



standard auditel total audience

Report Settimanale

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

 Auditel

total audience totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

8.761.876 ascoltatori medi (AMR)

1.471.995.194 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



WARNER BROS.
DISCOVERY

AMR Total Audience

779.460

Ascoltatori medi

Andamento AMR

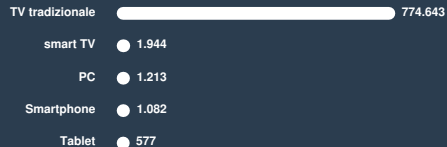
- 3%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

419.814

Ascoltatori medi

Andamento AMR

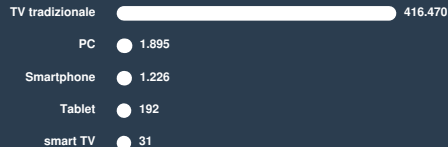
+ 0%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



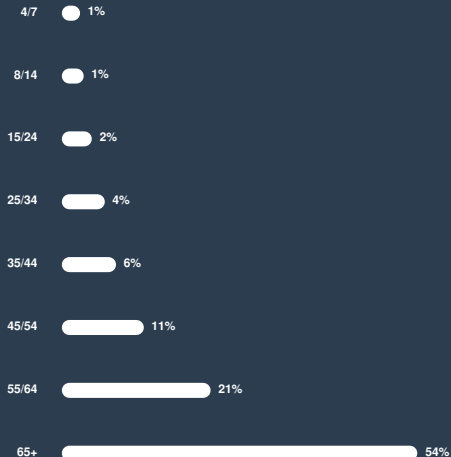
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

3.363.744

Ascoltatori medi

Andamento AMR

- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total audience ascolto medio settimana per editore

Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

Rai

AMR Total Audience

2.999.579

Ascoltatori medi

Andamento AMR

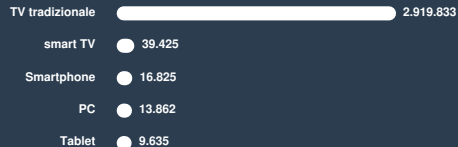
- 1%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



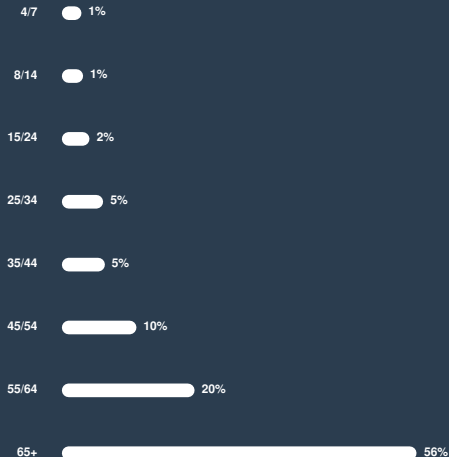
Dettaglio Device



Sesso



Età



total audience ascolto medio settimana per editore

sky

AMR Total Audience

750.973

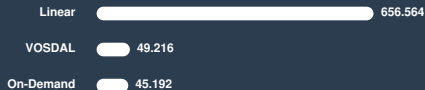
Ascoltatori medi

Andamento AMR

+ 11%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

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:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

8.824.998 ascoltatori medi (AMR)

1.482.599.645 ore totali (TTS)

Auditel

total audience ascolto medio settimana per editore



AMR Total Audience

68.137

Ascoltatori medi

Andamento AMR

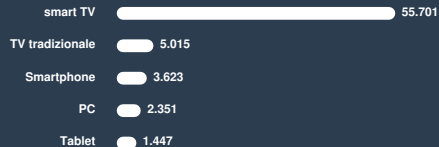
+ 99%

Su settimana precedente

Linear vs VOD



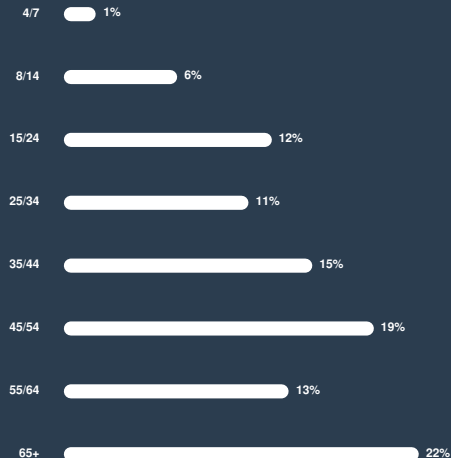
Dettaglio Device



Sesso



Età



Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total audience linear totali della settimana totale editori

Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

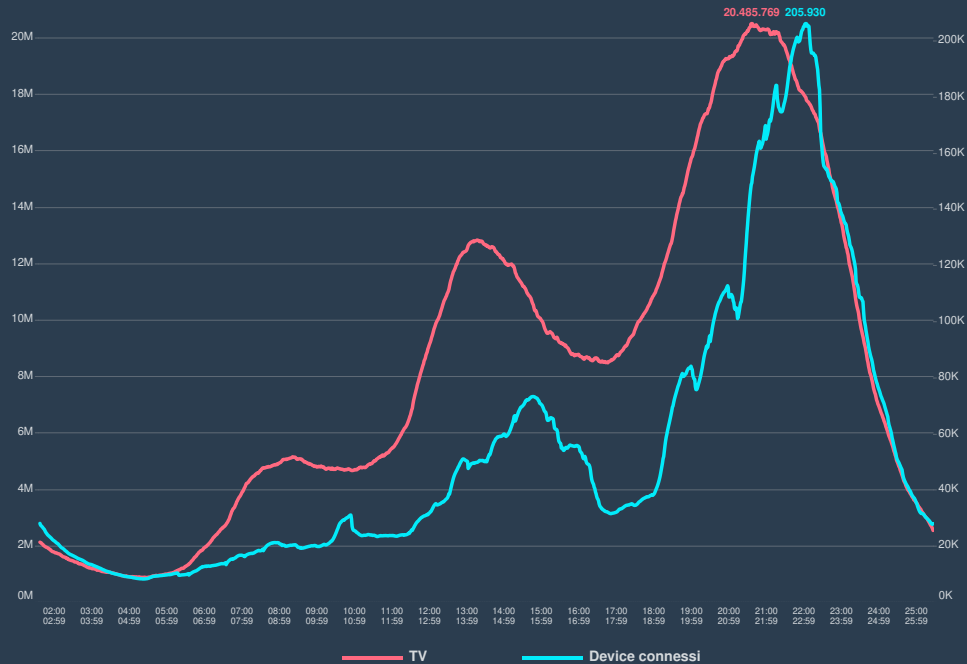
8.402.138 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

55.084 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience linear AMR per fascia oraria nel giorno medio

totale editori



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total
audience
linear

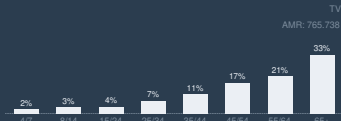
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

Discovery AMR: 766.529

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



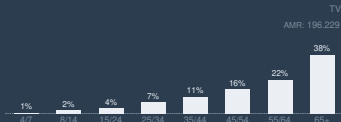
DEVICE CONNESSI AMR: 790

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



NOVE AMR: 196.530

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



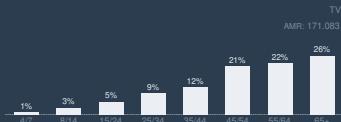
DEVICE CONNESSI AMR: 301

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



REAL TIME AMR: 171.274

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



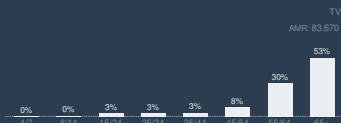
DEVICE CONNESSI AMR: 192

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



GIALLO AMR: 83.790

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



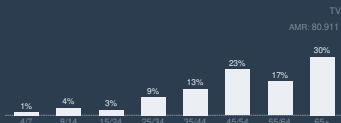
DEVICE CONNESSI AMR: 120

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



DMAX AMR: 80.990

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



DEVICE CONNESSI AMR: 79

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



total
audience
linear

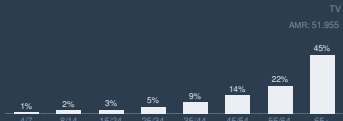
composizione
ascolto per
editore per
target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

FOOD NETWORK
AMR: 51.966

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



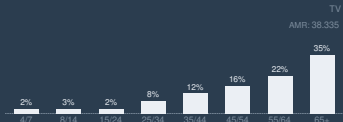
DEVICE CONNESSI
AMR: 11

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



MOTOR TREND
AMR: 38.368

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



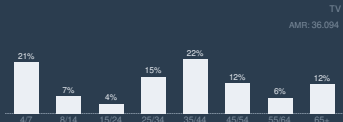
DEVICE CONNESSI
AMR: 33

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



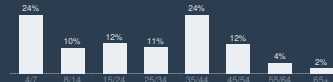
FRISBEE
AMR: 36.101

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



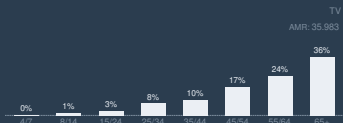
DEVICE CONNESSI
AMR: 6

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



HGTV - HOME & GARDEN
AMR: 36.004

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



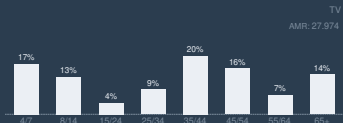
DEVICE CONNESSI
AMR: 22

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



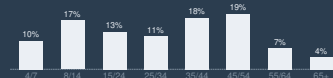
K2
AMR: 27.982

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 8

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



La7
AMR: 414.406

Donne

52
%

Uomini

48
%



TV
AMR: 412.853

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.553

Donne

42
%

Uomini

58
%



LA7
AMR: 381.793

Donne

50
%

Uomini

50
%



TV
AMR: 380.239

DEVICE CONNESSI
AMR: 1.553

Donne

42
%

Uomini

58
%



LA7D
AMR: 32.614

Donne

70
%

Uomini

30
%



TV
AMR: 32.614

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

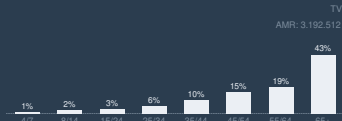


Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

RTI - Mediaset

AMR: 3.214.760

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 22.248

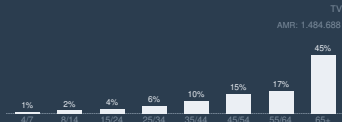
Donne **57**%
Uomini **43**%



CANALE 5

AMR: 1.494.890

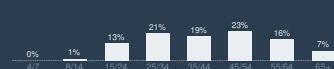
Donne **63**%
Uomini **37**%



DEVICE CONNESSI

AMR: 10.202

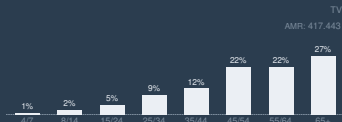
Donne **65**%
Uomini **35**%



ITALIA 1

AMR: 419.517

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 2.074

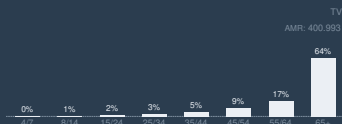
Donne **41**%
Uomini **59**%



RETE 4

AMR: 402.667

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.675

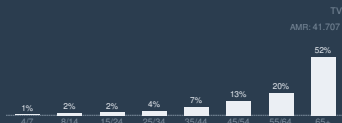
Donne **61**%
Uomini **39**%



TGCOM 24

AMR: 42.729

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



DEVICE CONNESSI

AMR: 1.022

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



**total
audience
linear**

**composizione
ascolto per
editore per
target**

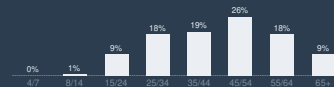


Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

MEDIASET DIGITAL
AMR: 3.306

DEVICE CONNESSI
AMR: 3.306

Donne	Uomini
62	38
%	%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

RAI

AMR: 2.915.048

Donne

60
%

Uomini

40
%



TV
AMR: 2.901.475

DEVICE CONNESSI

AMR: 13.572

Donne

56
%

Uomini

44
%



RAI 1

AMR: 1.512.149

Donne

65
%

Uomini

35
%



TV
AMR: 1.506.091

DEVICE CONNESSI

AMR: 6.058

Donne

66
%

Uomini

34
%



RAI 3

AMR: 563.176

Donne

55
%

Uomini

45
%



TV
AMR: 561.126

DEVICE CONNESSI

AMR: 2.050

Donne

53
%

Uomini

47
%



RAI 2

AMR: 362.038

Donne

58
%

Uomini

42
%



TV
AMR: 360.694

DEVICE CONNESSI

AMR: 1.345

Donne

52
%

Uomini

48
%



RAI 4

AMR: 120.012

Donne

53
%

Uomini

47
%



TV
AMR: 119.321

DEVICE CONNESSI

AMR: 691

Donne

52
%

Uomini

48
%



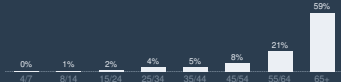
total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target



RAI MOVIE
AMR: 94.168

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



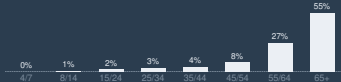
DEVICE CONNESSI
AMR: 356

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



RAI PREMIUM
AMR: 93.794

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



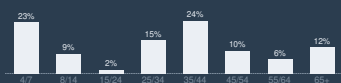
DEVICE CONNESSI
AMR: 361

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



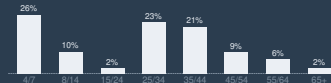
RAI YOYO
AMR: 44.408

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



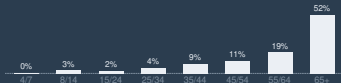
DEVICE CONNESSI
AMR: 49

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



RAI NEWS 24
AMR: 40.599

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



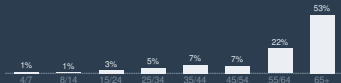
DEVICE CONNESSI
AMR: 1.109

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



RAI SPORT
AMR: 31.385

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 303

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



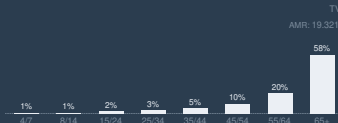
total audience linear

composizione ascolto per editore per target



RAI 5
AMR: 19.417

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



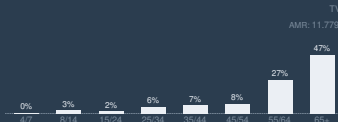
DEVICE CONNESSI

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



RAI STORIA
AMR: 11.972

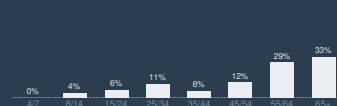
Donne **37**%
Uomini **63**%



DEVICE CONNESSI

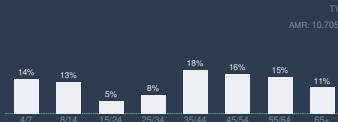
AMR: 193

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



RAI GULP
AMR: 10.730

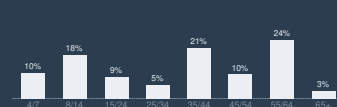
Donne **55**%
Uomini **45**%



DEVICE CONNESSI

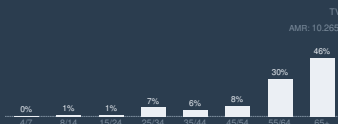
AMR: 25

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



RAI SCUOLA
AMR: 10.383

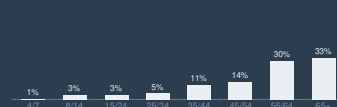
Donne **34**%
Uomini **66**%



DEVICE CONNESSI

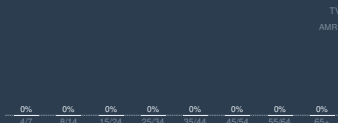
AMR: 118

Donne **21**%
Uomini **79**%



RAI RADIO2
AMR: 520

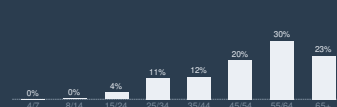
Donne %
Uomini %



DEVICE CONNESSI

AMR: 520

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



total audience linear

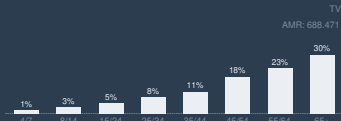
composizione ascolto per editore per target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

Sky Italia AMR: 705.390

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



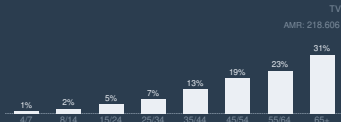
DEVICE CONNESSI AMR: 16.919

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



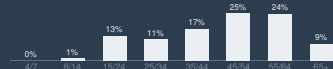
TV8 AMR: 220.140

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



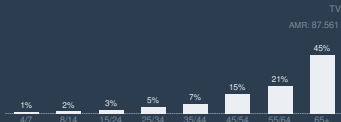
DEVICE CONNESSI AMR: 1.534

Donne **21**%
Uomini **79**%



CIELO AMR: 87.726

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



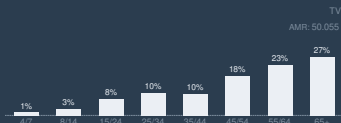
DEVICE CONNESSI AMR: 165

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



SKY SPORT UNO AMR: 53.839

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



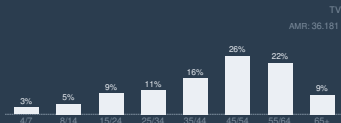
DEVICE CONNESSI AMR: 3.784

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



SKY UNO AMR: 37.222

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



DEVICE CONNESSI AMR: 1.041

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



total
audience
linear

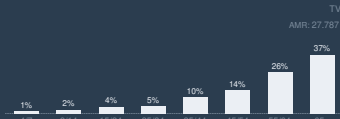
composizione
ascolto per
editore per
target

sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

SKY TG24
AMR: 28.428

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



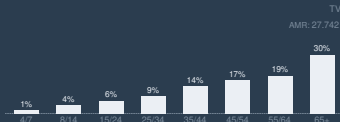
DEVICE CONNESSI
AMR: 640

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



SKY SPORT 24
AMR: 28.254

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



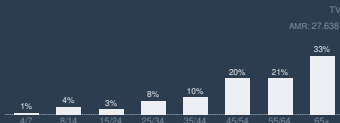
DEVICE CONNESSI
AMR: 511

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



SKY TG24 (50)
AMR: 27.638

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



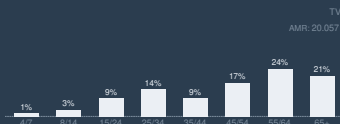
DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne %
Uomini %



SKY SPORT F1
AMR: 22.606

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



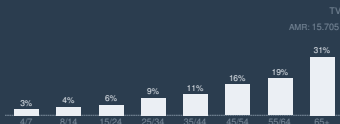
DEVICE CONNESSI
AMR: 2.549

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



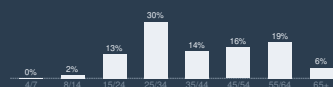
SKY SPORT CALCIO
AMR: 16.305

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



DEVICE CONNESSI
AMR: 601

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



total
audience
linear

composizione
ascolto per
editore per
target

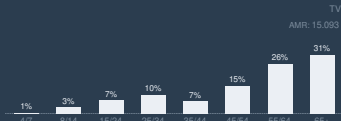
sky

Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

SKY SPORT TENNIS
AMR: 15.806

Donne
43
%

Uomini
57
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 713

Donne
30
%

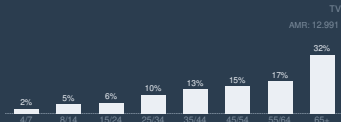
Uomini
70
%



SKY SPORT 251
AMR: 14.137

Donne
26
%

Uomini
74
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 1.146

Donne
10
%

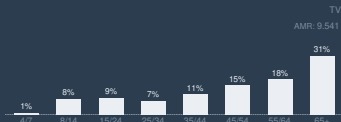
Uomini
90
%



SKY SPORT 252
AMR: 11.888

Donne
28
%

Uomini
72
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 2.347

Donne
12
%

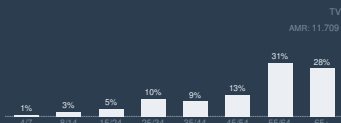
Uomini
88
%



SKY INVESTIGATION
AMR: 11.787

Donne
62
%

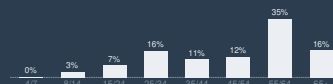
Uomini
38
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 78

Donne
60
%

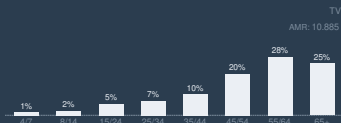
Uomini
40
%



SKY CINEMA UNO
AMR: 10.885

Donne
39
%

Uomini
61
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%

Uomini
%



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:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

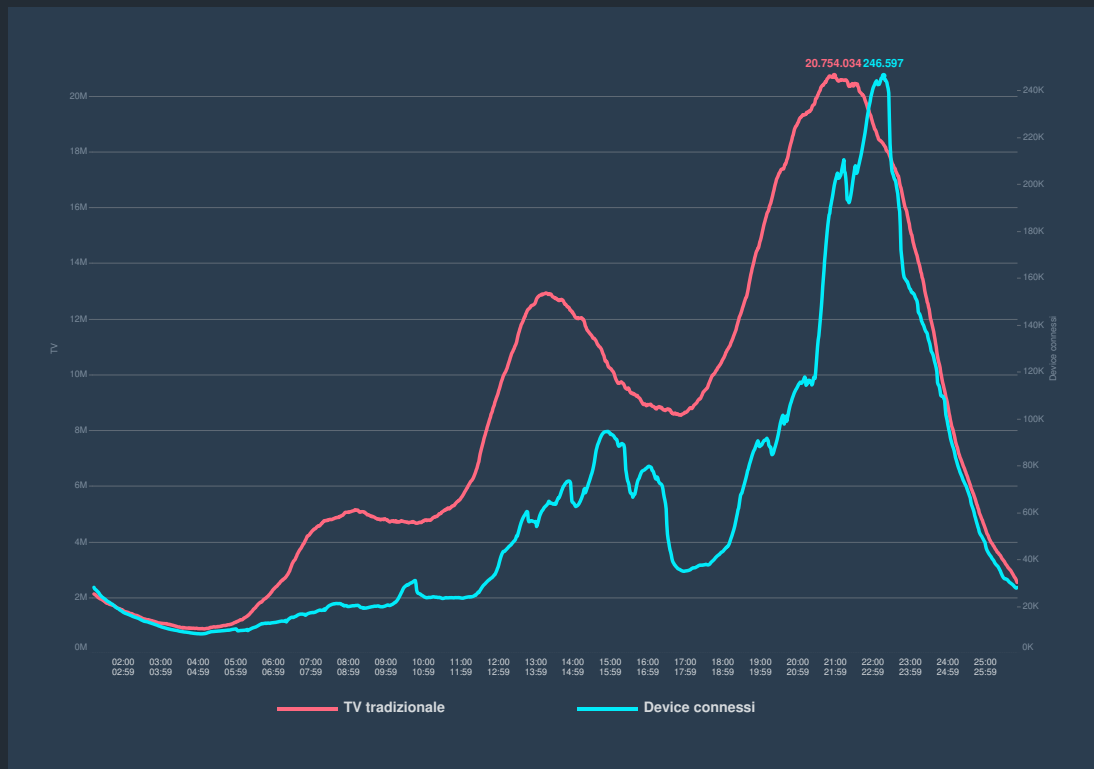
8.454.398 ascoltatori medi (AMR) su TV screen

61.919 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:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

total audience linear

composizione ascolto per editore per target

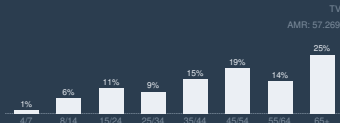


Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

DAZN
AMR: 64.104

Donne
29
%

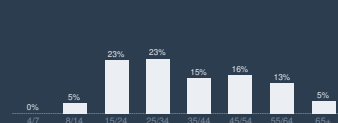
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 6.835

Donne
10
%

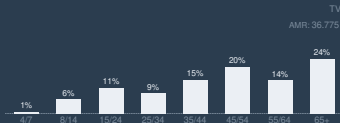
Uomini
90
%



DAZN1
AMR: 41.401

Donne
29
%

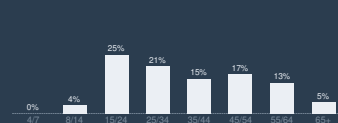
Uomini
71
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 4.626

Donne
10
%

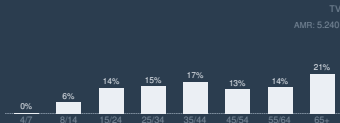
Uomini
90
%



DAZN2
AMR: 5.984

Donne
26
%

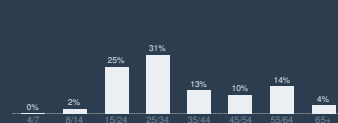
Uomini
74
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 744

Donne
8
%

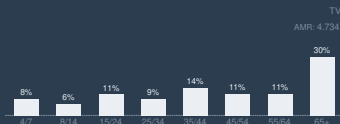
Uomini
92
%



DAZN_1
AMR: 4.734

Donne
38
%

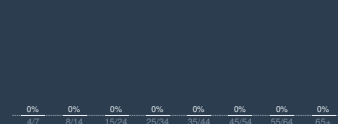
Uomini
62
%



DEVICE CONNESSI
AMR:

Donne
%
%

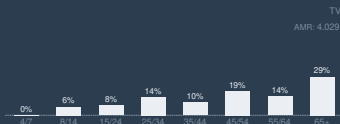
Uomini
%
%



DAZN5
AMR: 4.435

Donne
35
%

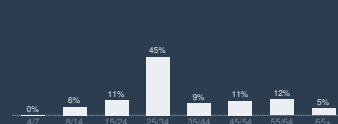
Uomini
65
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 406

Donne
19
%

Uomini
81
%



total audience linear

composizione ascolto per editore per target

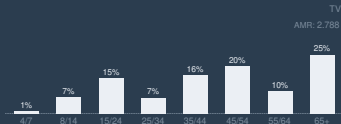


Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

DAZN3
AMR: 3.289

Donne
16
%

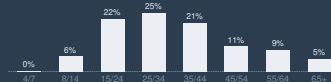
Uomini
84
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 500

Donne
6
%

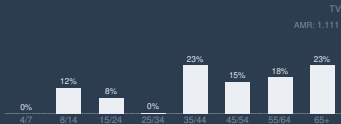
Uomini
94
%



DAZN4
AMR: 1.291

Donne
27
%

Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 180

Donne
13
%

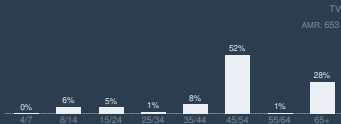
Uomini
87
%



DAZN9
AMR: 759

Donne
13
%

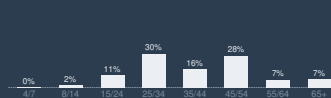
Uomini
87
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 106

Donne
15
%

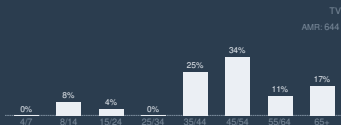
Uomini
85
%



DAZN13
AMR: 755

Donne
15
%

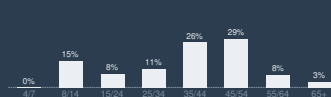
Uomini
85
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 112

Donne
7
%

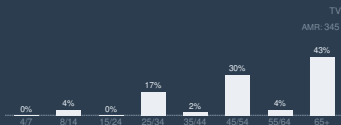
Uomini
93
%



DAZN8
AMR: 391

Donne
21
%

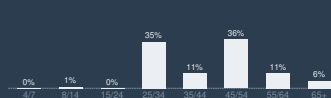
Uomini
79
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 46

Donne
8
%

Uomini
92
%



total
audience
linear

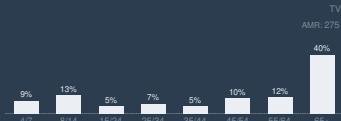
composizione
ascolto per
editore per
target



DAZN_2
AMR: 275

Donne
27
%

Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 275

Donne
%

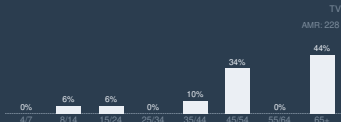
Uomini
%



DAZN11
AMR: 266

Donne
27
%

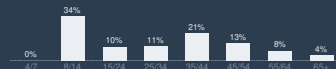
Uomini
73
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 40

Donne
14
%

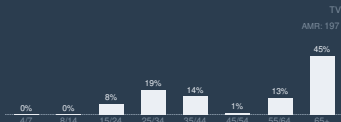
Uomini
86
%



DAZN12
AMR: 238

Donne
13
%

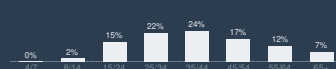
Uomini
87
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 40

Donne
10
%

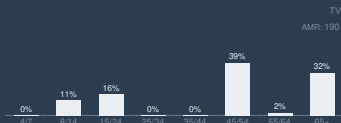
Uomini
90
%



DAZN10
AMR: 217

Donne
3
%

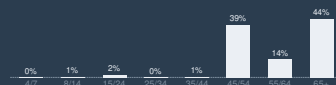
Uomini
97
%



DEVICE CONNESSI

Donne
11
%

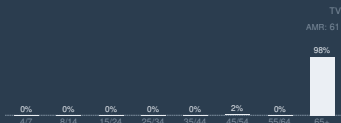
Uomini
89
%



DAZN7
AMR: 71

Donne
3
%

Uomini
97
%



DEVICE CONNESSI
AMR: 10

Donne
10
%

Uomini
90
%



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

Dati relativi alla settimana Auditel:

20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

218.185 ascoltatori medi (AMR) su device connessi

Auditel

total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

canale

Sesso

età

Discovery

AMR: 3.357

Donne

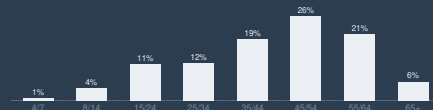
66

%

Uomini

34

%



REAL TIME

AMR: 1.904

Donne

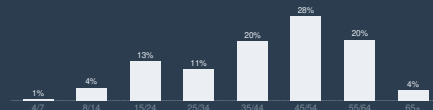
81

%

Uomini

19

%



NOVE

AMR: 782

Donne

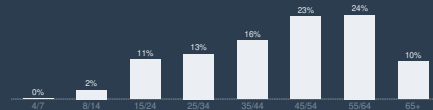
54

%

Uomini

46

%



DMAX

AMR: 299

Donne

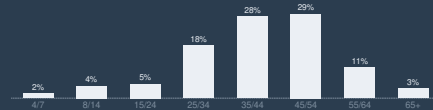
20

%

Uomini

80

%



MOTOR TREND

AMR: 45

Donne

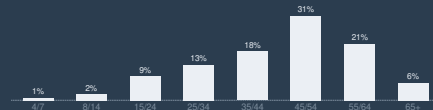
7

%

Uomini

93

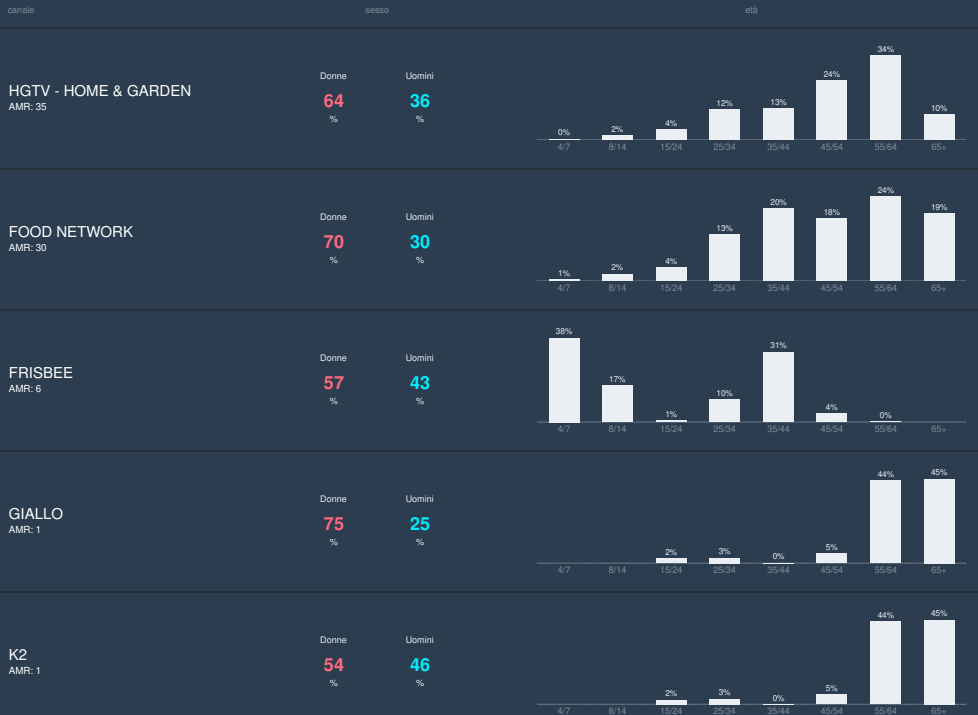
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



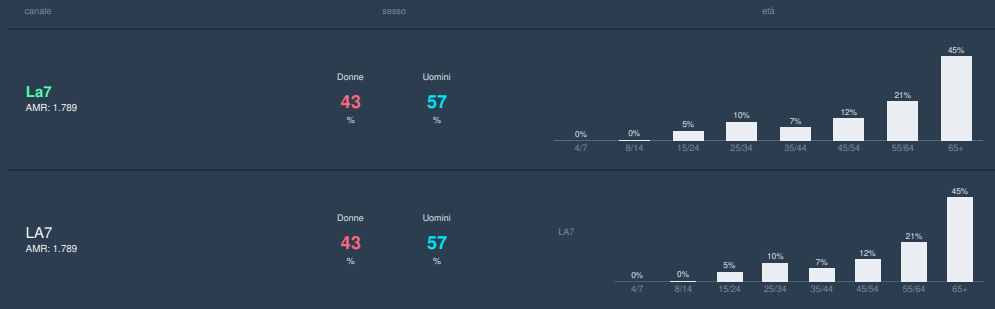
Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



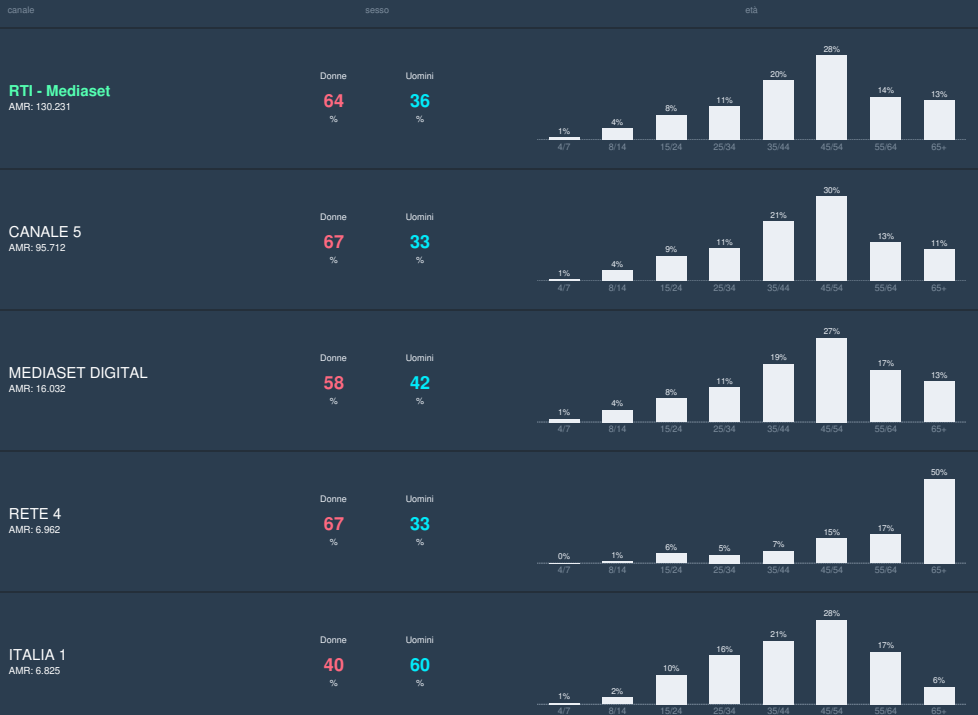
Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

canale

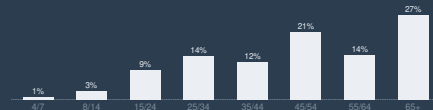
seesso

età

TGCOM 24
AMR: 765

Donne
29
%

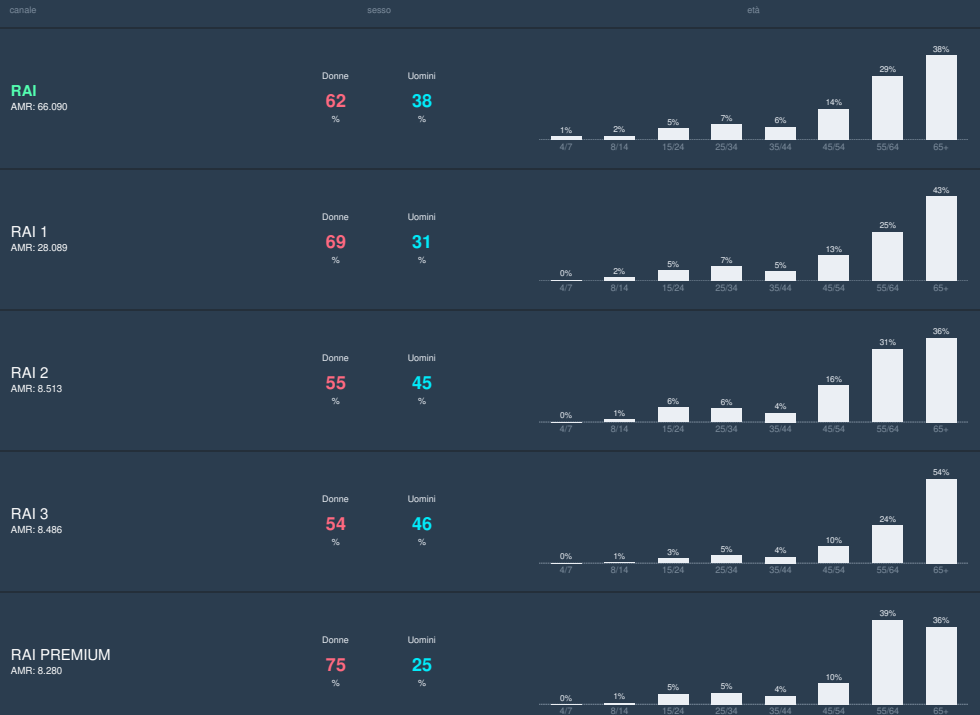
Uomini
71
%



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



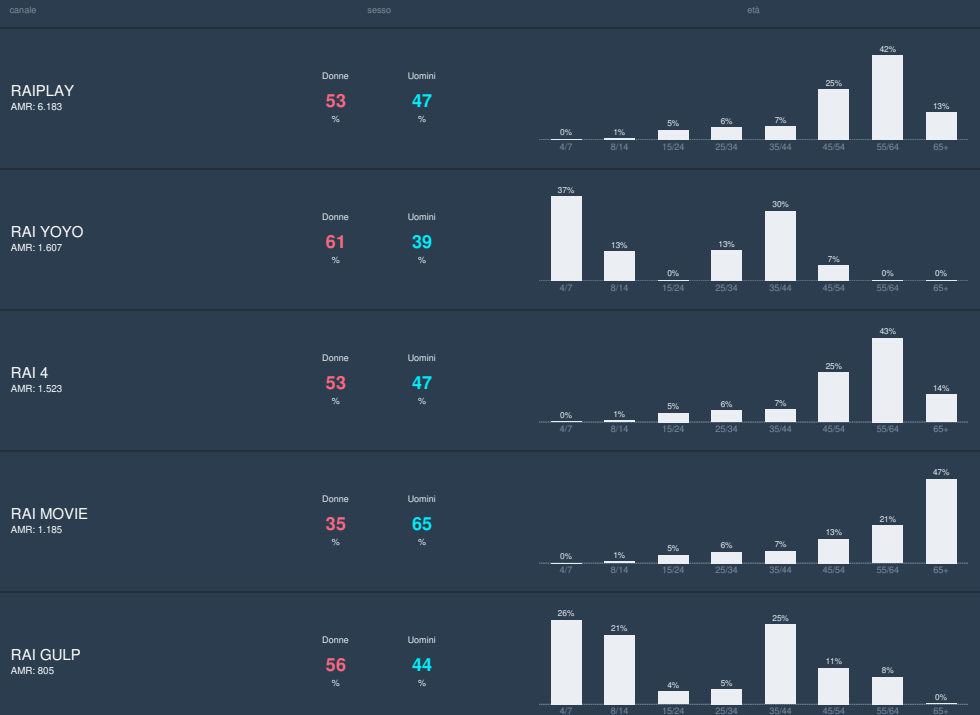
Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



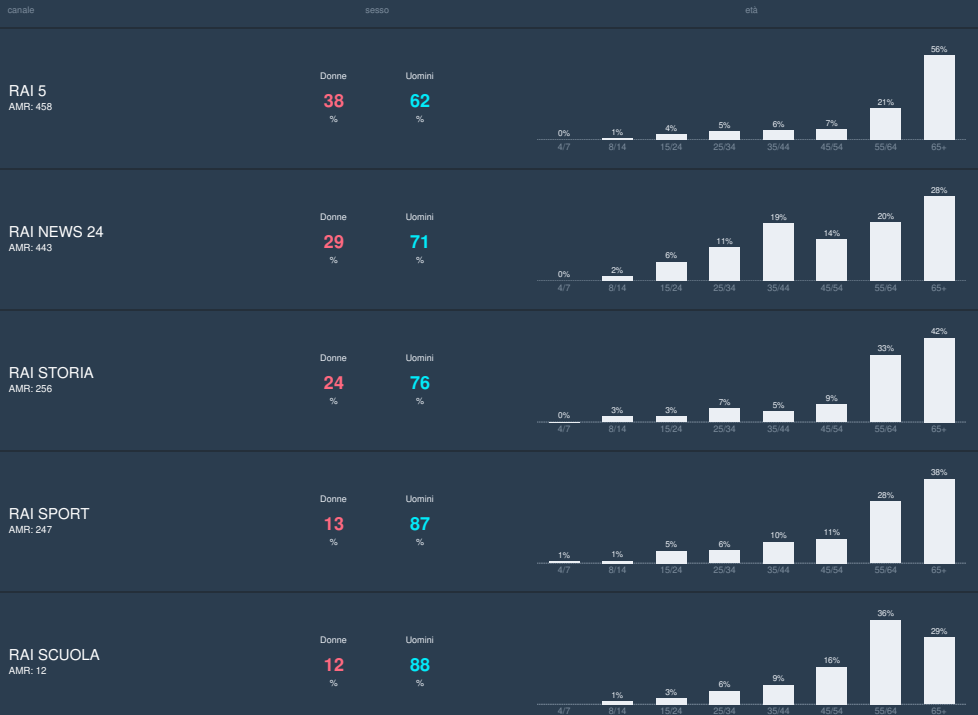
Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024



total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 2024

canale

seesso

età

Sky Italia

AMR: 12.691

Donne

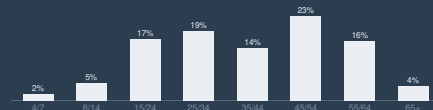
26

%

Uomini

74

%



SKY DIGITAL FLUID - CALCIO

AMR: 1.760

Donne

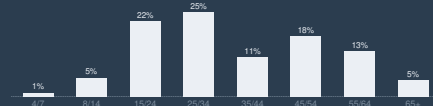
7

%

Uomini

93

%



SKY DIGITAL FLUID - NEWS

AMR: 1.705

Donne

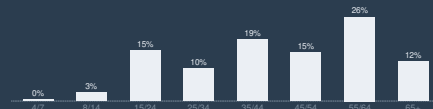
15

%

Uomini

85

%



SKY CINEMA VOD

AMR: 1.661

Donne

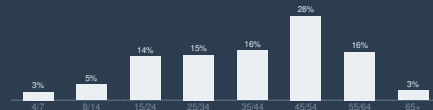
21

%

Uomini

79

%



SKY ATLANTIC

AMR: 1.561

Donne

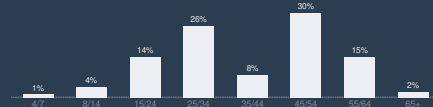
18

%

Uomini

82

%

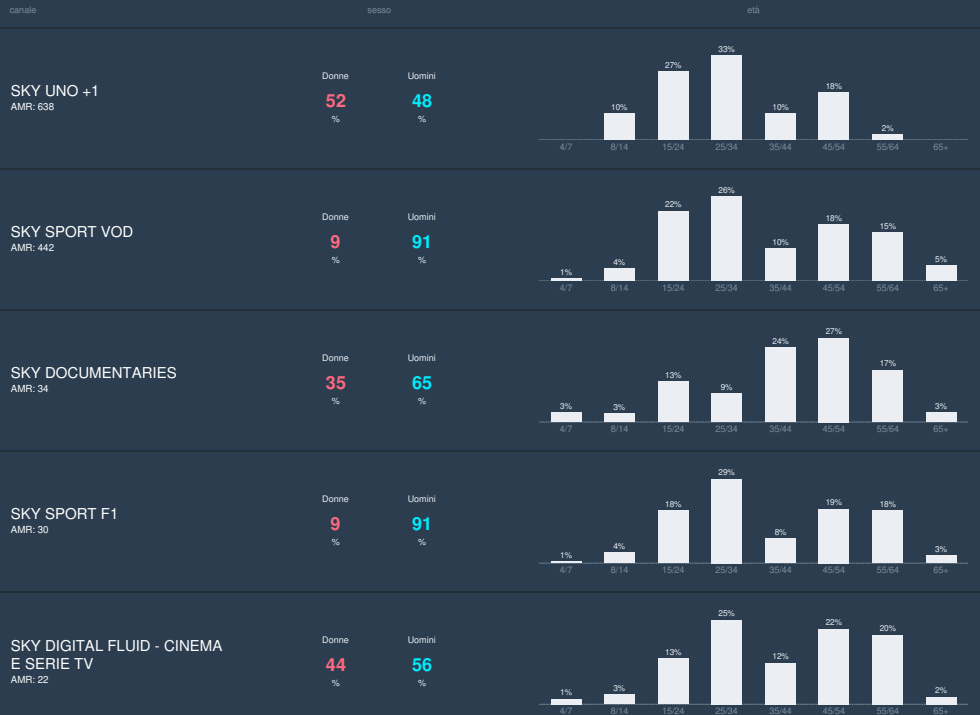




total audience on demand composizione ascolto per editore per target



Dati relativi alla settimana Auditel:
20 ottobre 2024 - 26 ottobre 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