
%



total audience linear

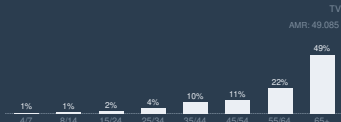
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

FOOD NETWORK
AMR: 49.097

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



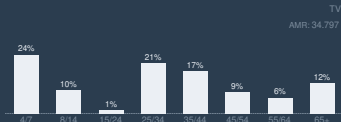
DEVICE CONNESSI
AMR: 12

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



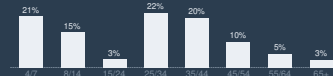
FRISBEE
AMR: 34.803

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



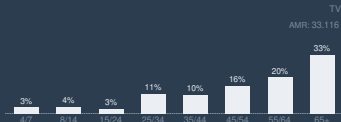
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



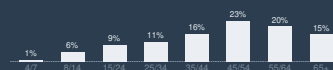
MOTOR TREND
AMR: 33.152

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



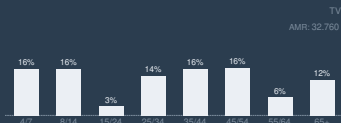
DEVICE CONNESSI
AMR: 36

Donne **11**%
Uomini **89**%



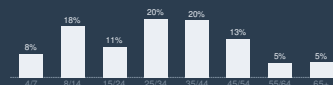
K2
AMR: 32.767

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



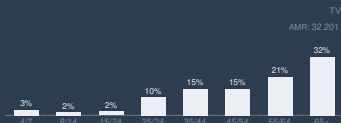
DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 32.221

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 21

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



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 220.545

Donne

56

%

Uomini

44

%



TV
AMR: 219.910

DEVICE CONNESSI
AMR: 635

Donne

46

%

Uomini

54

%



LA7
AMR: 187.985

Donne

52

%

Uomini

48

%



TV
AMR: 187.350

DEVICE CONNESSI
AMR: 635

Donne

46

%

Uomini

54

%



LA7D
AMR: 32.560

Donne

77

%

Uomini

23

%



TV
AMR: 32.560

total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.198.957

Donne

59

%

Uomini

41

%



TV
AMR: 2.189.401

DEVICE CONNESSI

AMR: 9.556

Donne

52

%

Uomini

48

%



CANALE 5

AMR: 1.011.783

Donne

64

%

Uomini

36

%



TV
AMR: 1.008.273

DEVICE CONNESSI

AMR: 3.510

Donne

68

%

Uomini

32

%



ITALIA 1

AMR: 292.637

Donne

53

%

Uomini

47

%



TV
AMR: 291.213

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.424

Donne

40

%

Uomini

60

%



RETE 4

AMR: 243.859

Donne

63

%

Uomini

37

%



TV
AMR: 243.162

DEVICE CONNESSI

AMR: 697

Donne

57

%

Uomini

43

%



TGCOM 24

AMR: 32.638

Donne

45

%

Uomini

55

%



TV
AMR: 31.741

DEVICE CONNESSI

AMR: 896

Donne

38

%

Uomini

62

%



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**



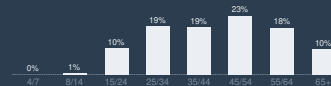
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 9

DEVICE CONNESSI
AMR: 9

Donne
63
%

Uomini
37
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI

AMR: 3.302.145

Donne

54
%

Uomini

46
%



TV
AMR: 3.252.955

DEVICE CONNESSI

AMR: 49.190

Donne

39
%

Uomini

61
%



RAI 2

AMR: 1.232.531

Donne

48
%

Uomini

52
%



TV
AMR: 1.205.916

DEVICE CONNESSI

AMR: 26.615

Donne

38
%

Uomini

62
%



RAI 1

AMR: 884.245

Donne

65
%

Uomini

35
%



TV
AMR: 881.762

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.483

Donne

65
%

Uomini

35
%



RAI SPORT

AMR: 394.303

Donne

44
%

Uomini

55
%



TV
AMR: 379.238

DEVICE CONNESSI

AMR: 15.065

Donne

33
%

Uomini

67
%



RAI 3

AMR: 359.137

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 358.064

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.073

Donne

49
%

Uomini

51
%



Dati relativi alla settimana Auditel:

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

total
audience
linear

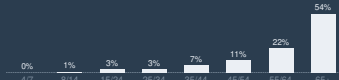
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

RAI PREMIUM AMR: 110.600

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



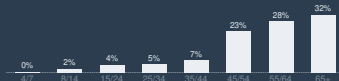
DEVICE CONNESSI AMR: 431

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



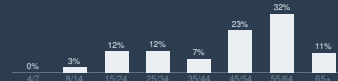
RAI 4 AMR: 106.932

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



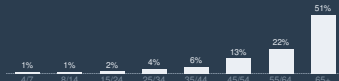
DEVICE CONNESSI AMR: 590

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



RAI MOVIE AMR: 74.768

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



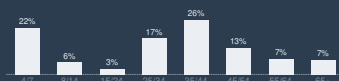
DEVICE CONNESSI AMR: 316

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



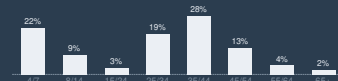
RAI YOYO AMR: 47.745

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



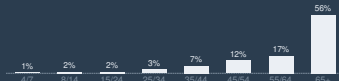
DEVICE CONNESSI AMR: 47

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



RAI NEWS 24 AMR: 35.914

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



DEVICE CONNESSI AMR: 1.203

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



total
audience
linear

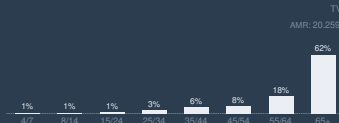
composizione
ascolto per
editore per
target



RAI 5
AMR: 20.343

Donne
47
%

Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI

Donne
37
%

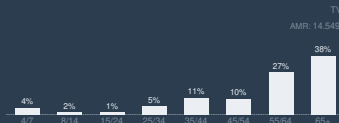
Uomini
63
%



RAI STORIA
AMR: 14.675

Donne
31
%

Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 126

Donne
20
%

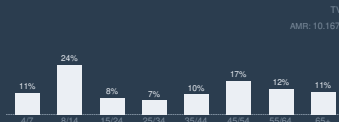
Uomini
80
%



RAI GULP
AMR: 10.193

Donne
58
%

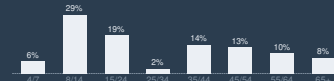
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 26

Donne
58
%

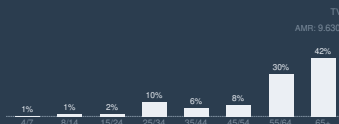
Uomini
42
%



RAI SCUOLA
AMR: 9.713

Donne
27
%

Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 84

Donne
24
%

Uomini
76
%



RAIPLAY
AMR: 796

Donne
%

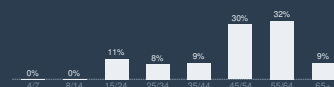
Uomini
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 796

Donne
52
%

Uomini
48
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

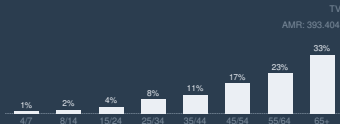
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

Sky Italia
AMR: 398.715

Donne
47
%

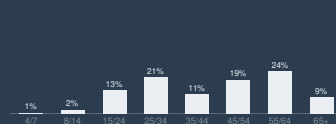
Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 5.311

Donne
19
%

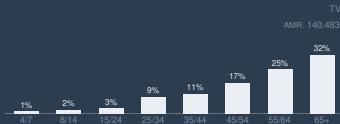
Uomini
81
%



TV8
AMR: 141.184

Donne
56
%

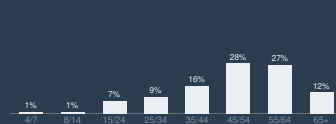
Uomini
44
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 701

Donne
25
%

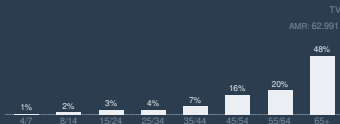
Uomini
75
%



CIELO
AMR: 63.106

Donne
44
%

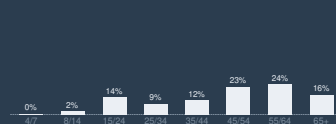
Uomini
56
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 115

Donne
37
%

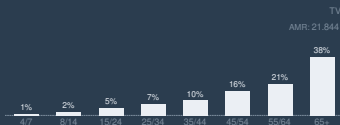
Uomini
63
%



SKY SPORT 24
AMR: 22.451

Donne
25
%

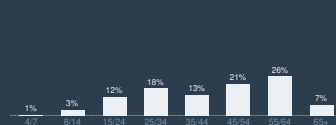
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 608

Donne
14
%

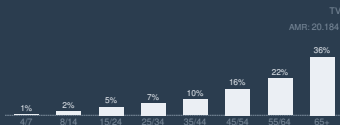
Uomini
86
%



SKY TG24
AMR: 20.723

Donne
43
%

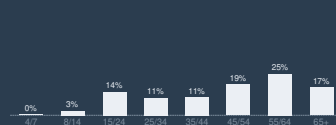
Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 539

Donne
26
%

Uomini
74
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

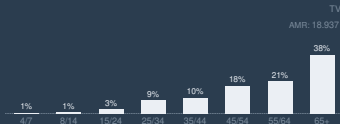
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

SKY TG24 (50)
AMR: 18.937

Donne
47
%

Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

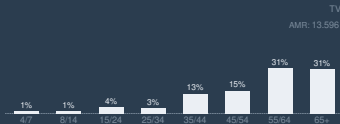
Uomini
%



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 13.620

Donne
61
%

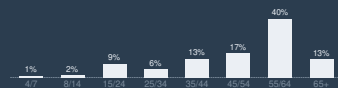
Uomini
39
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 24

Donne
63
%

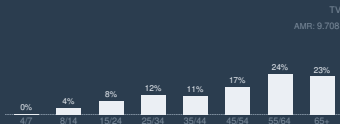
Uomini
37
%



SKY SPORT F1
AMR: 10.964

Donne
29
%

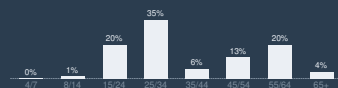
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.256

Donne
12
%

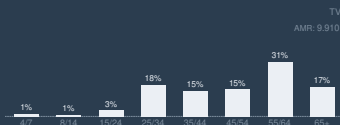
Uomini
88
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 9.984

Donne
56
%

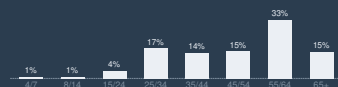
Uomini
44
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 74

Donne
60
%

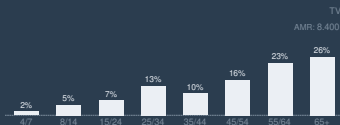
Uomini
40
%



SKY SPORT UNO
AMR: 8.454

Donne
30
%

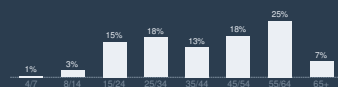
Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.054

Donne
11
%

Uomini
89
%



total
audience
linear

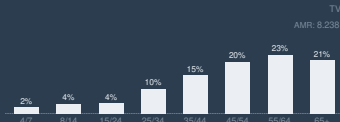
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

SKY CINEMA UNO
AMR: 8.238

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



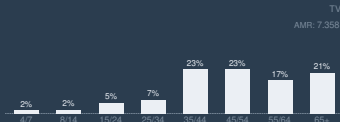
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



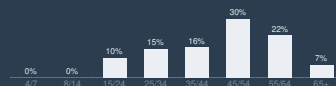
SKY CINEMA ACTION
AMR: 7.421

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



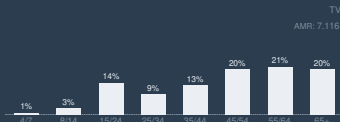
DEVICE CONNESSI
AMR: 63

Donne **11**%
Uomini **89**%



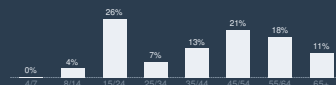
SKY UNO
AMR: 7.165

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



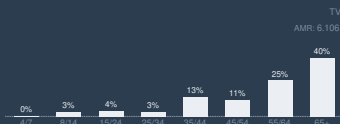
DEVICE CONNESSI
AMR: 49

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



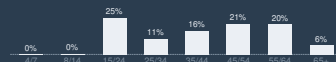
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 6.147

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



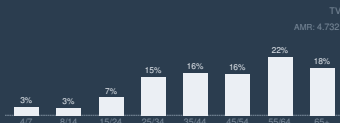
DEVICE CONNESSI
AMR: 41

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



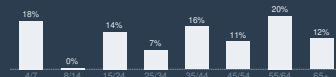
SKY ATLANTIC
AMR: 4.756

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 24

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



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:

28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

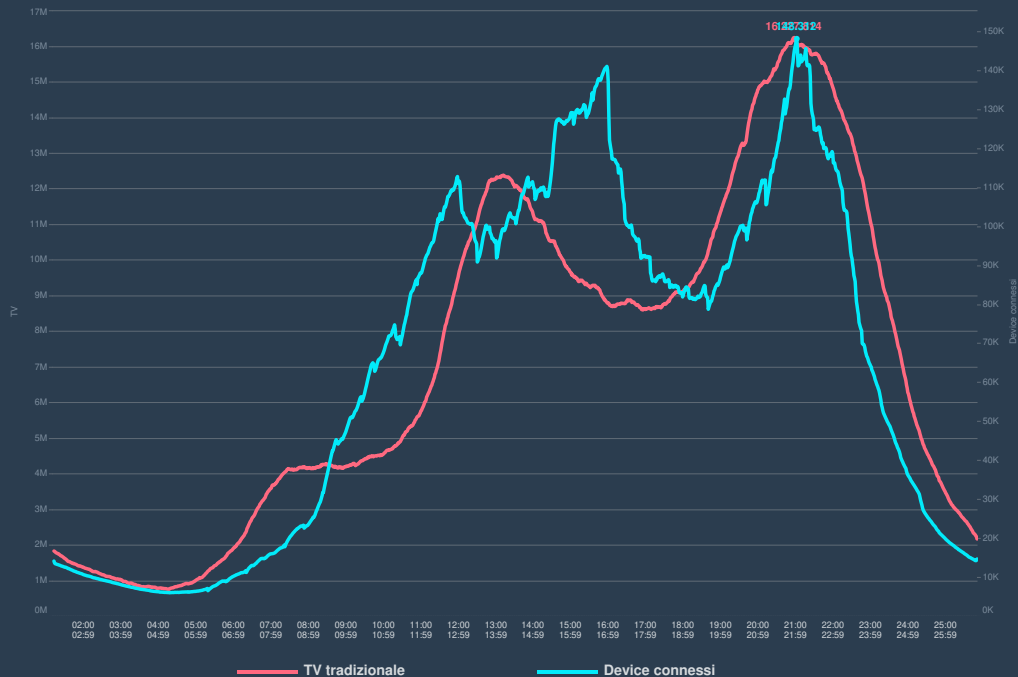
7.200.108 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

65.254 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:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

total
audience
linear

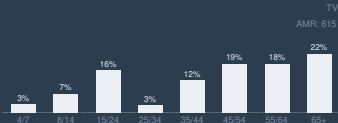
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN
AMR: 615

Donne
35
%

Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

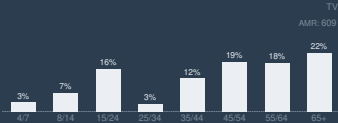
Uomini
%



ZONA DAZN
AMR: 609

Donne
35
%

Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

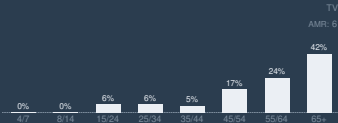
Uomini
%



ZONA DAZN 2
AMR: 6

Donne
39
%

Uomini
61
%



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:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

142.162 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

canale

seesso

età

DAZN
AMR: 1.665

Donne

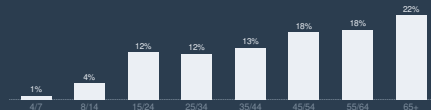
24

%

Uomini

76

%



DAZN VOD
AMR: 1.665

Donne

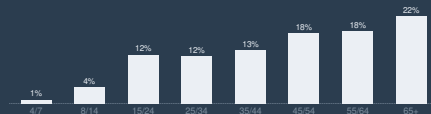
24

%

Uomini

76

%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

canale

seesso

età

Discovery

AMR: 1.831

Donne

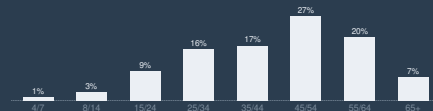
59

%

Uomini

41

%



REAL TIME

AMR: 904

Donne

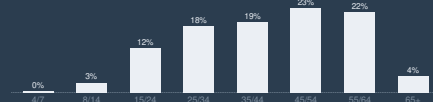
77

%

Uomini

23

%



NOVE

AMR: 348

Donne

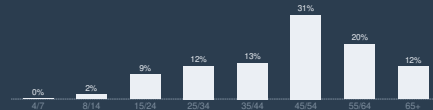
49

%

Uomini

51

%



DMAX

AMR: 215

Donne

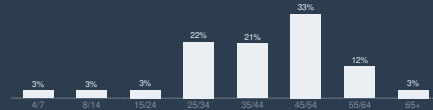
18

%

Uomini

82

%



MOTOR TREND

AMR: 46

Donne

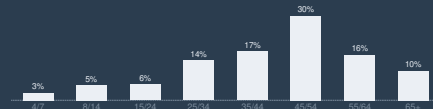
5

%

Uomini

95

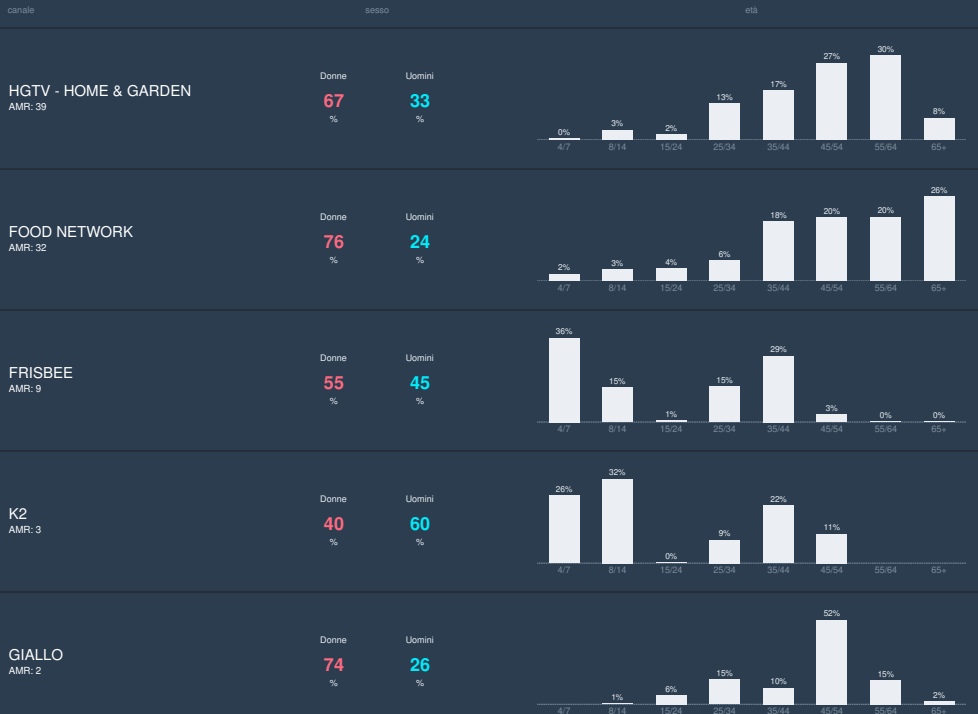
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



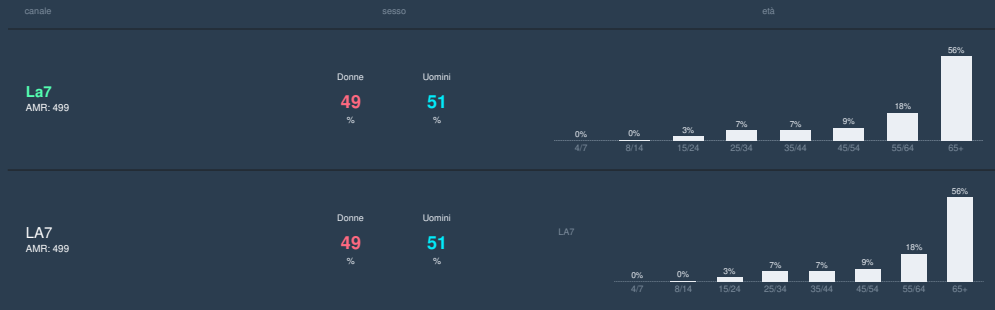
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



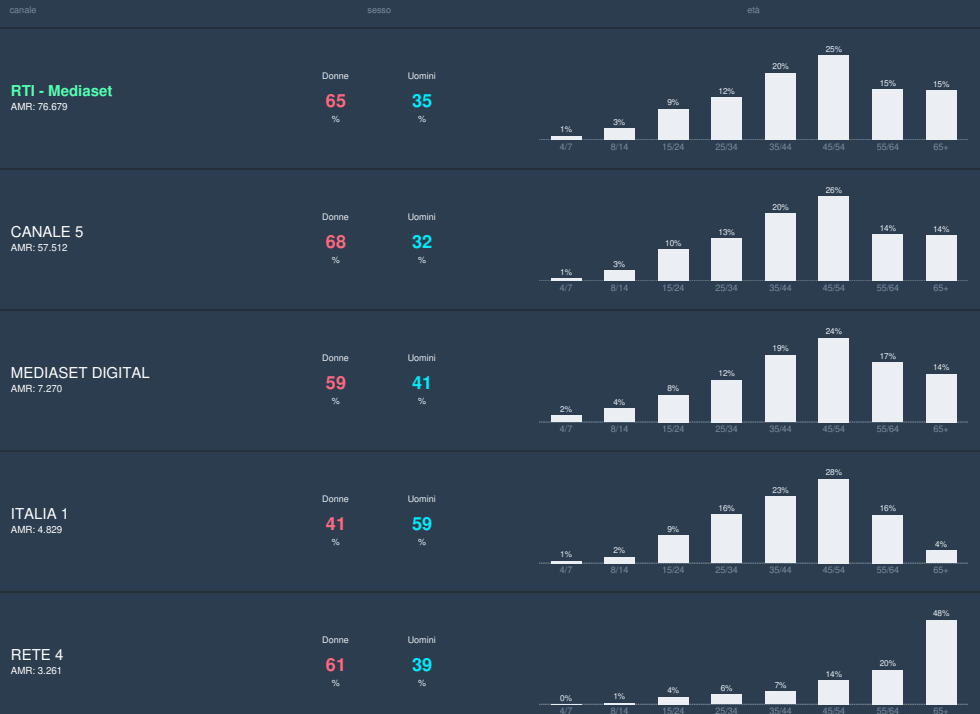
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 613

Donne

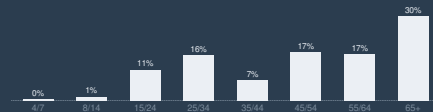
30

%

Uomini

70

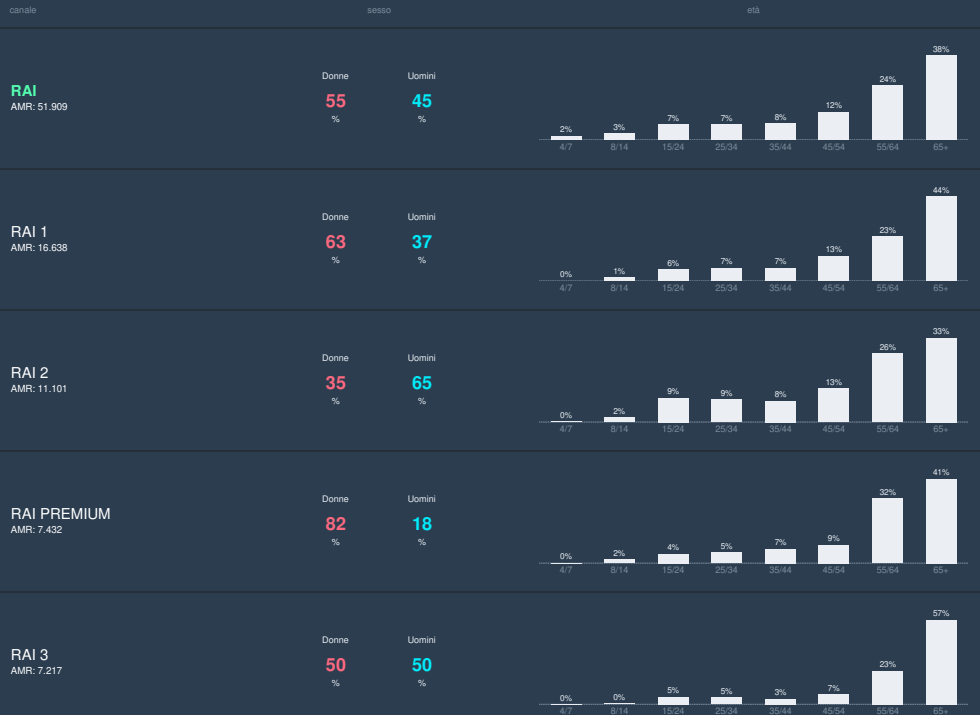
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



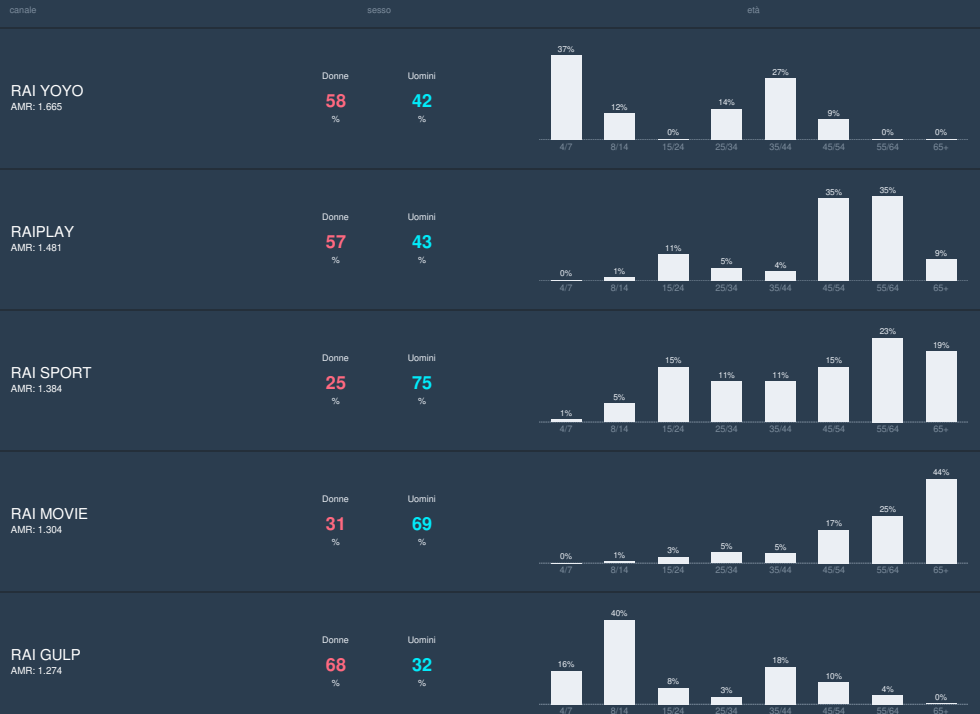
Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

canale

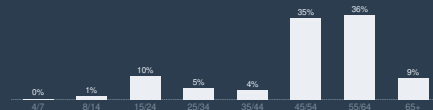
seesso

età

RAI 4
AMR: 1.273

Donne
57
%

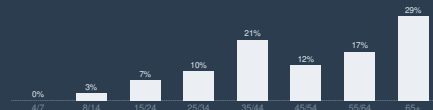
Uomini
43
%



RAI NEWS 24
AMR: 602

Donne
37
%

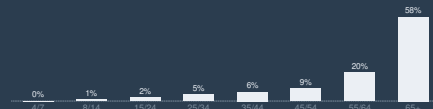
Uomini
63
%



RAI 5
AMR: 356

Donne
39
%

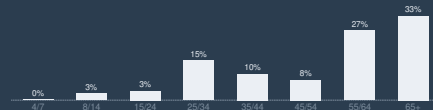
Uomini
61
%



RAI STORIA
AMR: 171

Donne
16
%

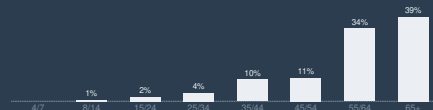
Uomini
84
%



RAI SCUOLA
AMR: 7

Donne
10
%

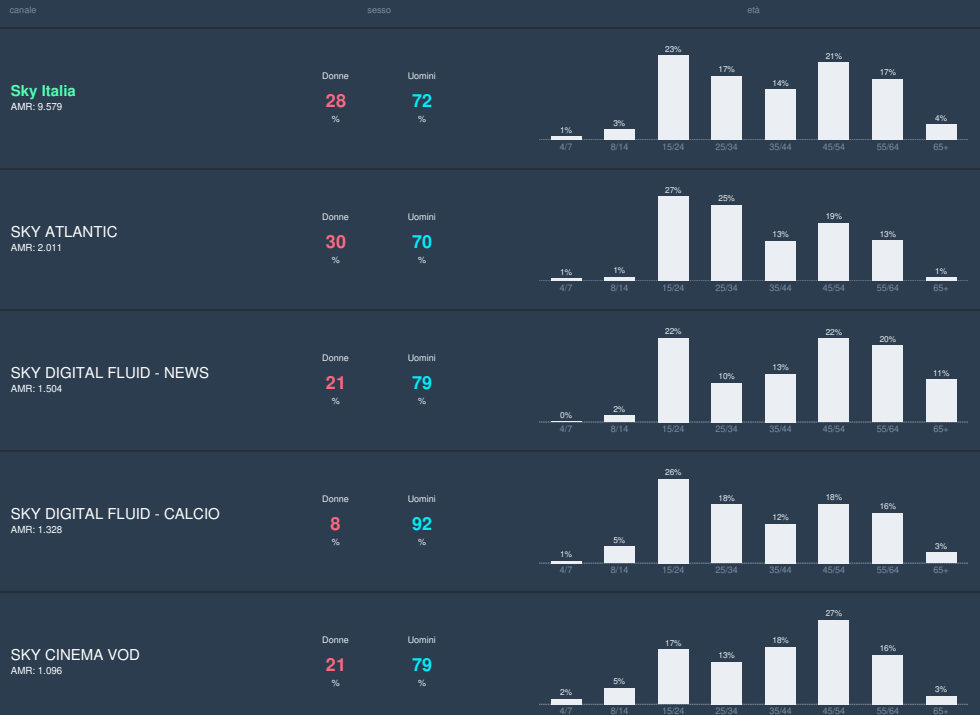
Uomini
90
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 2024

canale

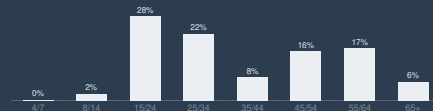
seesso

età

SKY DIGITAL FLUID - SPORT
AMR: 913

Donne
8
%

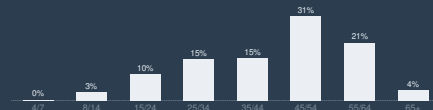
Uomini
92
%



SKY SERIE
AMR: 846

Donne
59
%

Uomini
41
%



SKY DIGITAL FLUID -
ENTERTAINMENT
AMR: 728

Donne
53
%

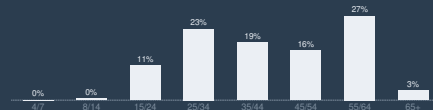
Uomini
47
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 581

Donne
55
%

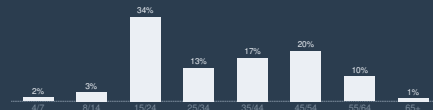
Uomini
45
%



SKY UNO
AMR: 303

Donne
49
%

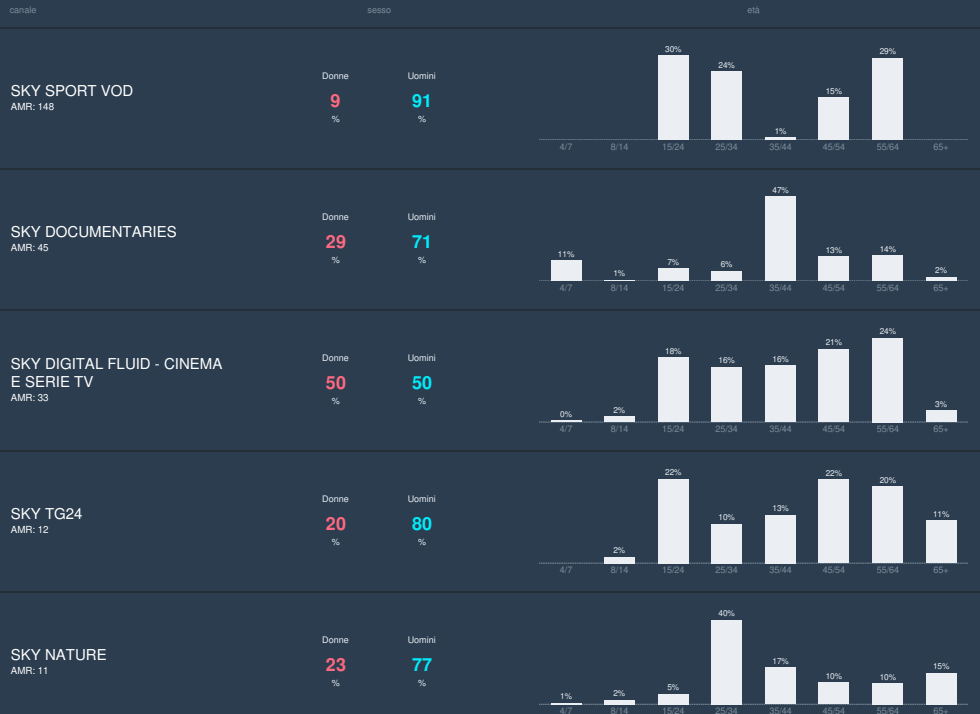
Uomini
51
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
28 luglio 2024 - 3 agosto 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