



standard auditel total audience

Report Settimanale

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

7.433.589 ascoltatori medi (AMR)

1.248.842.980 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

768.833

Ascoltatori medi

Andamento AMR

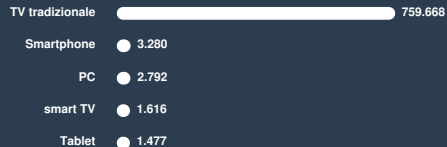
+ 4%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



AMR Total Audience

193.563

Ascoltatori medi

Andamento AMR

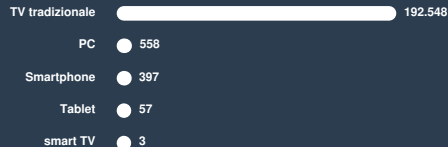
- 13%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



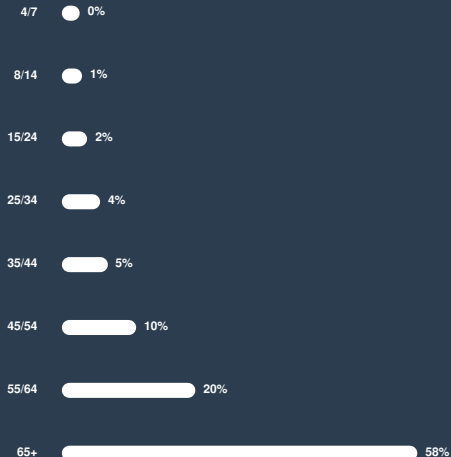
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



AMR Total Audience

2.188.158

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 4%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

Rai

AMR Total Audience

3.439.816

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:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

sky

AMR Total Audience

420.024

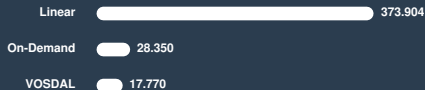
Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 2%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience totali della settimana totale editori con DAZN

In questa sezione viene mostrato un dato di Total Audience diverso dallo Standard Auditel (Live + VOSDAL), poiché vengono inclusi nella Total Audience i dati di AMR di DAZN via App digital su TV connesse. Tali dati sono di origine censuaria e vengono rilevati tramite SDK su tutti i dispositivi connessi, quindi includendo per la TV anche la fruizione nelle seconde case. Inoltre, diversamente dagli altri Editori, l'ascolto di origine censuaria è prevalente rispetto a quello campionario fornito dal SuperPanel Auditel, che relativamente agli ascolti della TV non include le seconde case.

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

7.435.377 ascoltatori medi (AMR)

1.249.143.407 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



AMR Total Audience

2.292

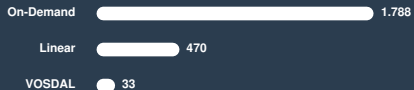
Ascoltatori medi

Andamento AMR

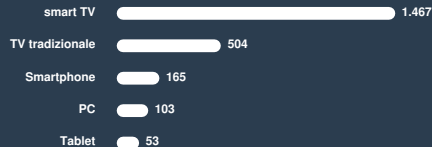
+ 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

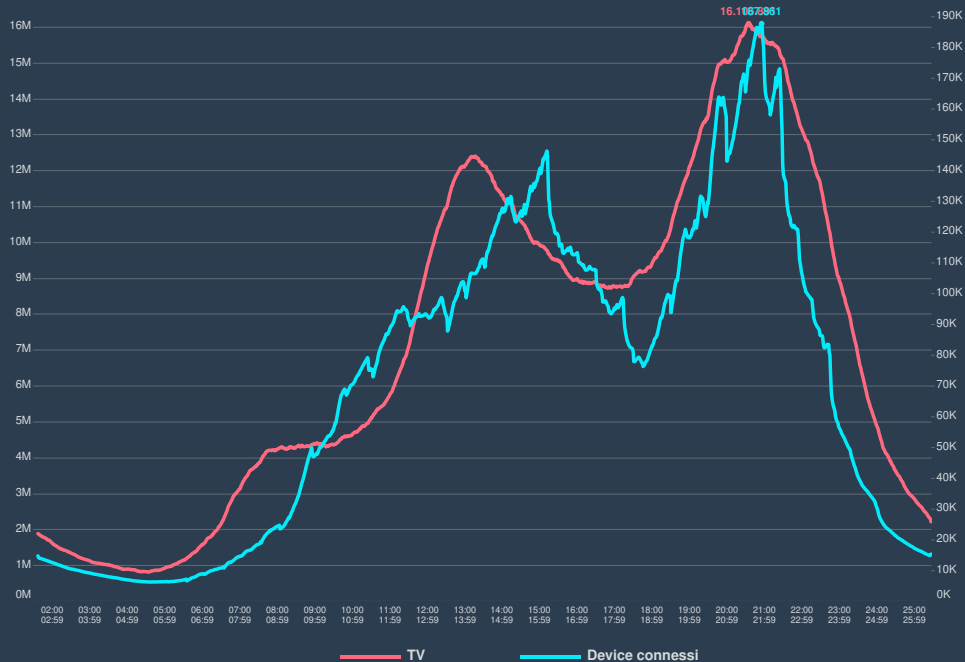
7.183.531 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

71.002 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

total audience linear

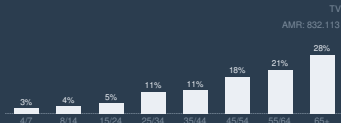
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

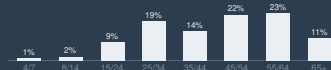
Discovery AMR: 832.684

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



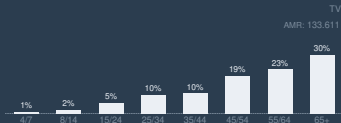
DEVICE CONNESSI AMR: 571

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



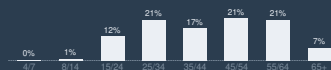
REAL TIME AMR: 133.756

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



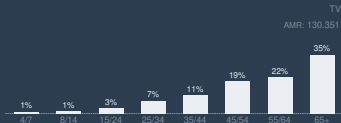
DEVICE CONNESSI AMR: 144

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



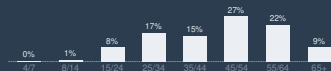
NOVE AMR: 130.473

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



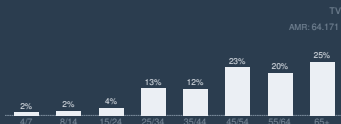
DEVICE CONNESSI AMR: 122

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



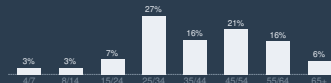
DMAX AMR: 64.259

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



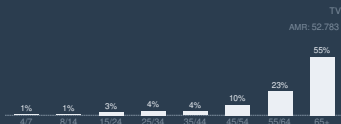
DEVICE CONNESSI AMR: 88

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



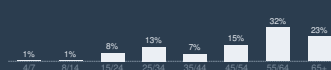
GIALLO AMR: 52.895

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



DEVICE CONNESSI AMR: 112

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



total audience linear

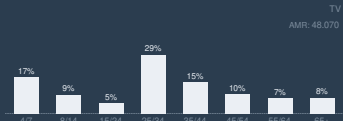
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

FRISBEE
AMR: 48.076

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



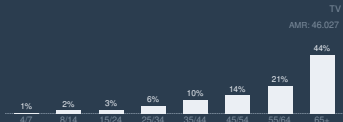
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



FOOD NETWORK
AMR: 46.039

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



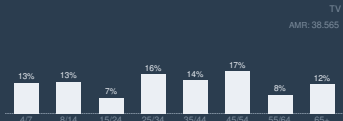
DEVICE CONNESSI
AMR: 12

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



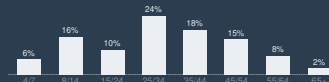
K2
AMR: 38.572

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



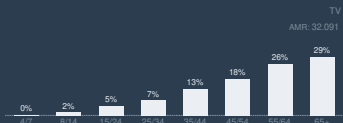
DEVICE CONNESSI
AMR: 7

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 32.112

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



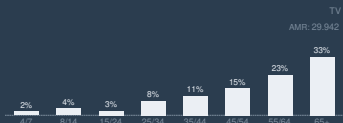
DEVICE CONNESSI
AMR: 21

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



MOTOR TREND
AMR: 29.975

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 32

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



total audience linear

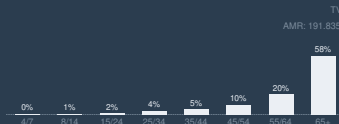
composizione ascolto per editore per target



La7
AMR: 192.368

Donne
56
%

Uomini
44
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 533

Donne
45
%

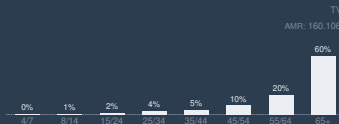
Uomini
55
%



LA7
AMR: 160.639

Donne
52
%

Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 533

Donne
45
%

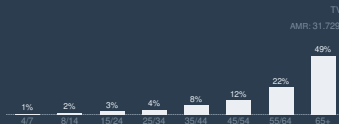
Uomini
55
%



LA7D
AMR: 31.729

Donne
73
%

Uomini
27
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

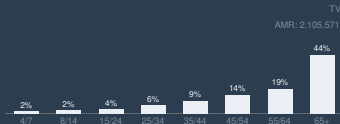


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.115.787

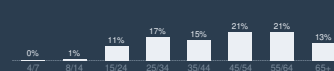
Donne **58**%
Uomini **42**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 10.216

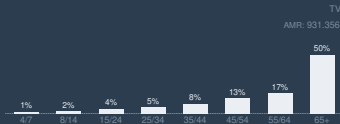
Donne **47**%
Uomini **53**%



CANALE 5

AMR: 934.775

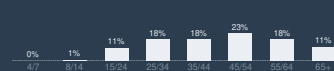
Donne **64**%
Uomini **36**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 3.418

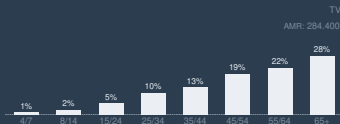
Donne **65**%
Uomini **35**%



ITALIA 1

AMR: 286.527

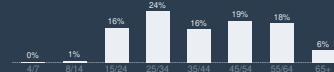
Donne **51**%
Uomini **49**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.126

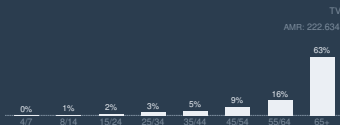
Donne **29**%
Uomini **71**%



RETE 4

AMR: 223.278

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 645

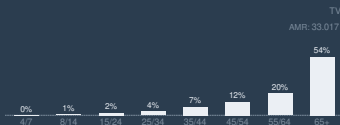
Donne **53**%
Uomini **47**%



TGCOM 24

AMR: 33.922

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 905

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

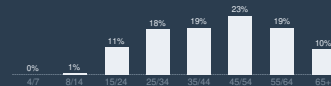


Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 9

DEVICE CONNESSI
AMR: 9

Donne	Uomini
63	37
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

RAI

AMR: 3.382.997

Donne

54
%

Uomini

46
%



TV
AMR: 3.327.222

DEVICE CONNESSI

AMR: 55.774

Donne

39
%

Uomini

61
%



RAI 2

AMR: 1.420.265

Donne

48
%

Uomini

52
%



TV
AMR: 1.386.147

DEVICE CONNESSI

AMR: 34.117

Donne

38
%

Uomini

62
%



RAI 1

AMR: 828.881

Donne

66
%

Uomini

34
%



TV
AMR: 826.527

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.354

Donne

63
%

Uomini

37
%



RAI SPORT

AMR: 408.123

Donne

44
%

Uomini

55
%



TV
AMR: 393.960

DEVICE CONNESSI

AMR: 14.163

Donne

34
%

Uomini

66
%



RAI 3

AMR: 320.881

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 319.902

DEVICE CONNESSI

AMR: 979

Donne

47
%

Uomini

53
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

RAI 4
AMR: 112.877

Donne
54
%

Uomini
46
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 602

Donne
52
%

Uomini
48
%



RAI PREMIUM
AMR: 100.731

Donne
72
%

Uomini
28
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 348

Donne
74
%

Uomini
26
%



RAI MOVIE
AMR: 67.070

Donne
48
%

Uomini
52
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 271

Donne
43
%

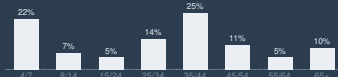
Uomini
57
%



RAI YOYO
AMR: 36.318

Donne
64
%

Uomini
36
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 49

Donne
60
%

Uomini
40
%



RAI NEWS 24
AMR: 34.251

Donne
49
%

Uomini
51
%



TV

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.491

Donne
39
%

Uomini
61
%



total audience linear

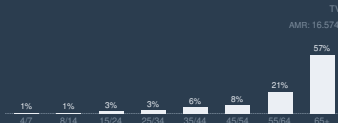
composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

RAI 5
AMR: 16.650

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



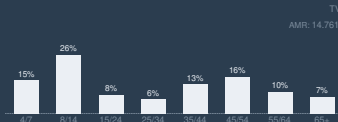
DEVICE CONNESSI

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



RAI GULP
AMR: 14.789

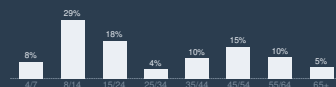
Donne **67**%
Uomini **33**%



DEVICE CONNESSI

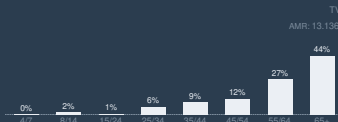
AMR: 28

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



RAI STORIA
AMR: 13.268

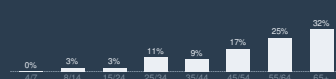
Donne **35**%
Uomini **65**%



DEVICE CONNESSI

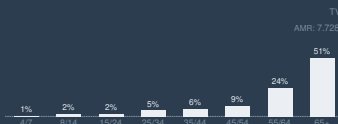
AMR: 132

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



RAI SCUOLA
AMR: 7.800

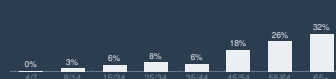
Donne **34**%
Uomini **66**%



DEVICE CONNESSI

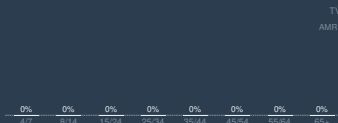
AMR: 72

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



RAIPLAY
AMR: 890

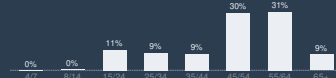
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 890

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

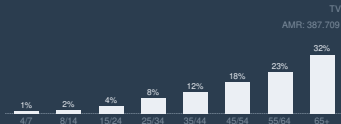
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

Sky Italia
AMR: 391.617

Donne
49
%

Uomini
51
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 3.908

Donne
25
%

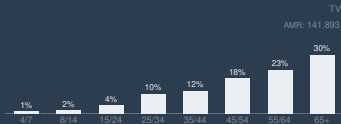
Uomini
75
%



TV8
AMR: 142.265

Donne
58
%

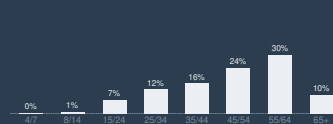
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 372

Donne
30
%

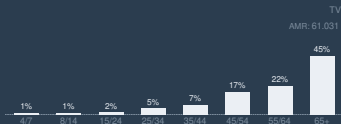
Uomini
70
%



CIELO
AMR: 61.133

Donne
45
%

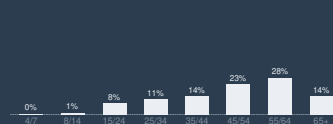
Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 102

Donne
41
%

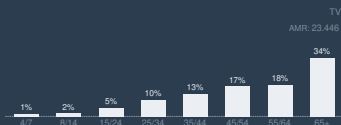
Uomini
59
%



SKY SPORT 24
AMR: 24.052

Donne
25
%

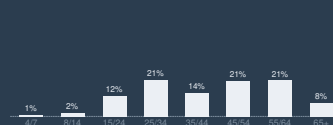
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 606

Donne
12
%

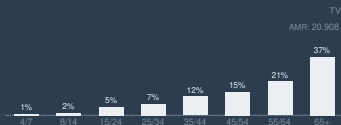
Uomini
88
%



SKY TG24
AMR: 21.427

Donne
37
%

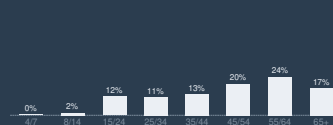
Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 518

Donne
21
%

Uomini
79
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

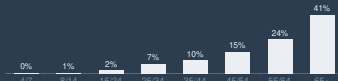
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

SKY TG24 (50)
AMR: 18.256

Donne
44
%

Uomini
56
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

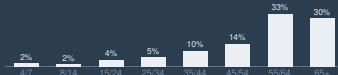
Uomini
%



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 16.262

Donne
55
%

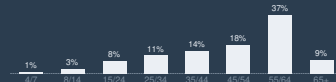
Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 19

Donne
56
%

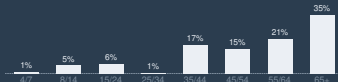
Uomini
44
%



SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 8.362

Donne
48
%

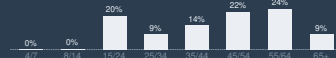
Uomini
52
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 77

Donne
18
%

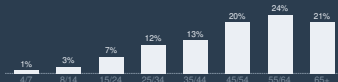
Uomini
82
%



SKY CINEMA UNO
AMR: 7.989

Donne
41
%

Uomini
59
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

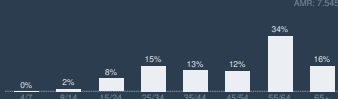
Uomini
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 7.614

Donne
57
%

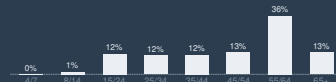
Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 69

Donne
60
%

Uomini
40
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

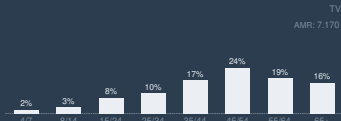
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

SKY UNO
AMR: 7.227

Donne
57
%

Uomini
43
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 58

Donne
54
%

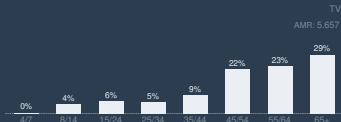
Uomini
46
%



SKY SPORT UNO
AMR: 6.291

Donne
34
%

Uomini
66
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 634

Donne
22
%

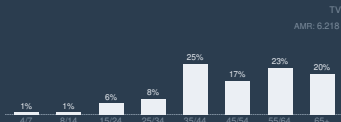
Uomini
78
%



SKY CINEMA ACTION
AMR: 6.276

Donne
30
%

Uomini
70
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 58

Donne
11
%

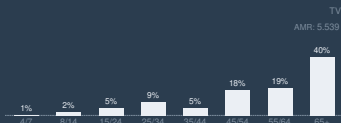
Uomini
89
%



SKY SPORT MOTO GP
AMR: 6.048

Donne
48
%

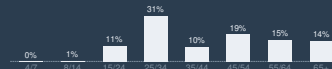
Uomini
52
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 509

Donne
35
%

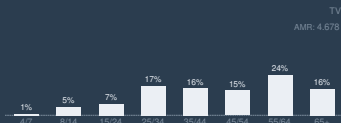
Uomini
65
%



SKY ATLANTIC
AMR: 4.709

Donne
44
%

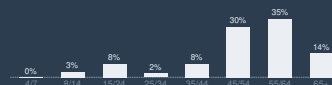
Uomini
56
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 30

Donne
34
%

Uomini
66
%



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:

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

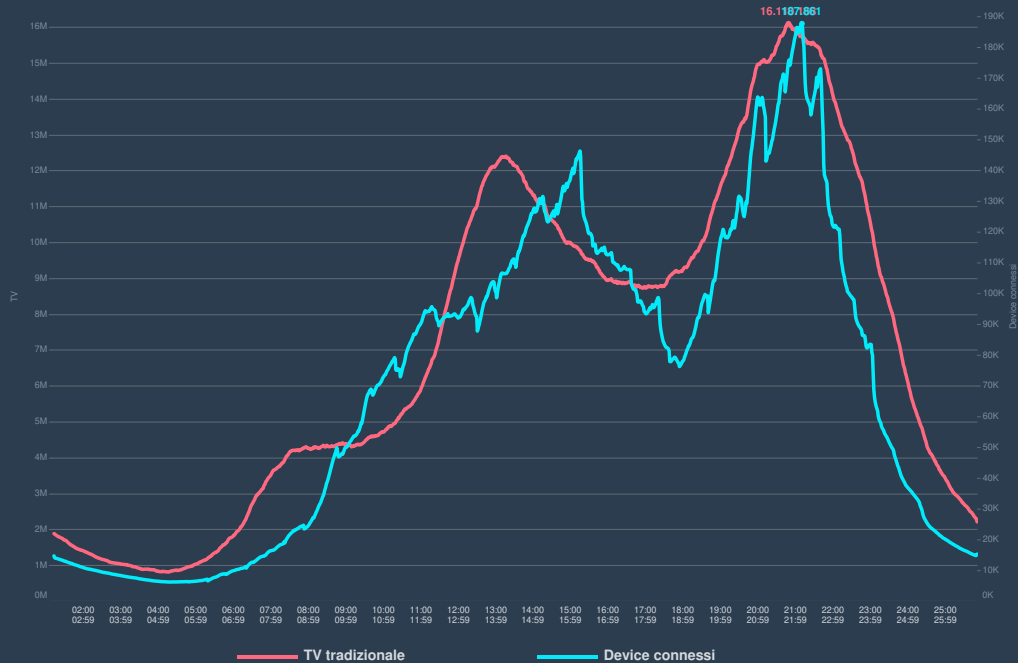
7.183.531 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

71.002 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:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

total
audience
linear

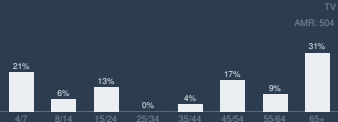
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN
AMR: 504

Donne
54
%

Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

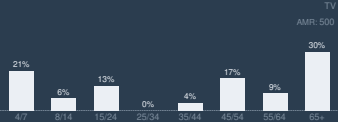
Uomini
%



ZONA DAZN
AMR: 500

Donne
54
%

Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

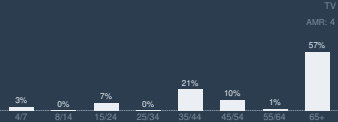
Uomini
%



ZONA DAZN 2
AMR: 4

Donne
53
%

Uomini
47
%



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

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:

4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

125.158 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

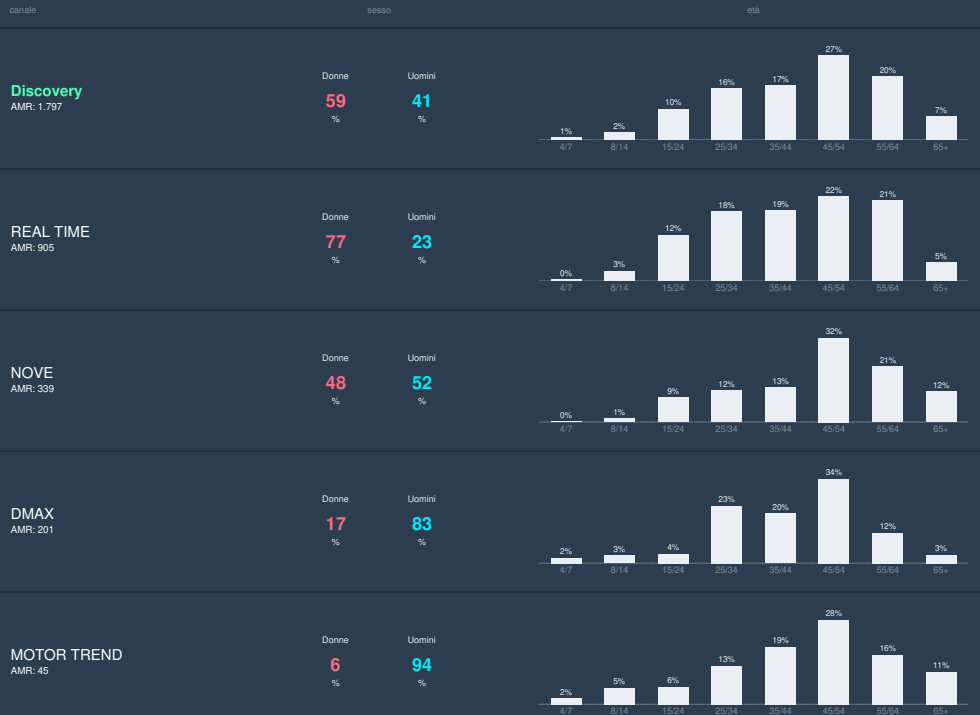
Auditel



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



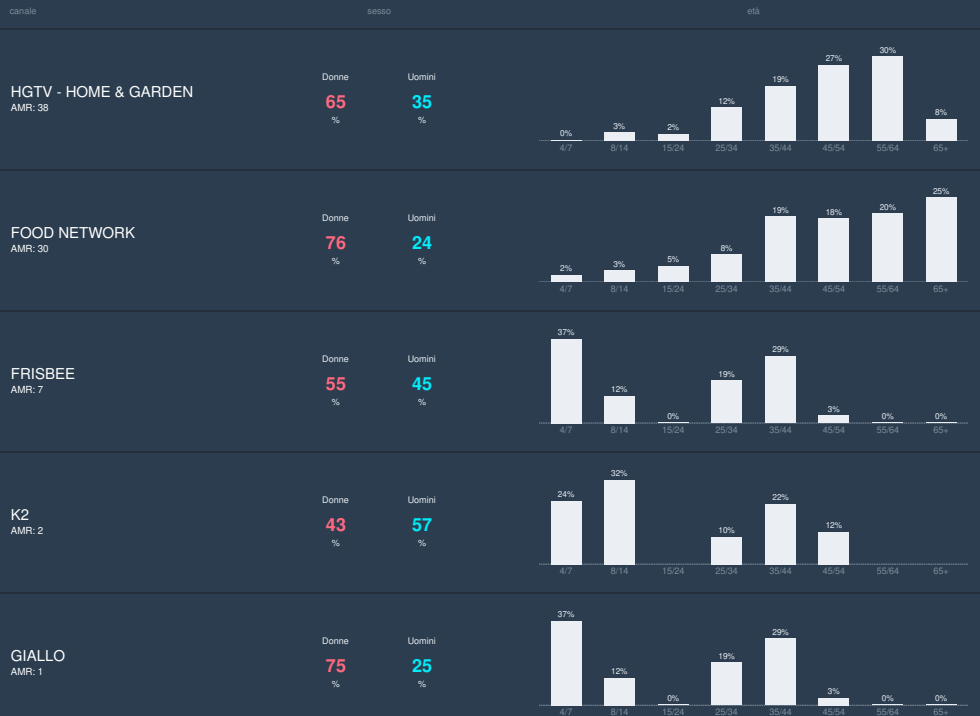
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



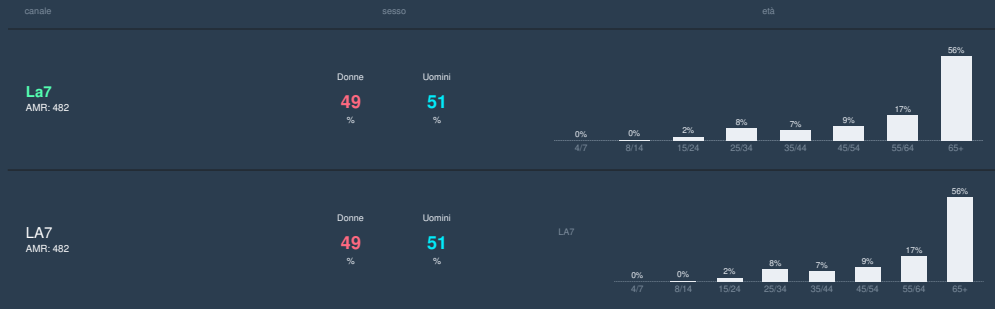
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



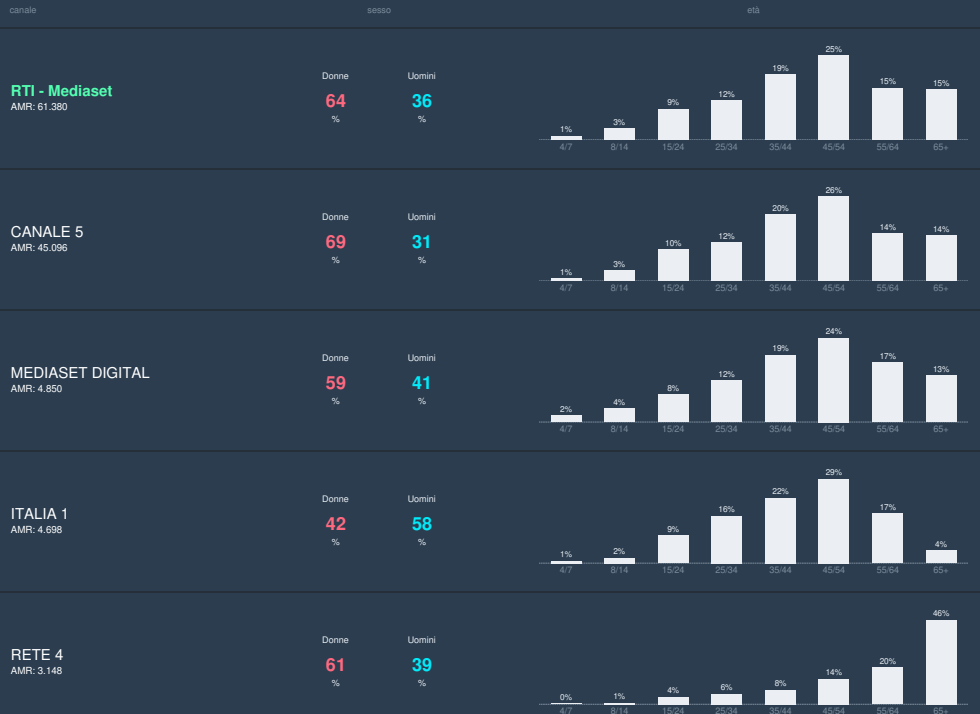
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 611

Donne

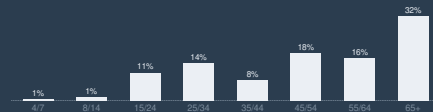
30

%

Uomini

70

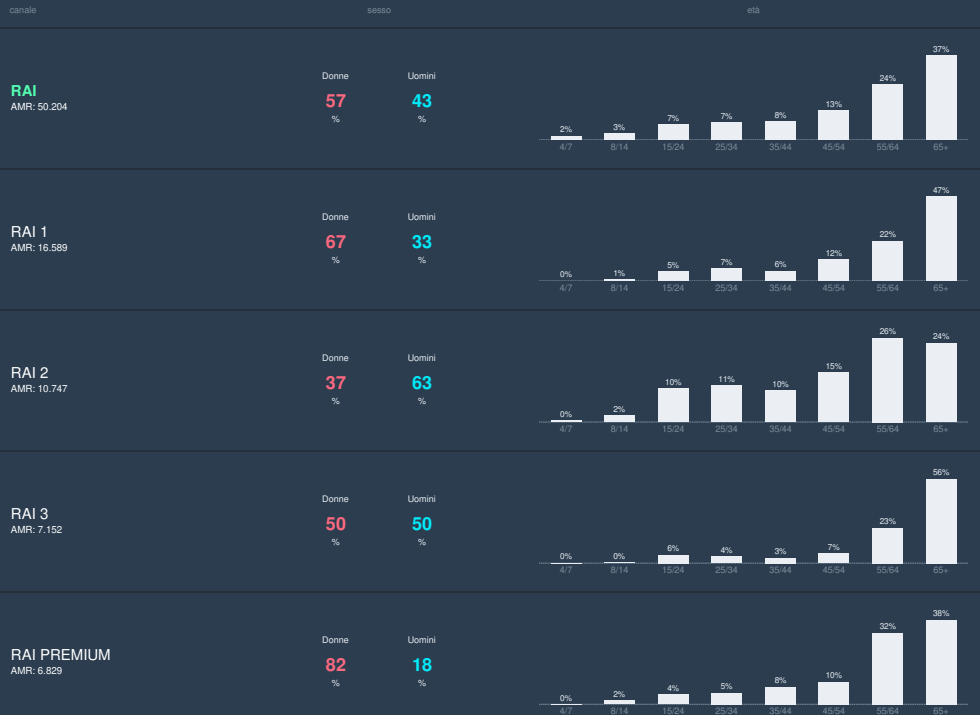
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



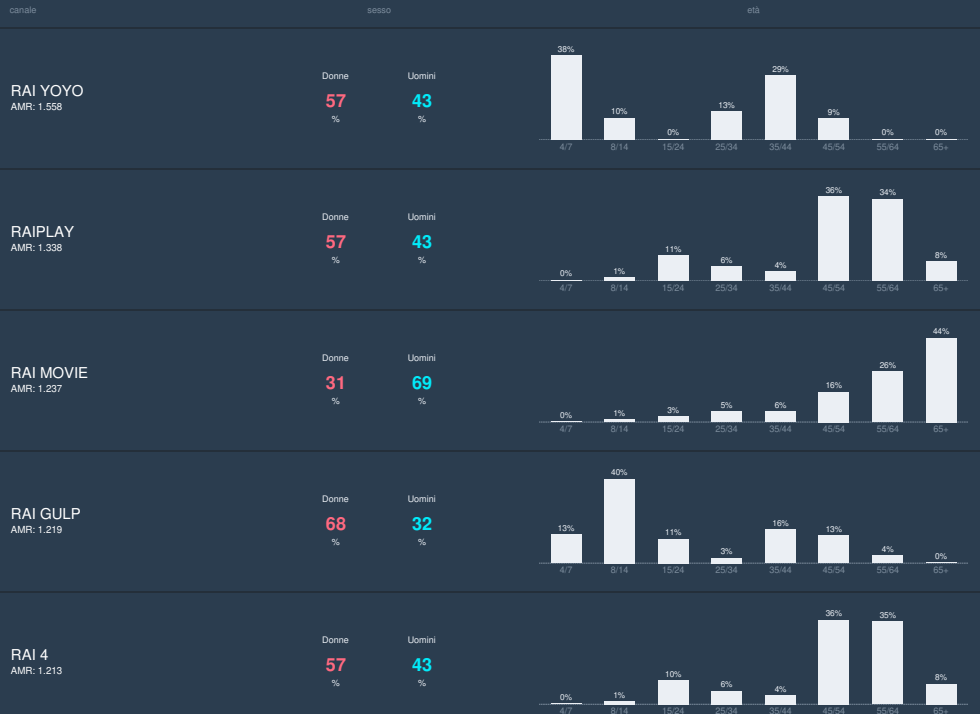
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



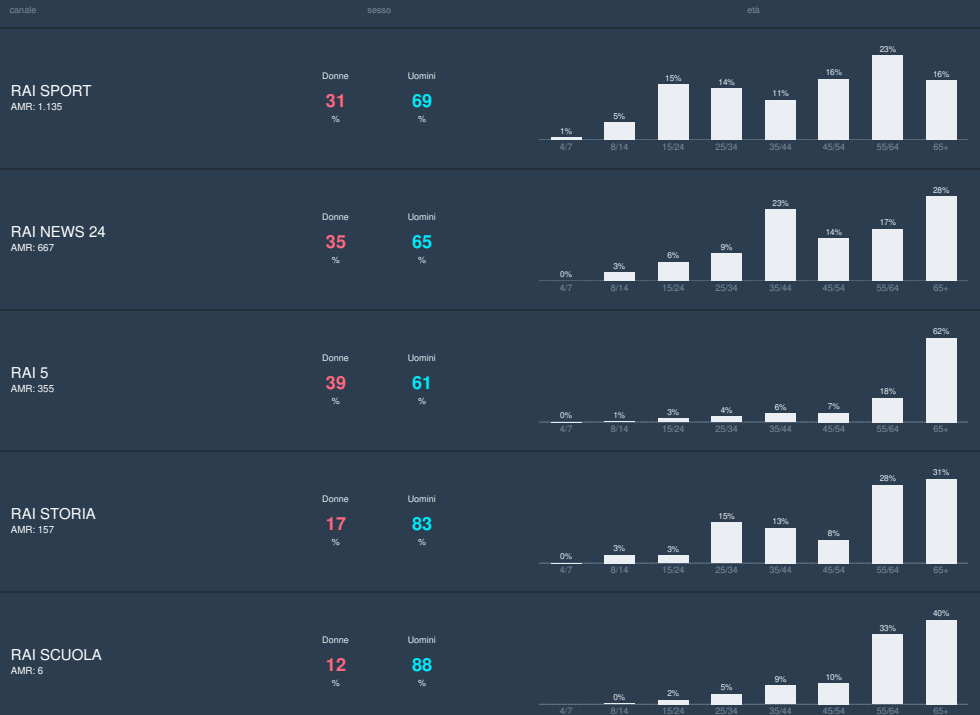
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



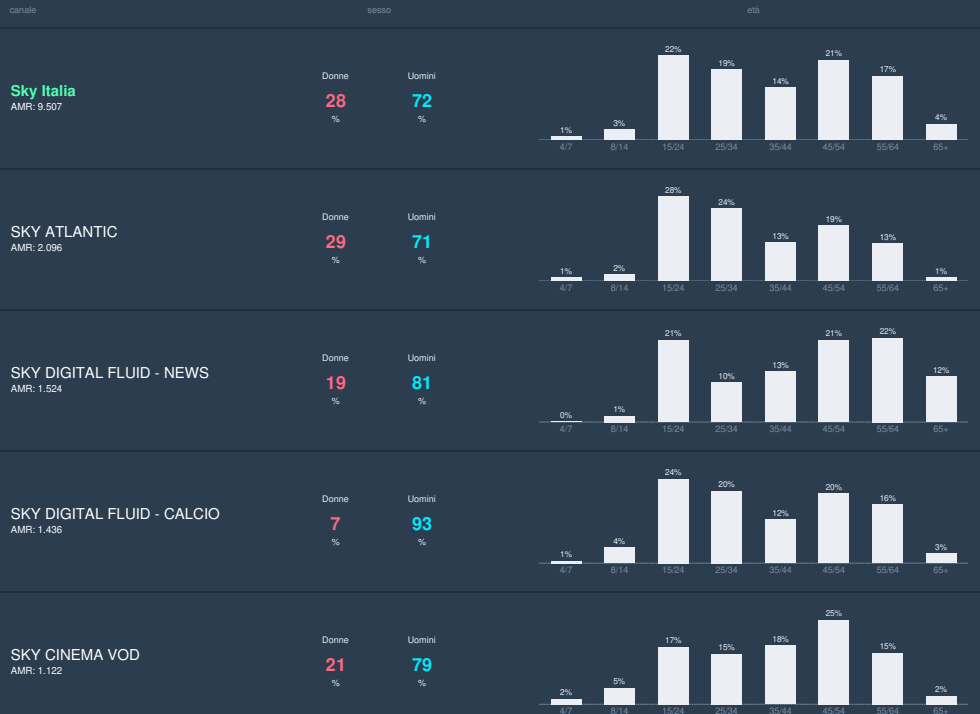
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



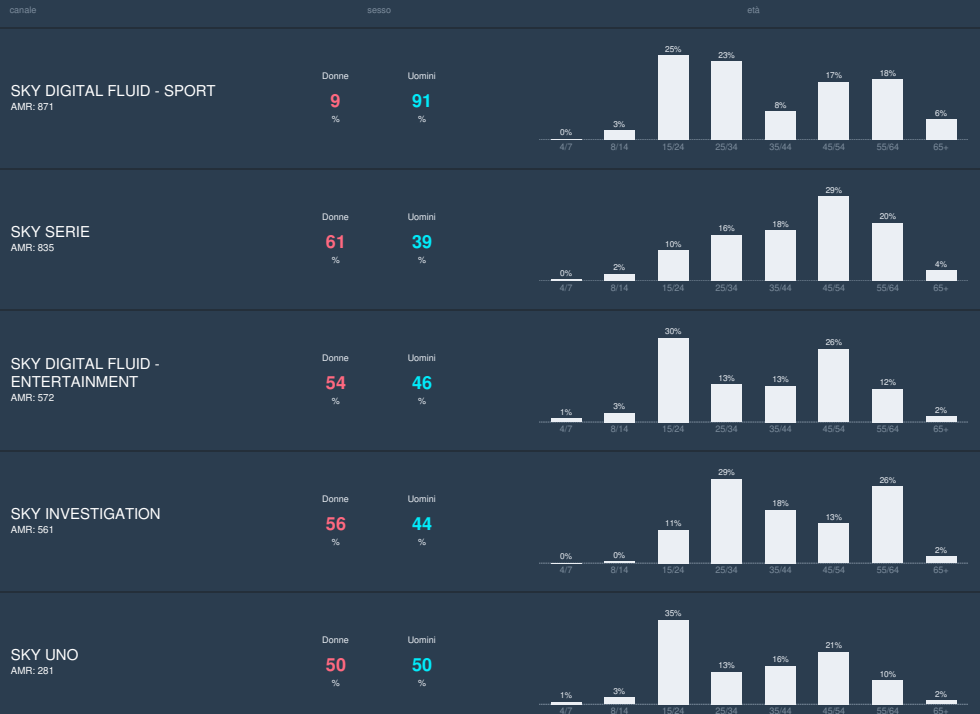
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



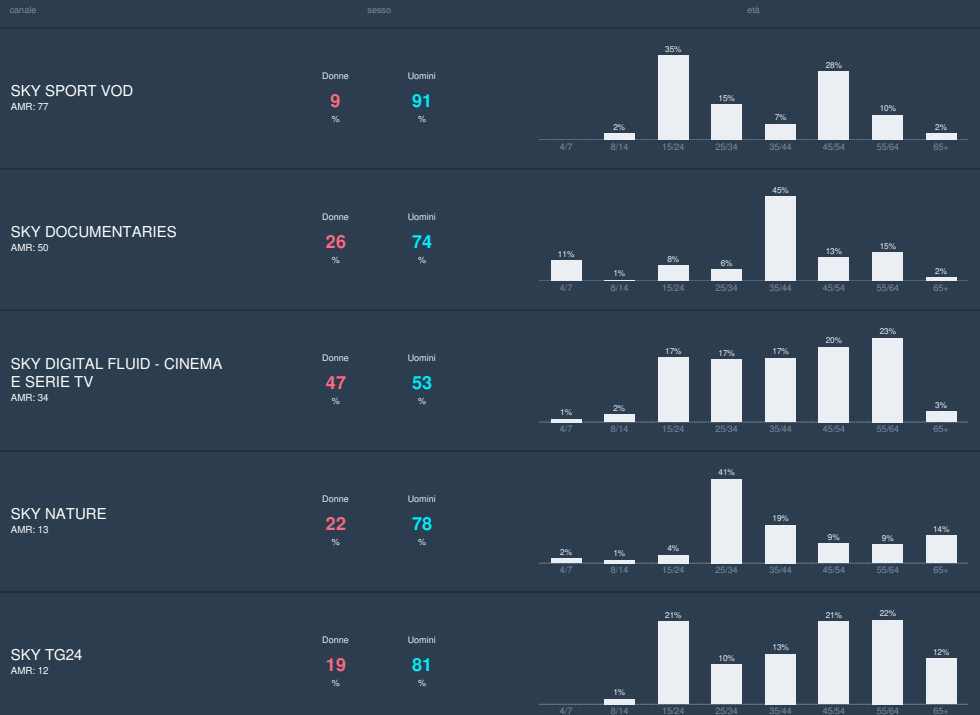
Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
4 agosto 2024 - 10 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