



standard auditel total audience

Report Settimanale

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

 Auditel

total audience totali della settimana

totale editori

6.663.119 ascoltatori medi (AMR)

1.119.403.962 ore totali (TTS)

Dati relativi alla settimana Auditel:

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

718.727

Ascoltatori medi

Andamento AMR

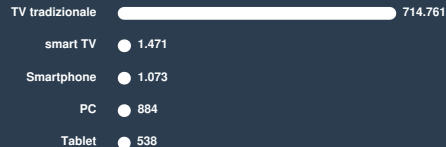
- 7%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



AMR Total Audience

233.440

Ascoltatori medi

Andamento AMR

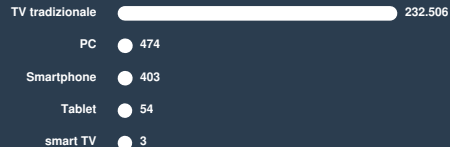
+ 21%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



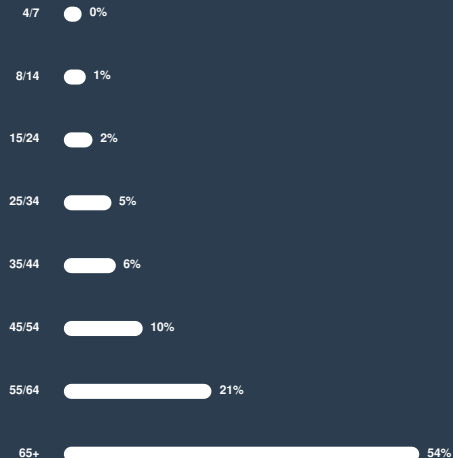
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



AMR Total Audience

2.374.048

Ascoltatori medi

Andamento AMR

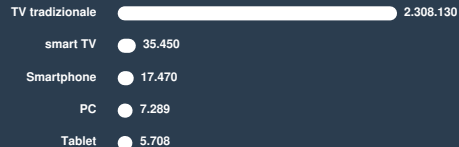
+ 8%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



AMR Total Audience

2.387.988

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 31%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

sky

AMR Total Audience

543.623

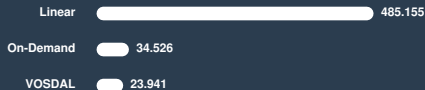
Ascoltatori medi

Andamento AMR

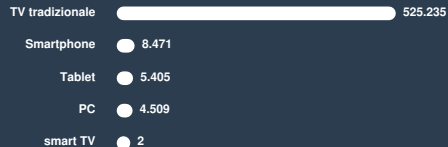
+ 29%

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:

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

6.686.126 ascoltatori medi (AMR)

1.123.269.237 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

24.454

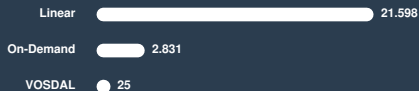
Ascoltatori medi

Andamento AMR

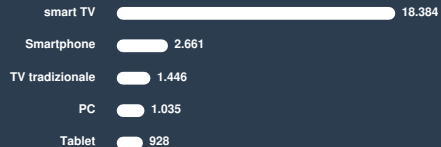
+ 967%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

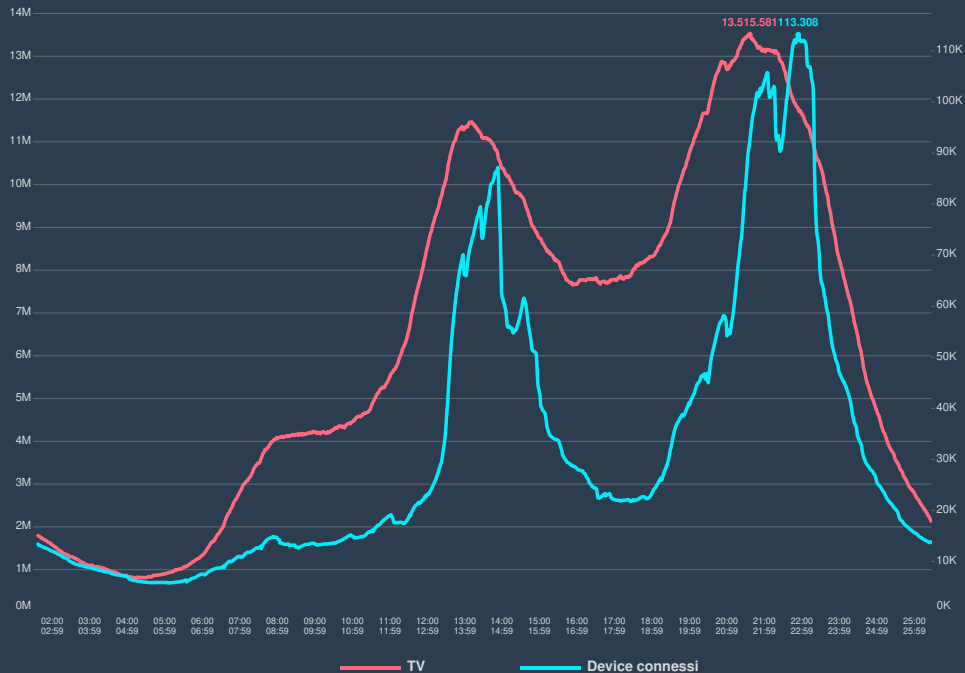
6.454.485 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

32.780 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

total
audience
linear

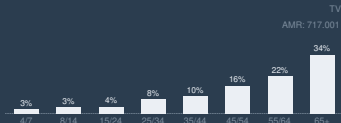
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

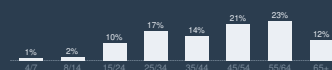
Discovery AMR: 717.650

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



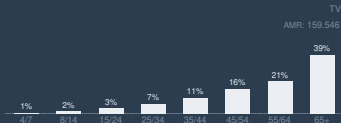
DEVICE CONNESSI AMR: 650

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



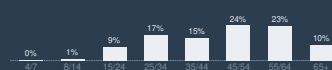
NOVE AMR: 159.671

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



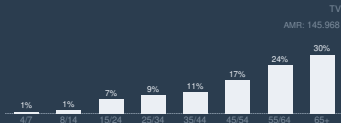
DEVICE CONNESSI AMR: 125

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



REAL TIME AMR: 146.128

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



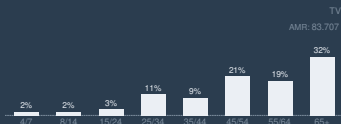
DEVICE CONNESSI AMR: 160

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



DMAX AMR: 83.835

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



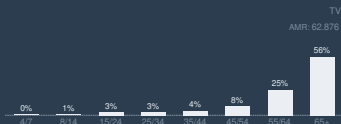
DEVICE CONNESSI AMR: 128

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



GIALLO AMR: 62.998

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



DEVICE CONNESSI AMR: 121

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



total
audience
linear

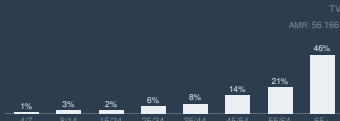
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

FOOD NETWORK
AMR: 56.179

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



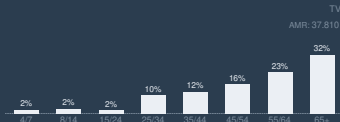
DEVICE CONNESSI
AMR: 14

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



MOTOR TREND
AMR: 37.846

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



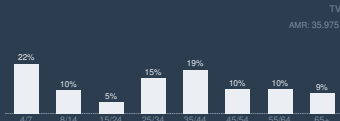
DEVICE CONNESSI
AMR: 36

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



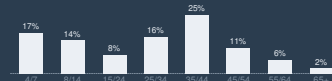
FRISBEE
AMR: 35.981

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



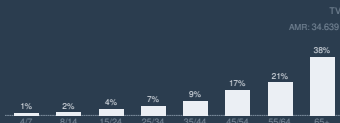
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 34.663

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



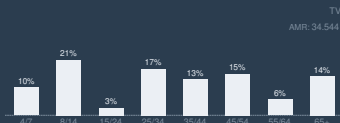
DEVICE CONNESSI
AMR: 24

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



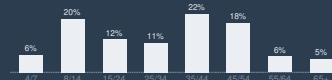
K2
AMR: 34.551

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



total
audience
linear

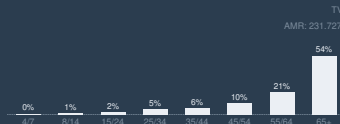
composizione
ascolto per
editore per
target



La7
AMR: 232.220

Donne
55
%

Uomini
45
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 493

Donne
44
%

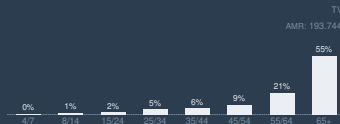
Uomini
56
%



LA7
AMR: 194.237

Donne
52
%

Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 493

Donne
44
%

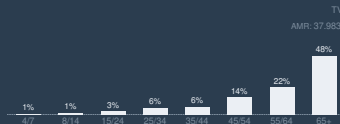
Uomini
56
%



LA7D
AMR: 37.983

Donne
71
%

Uomini
29
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

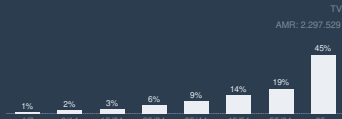


Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

RTI - Mediaset

AMR: 2.307.578

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 10.050

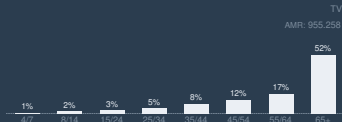
Donne **44**%
Uomini **56**%



CANALE 5

AMR: 958.925

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 3.667

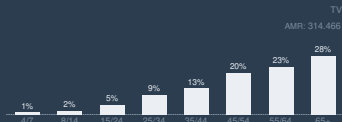
Donne **54**%
Uomini **46**%



ITALIA 1

AMR: 316.073

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.607

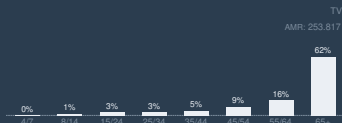
Donne **32**%
Uomini **68**%



RETE 4

AMR: 254.509

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 693

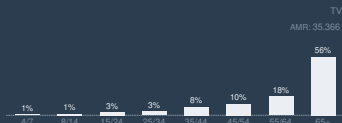
Donne **48**%
Uomini **52**%



TGCOM 24

AMR: 36.153

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 788

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

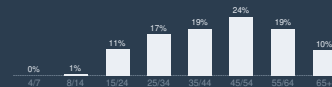


Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 18

DEVICE CONNESSI
AMR: 18

Donne	Uomini
62	38
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

RAI

AMR: 2.330.810

Donne

58
%

Uomini

42
%



TV
AMR: 2.318.024

DEVICE CONNESSI

AMR: 12.786

Donne

44
%

Uomini

56
%



RAI 1

AMR: 948.595

Donne

64
%

Uomini

36
%



TV
AMR: 945.984

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.611

Donne

61
%

Uomini

39
%



RAI 2

AMR: 483.573

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 478.058

DEVICE CONNESSI

AMR: 5.514

Donne

39
%

Uomini

61
%



RAI 3

AMR: 382.582

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 381.650

DEVICE CONNESSI

AMR: 932

Donne

43
%

Uomini

57
%



RAI 4

AMR: 134.160

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 133.570

DEVICE CONNESSI

AMR: 591

Donne

46
%

Uomini

54
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

RAI PREMIUM AMR: 104.090

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



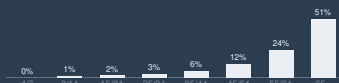
DEVICE CONNESSI AMR: 404

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



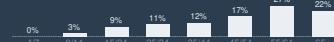
RAI MOVIE AMR: 81.889

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



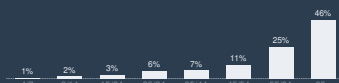
DEVICE CONNESSI AMR: 336

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



RAI SPORT AMR: 48.641

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



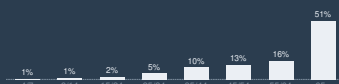
DEVICE CONNESSI AMR: 556

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



RAI NEWS 24 AMR: 45.293

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



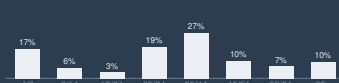
DEVICE CONNESSI AMR: 1.035

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



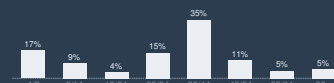
RAI YOYO AMR: 37.760

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



DEVICE CONNESSI AMR: 49

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

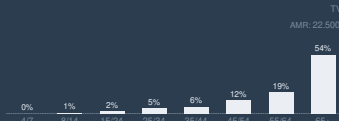


Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

RAI 5
AMR: 22.594

Donne
47
%

Uomini
53
%



DEVICE CONNESSI

Donne
36
%

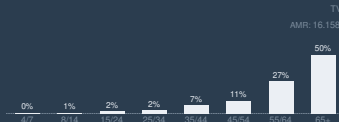
Uomini
64
%



RAI STORIA
AMR: 16.312

Donne
31
%

Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 153

Donne
22
%

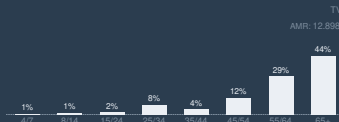
Uomini
78
%



RAI SCUOLA
AMR: 12.996

Donne
31
%

Uomini
69
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 99

Donne
25
%

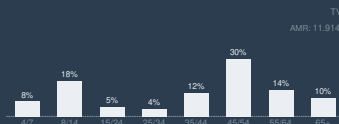
Uomini
75
%



RAI GULP
AMR: 11.944

Donne
63
%

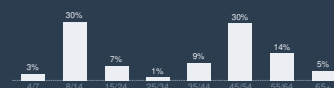
Uomini
37
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 29

Donne
60
%

Uomini
40
%



RAIPLAY
AMR: 231

Donne
%

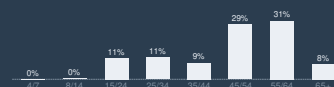
Uomini
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 231

Donne
51
%

Uomini
49
%



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

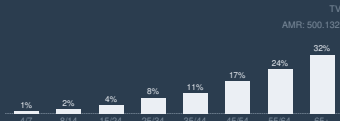
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

Sky Italia
AMR: 508.935

Donne
46
%

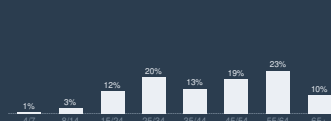
Uomini
54
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 8.803

Donne
16
%

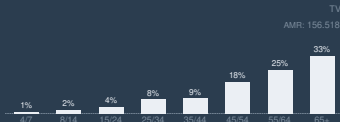
Uomini
84
%



TV8
AMR: 156.895

Donne
58
%

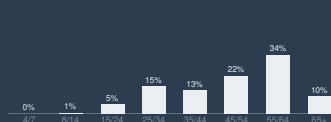
Uomini
42
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 377

Donne
33
%

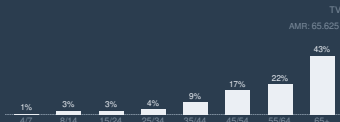
Uomini
67
%



CIELO
AMR: 65.734

Donne
45
%

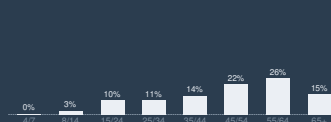
Uomini
55
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 108

Donne
33
%

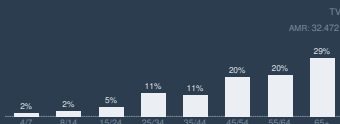
Uomini
67
%



SKY SPORT 24
AMR: 33.238

Donne
25
%

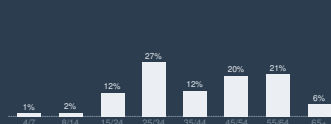
Uomini
75
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 766

Donne
11
%

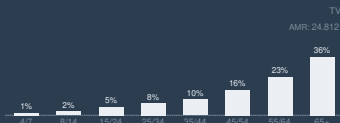
Uomini
89
%



SKY TG24
AMR: 25.323

Donne
37
%

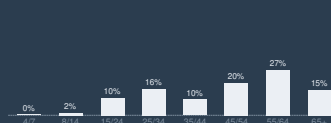
Uomini
63
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 512

Donne
23
%

Uomini
77
%



total
audience
linear

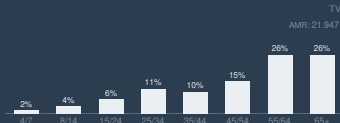
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

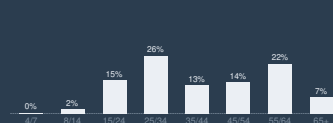
SKY SPORT UNO
AMR: 24.780

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



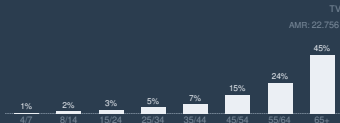
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.833

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



SKY TG24 (50)
AMR: 22.756

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



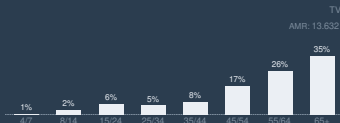
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



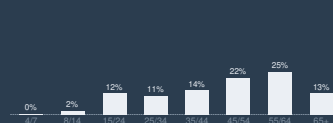
SKY SPORT TENNIS
AMR: 15.037

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



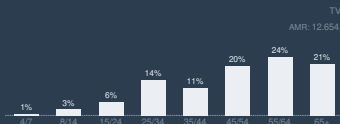
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.405

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



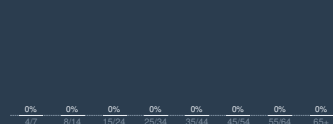
SKY CINEMA UNO
AMR: 12.654

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



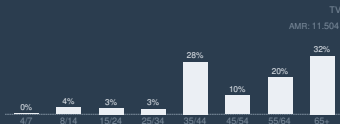
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



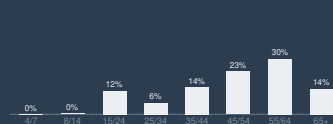
SKY CINEMA COLLECTION
AMR: 11.593

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 89

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

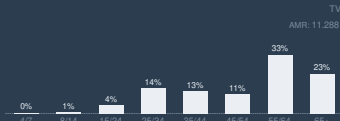
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

SKY INVESTIGATION
AMR: 11.367

Donne
54
%

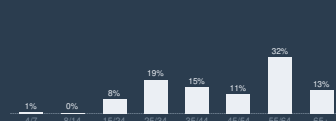
Uomini
46
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 78

Donne
58
%

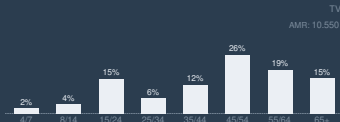
Uomini
42
%



SKY UNO
AMR: 10.630

Donne
52
%

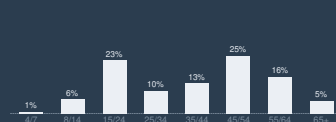
Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 80

Donne
47
%

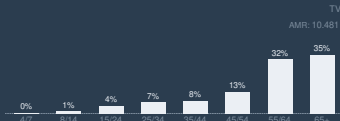
Uomini
53
%



SKY INVESTIGATION +1
AMR: 10.489

Donne
52
%

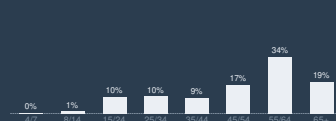
Uomini
48
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 8

Donne
54
%

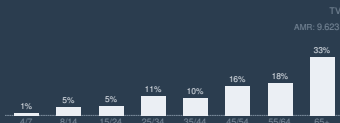
Uomini
46
%



SKY SPORT CALCIO
AMR: 10.201

Donne
27
%

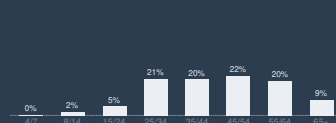
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 578

Donne
11
%

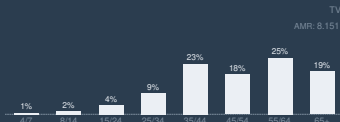
Uomini
89
%



SKY CINEMA ACTION
AMR: 8.221

Donne
32
%

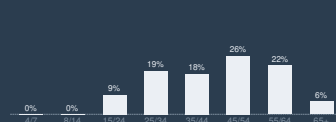
Uomini
68
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 70

Donne
11
%

Uomini
89
%



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:

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

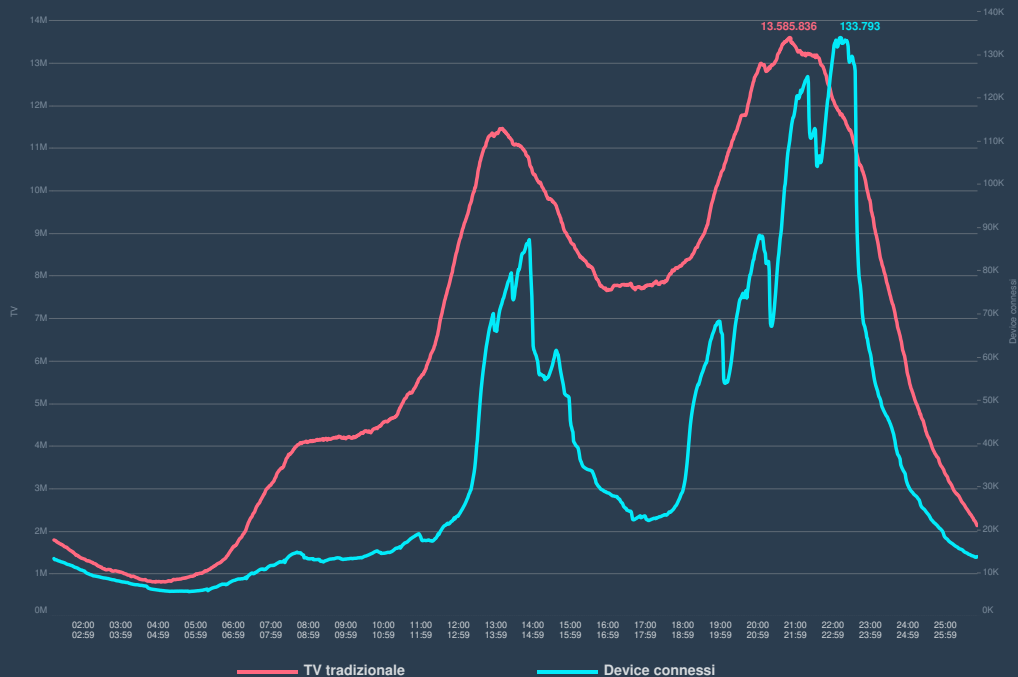
6.470.570 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

36.918 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:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

DAZN AMR: 21.623

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



TV
AMR: 17.486

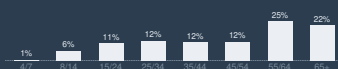
DEVICE CONNESSI AMR: 4.137

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



DAZN2 AMR: 8.997

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



TV
AMR: 7.097

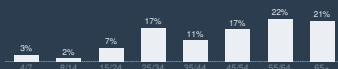
DEVICE CONNESSI AMR: 1.901

Donne **6**%
Uomini **94**%



DAZN5 AMR: 6.649

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



TV
AMR: 5.221

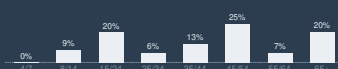
DEVICE CONNESSI AMR: 1.428

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



DAZN1 AMR: 3.501

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



TV
AMR: 3.003

DEVICE CONNESSI AMR: 498

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



ZONA DAZN AMR: 1.293

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



TV
AMR: 1.293

DEVICE CONNESSI AMR:

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



total
audience
linear

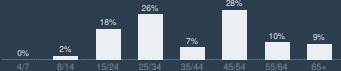
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN3
AMR: 964

Donne
27 %

Uomini
73 %

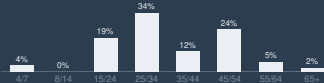


TV
AMR: 693

DEVICE CONNESSI
AMR: 271

Donne
16 %

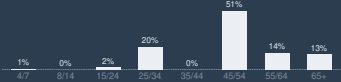
Uomini
84 %



DAZN4
AMR: 110

Donne
%

Uomini
100 %

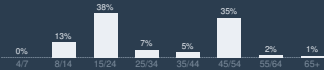


TV
AMR: 71

DEVICE CONNESSI
AMR: 39

Donne
7 %

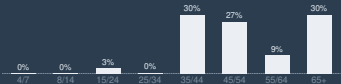
Uomini
93 %



ZONA DAZN 2
AMR: 108

Donne
34 %

Uomini
66 %



TV
AMR: 108

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
on demand
totali della
settimana
totale editori digital**

Dati relativi alla settimana Auditel:

11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

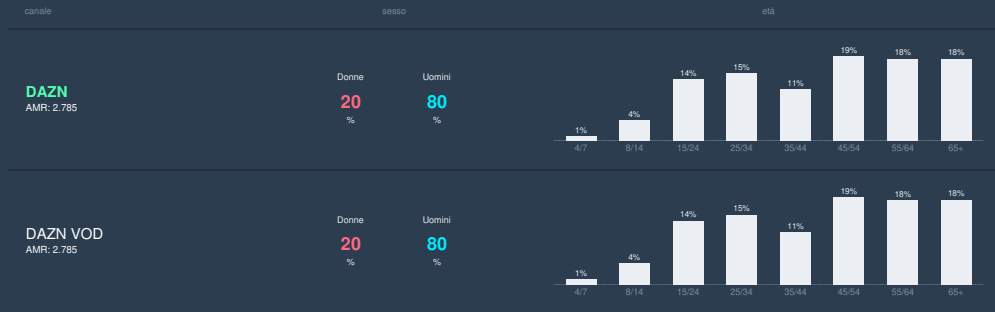
120.088 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

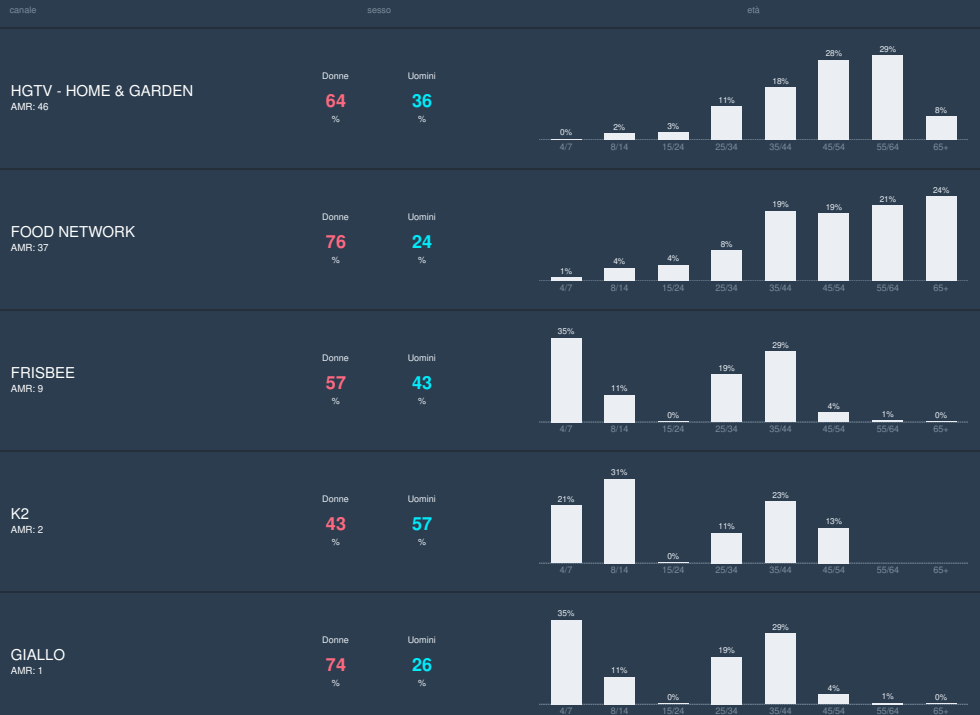




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



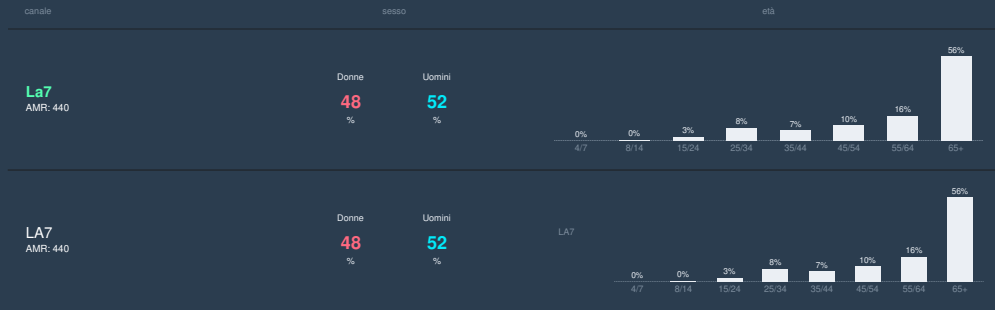
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



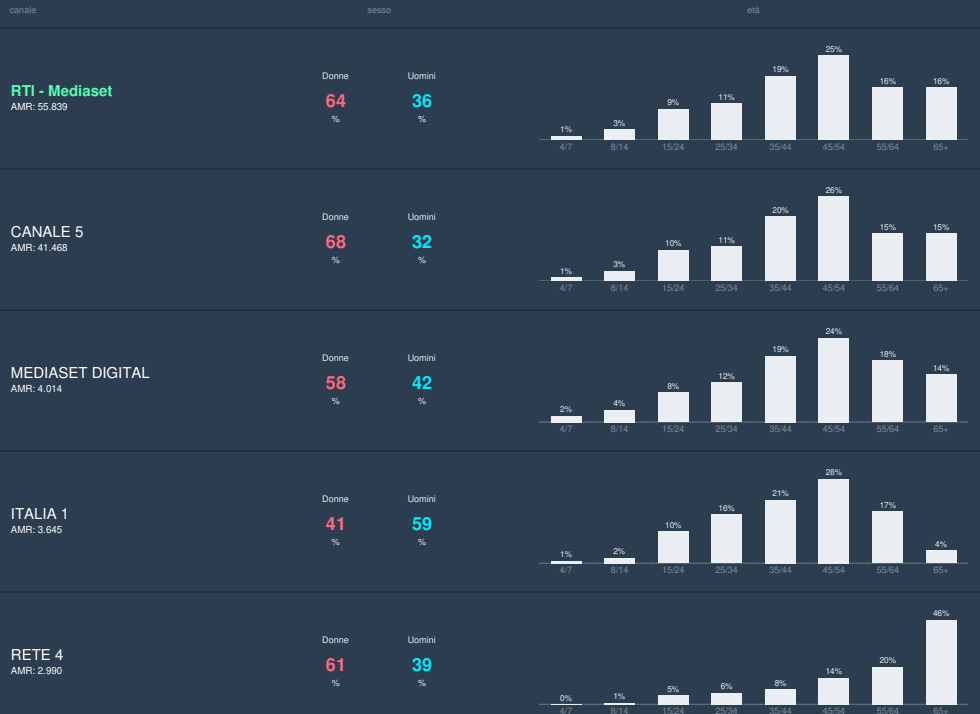
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024

canale

seesso

età

TGCOM 24
AMR: 565

Donne

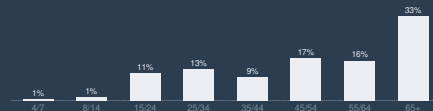
29

%

Uomini

71

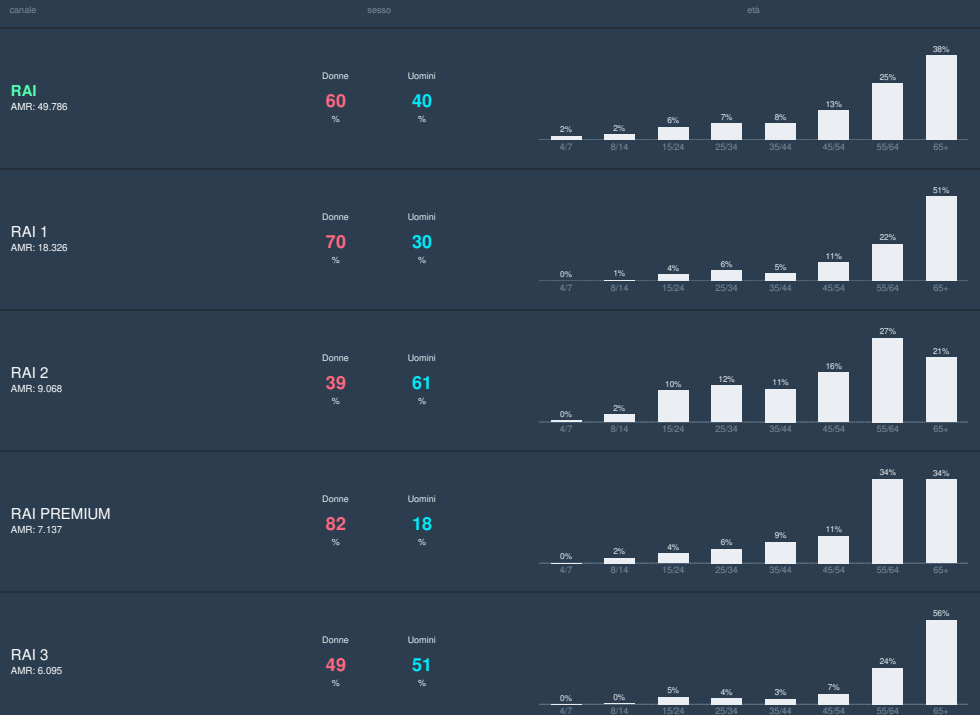
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



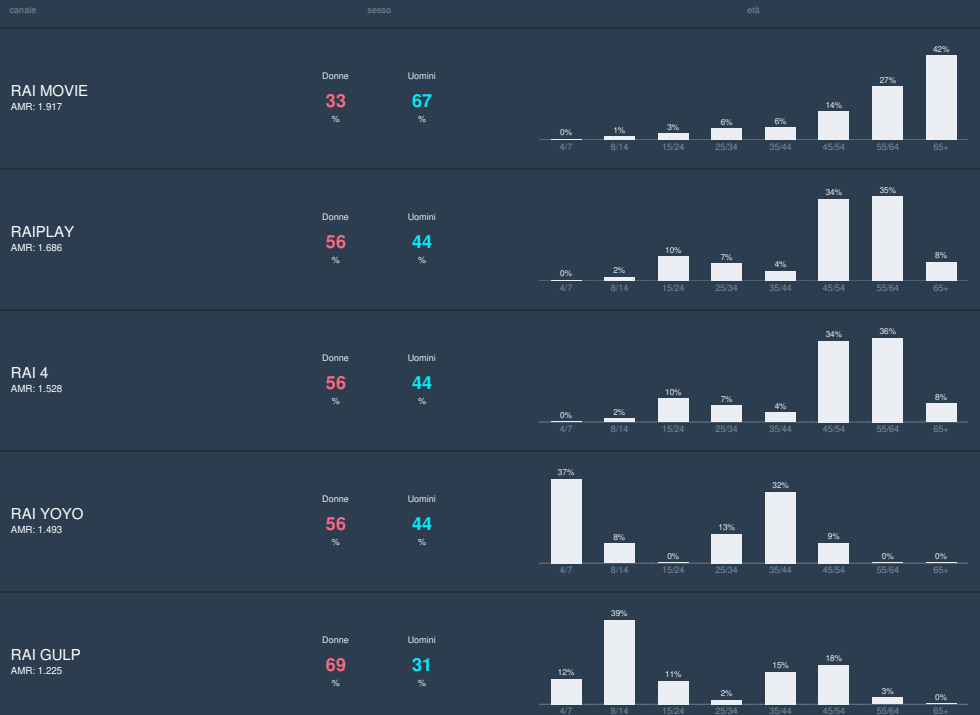
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



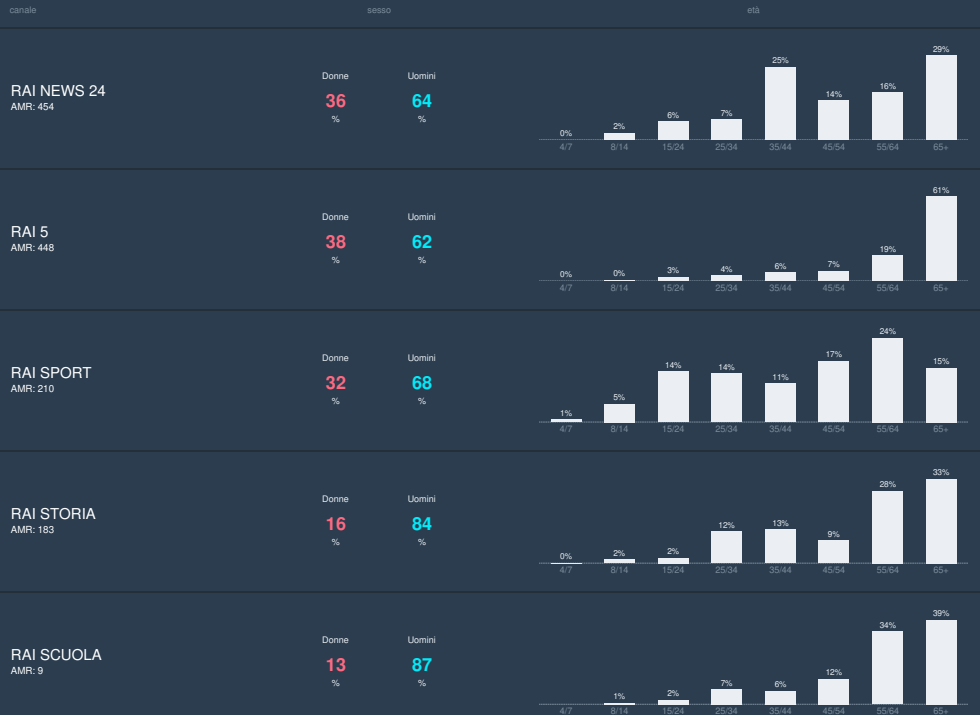
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



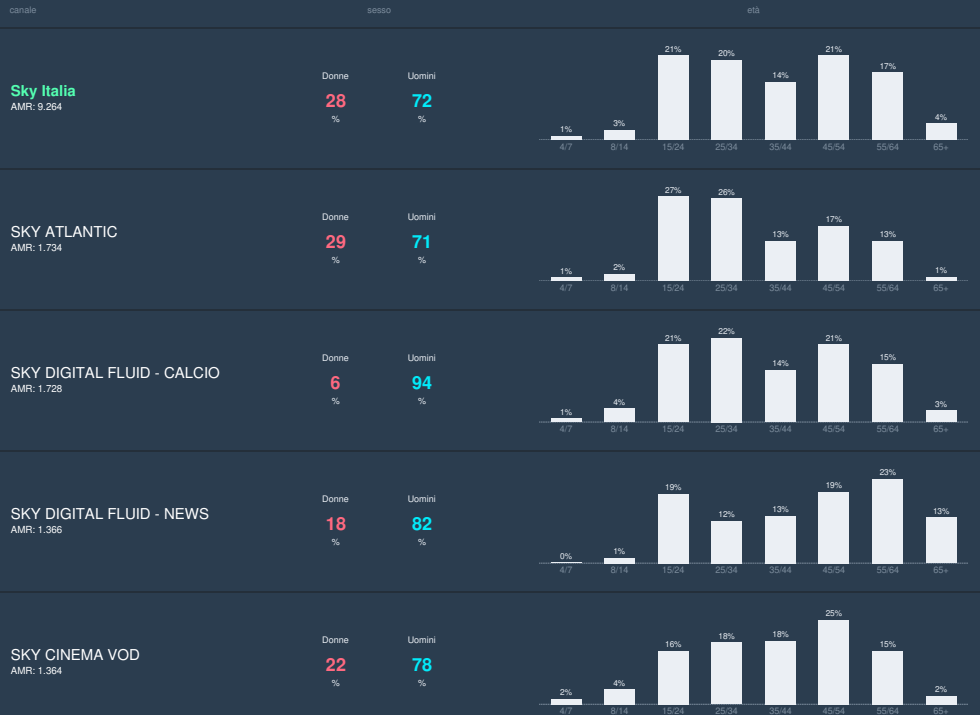
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



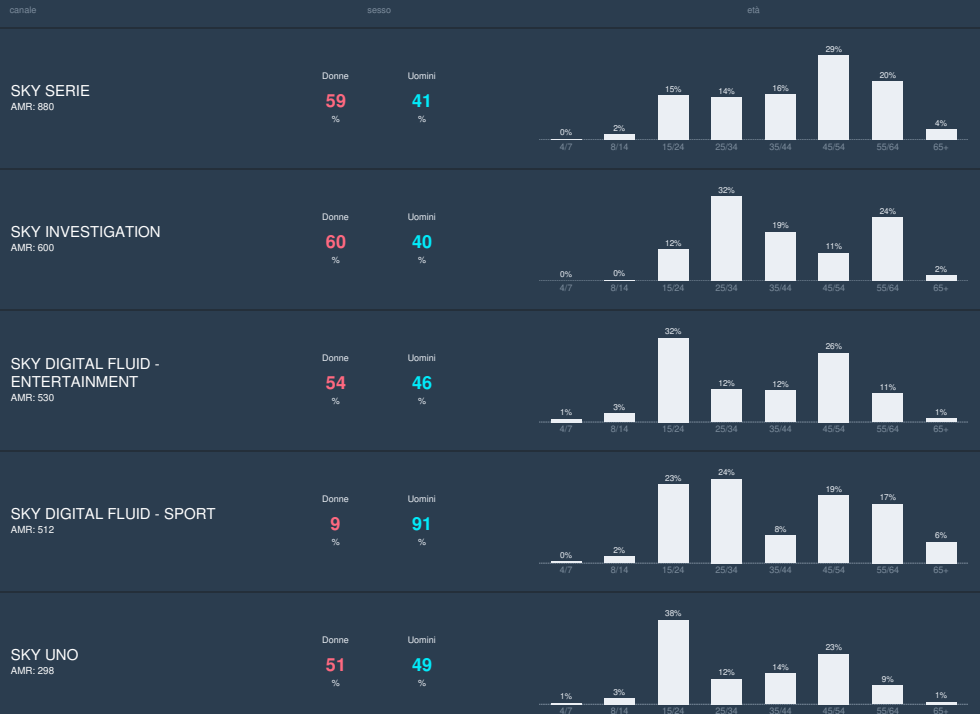
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



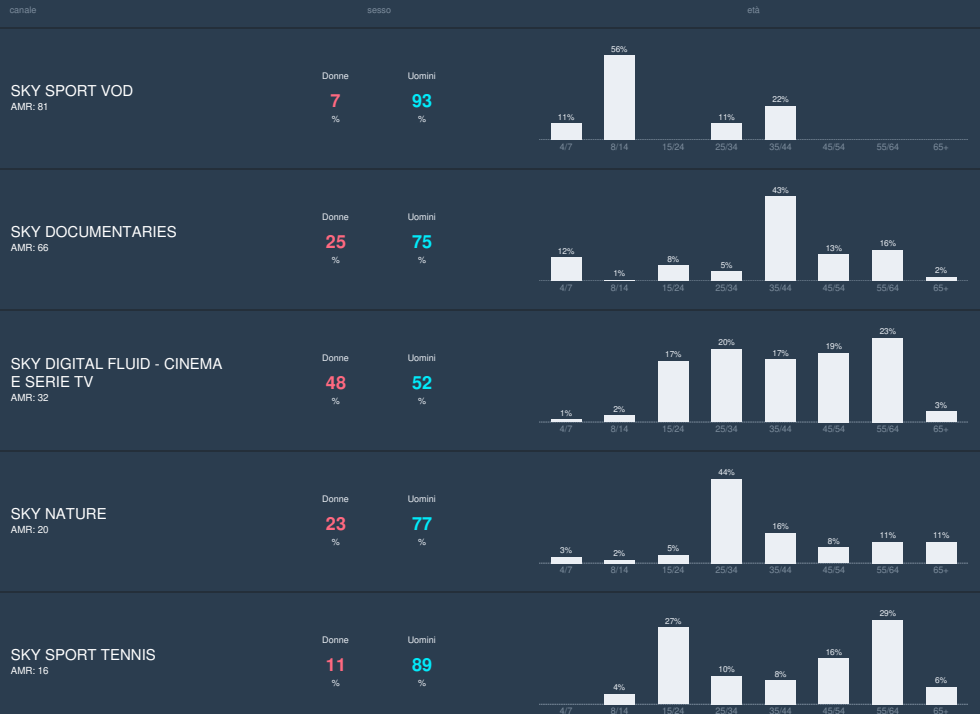
Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 agosto 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
11 agosto 2024 - 17 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):

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

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

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

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

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

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

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

8. Come viene individualizzato l'ascolto?

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

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

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

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

Ambienti: TV, Digitale, Total Audience

Tipo di fruizione: lineare, VOD, VOSDAL

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

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

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

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

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

10. Quali sono i prossimi step della Total Audience?

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

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

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

11. Uso dello Standard Auditel Total Audience

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



Auditel 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