PUBLICIS MEDIA

PM RESEARCH

SANREMO 2017

Analisi Quarta Serata e Finale

13|02|2017

67ESIMA EDIZIONE DEL FESTIVAL DI SANREMO - IL FORMAT

DIREZIONE ARTISTICA

Carlo Conti

CONDUZIONE

Carlo Conti, affiancato da Maria De Filippi. Maurizio Crozza curerà una copertina ogni serata

ARTISTI

22 campioni e 8 nuove proposte

ANTEPRIMA

Dalle 20.40 alle 21.10

DOPO FESTIVAL

Dal 7 al 11/02 dalle 24:30 alle 25:30, condotto da Nicola Savino, Ubaldo Pantani e la Gialappa’s Band

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - IL PROGRAMMA DELLE SERATE

PRIMA SERATA	SECONDA SERATA	TERZA SERATA	QUARTA SERATA	FINALE
11 campioni Una canzone a testa; 8 si qualificano per la serata del Venerdì, 3 finiscono nel torneo eliminatorio	**11 campioni** Una canzone a testa; 8 si qualificano per la serata del Venerdì, 3 finiscono nel torneo eliminatorio Quattro nuove proposte, due eliminate	**22 campioni** Sedici interpretano cover; torneo eliminatorio fra i sei eliminati Quattro nuove proposte, due eliminate	**20 campioni** Eliminazione quattro meno votati VINCITORE nuove proposte	**16 campioni** Tre campioni sfida finale VINCITORE con più voti

PUBLICIS MEDIA

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - UN EVENTO MULTIPIATTAFORMA

Diretta LIVE

Rai 1 Rai Premium

Rai Premium trasmetterà la replica integrale delle 4 serate il giorno successivo al pomeriggio, la finale, invece, la domenica in prime time

Rai Radio 2 Rai Radio 7 Live

Rai Radio 7 Live è il canale web/DAB+ di Radio Rai dedicato alla musica LIVE

Rai Play

www.sanremo.rai.it
SITO DEDICATO

RaiPlay.it: Live delle serate, replay tv per rivedere le puntate integrali per i 7 giorni successivi al simulcast e clip video in modalità on demand. App di RaiPlay su mobile e connected TV

Circuito CINEMA Rai Pubblicità

PUBLICIS MEDIA

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

QUARTA SERATA e FINALE - Highlights

- Nelle ultime due serate il Festival ha raggiunto 9.9Mio di spettatori ed il 47.1% di share nell'appuntamento di venerdì e 12Mio ed il 58.4% di share nella finale. La serata conclusiva è cresciuta del 7% in termini di ascolti rispetto al 2016 ed ha totalizzato lo share più alto dal 2002, favorita da una controprogrammazione debole anche sulle piattaforme a pagamento. Il picco di pubblico è stato registrato alle 22.19 con 15.2Mio di persone sintonizzate sull'ultima copertina di Maurizio Crozza, questa volta sul palco dell'Ariston. All' 1.38, durante la proclamazione del vincitore Francesco Gabbani, lo share ha toccato il picco del 79.5%.

- Tutti i break dell'atto conclusivo hanno avuto performance migliori nel confronto con l'anno precedente. Il secondo ed il terzo hanno avuto crescite del 16% e del 15%.

- Carlo Conti conclude così un trittico da record, con ogni edizione crescente rispetto a quella dell'anno prima. Il 67esimo Festival di Sanremo chiude con una media di 10.8Mio di spettatori e superando ampiamente lo scoglio del 50% di share (50.7%), attestandosi come l'edizione migliore dal 2005.

PUBLICIS MEDIA

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

QUARTA SERATA e FINALE – Social

- Il Festival di Sanremo si chiude con oltre 560mila fan per il profilo Facebook e oltre 160mila followers su Twitter.

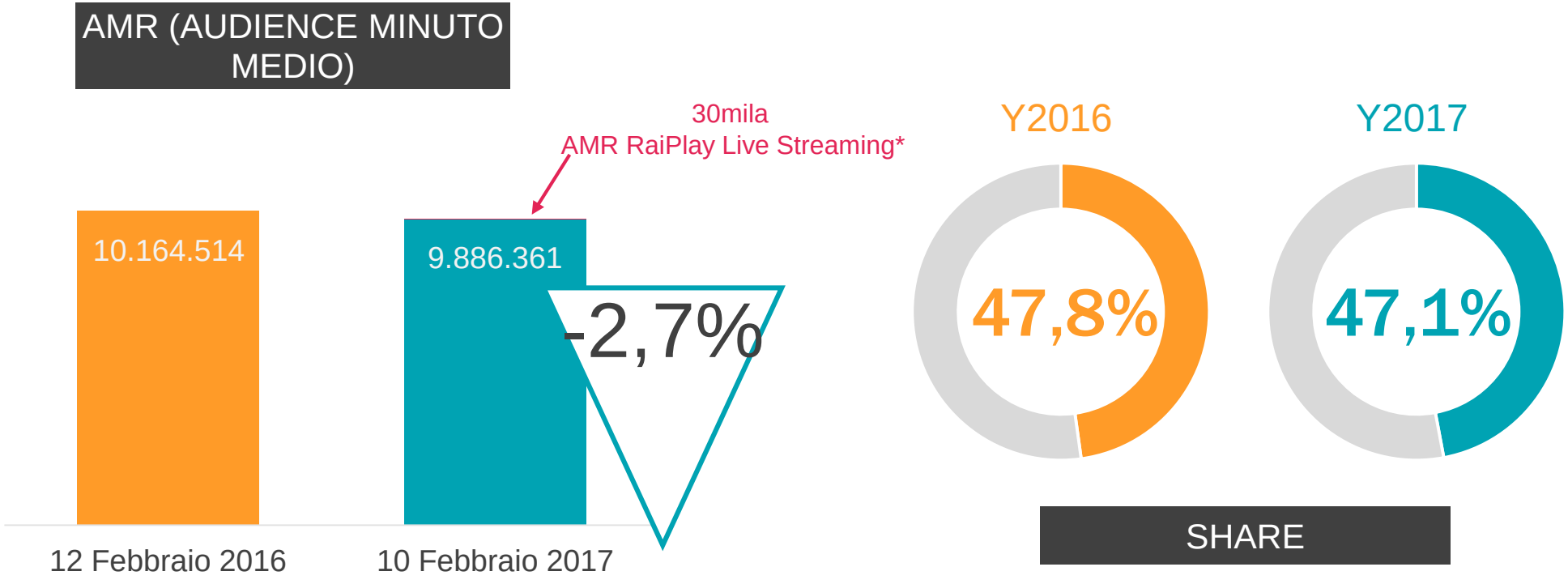
- Su Facebook si sono registrati in totale oltre 150mila fan (dato in linea con l’anno scorso) e oltre 1 milione di interazioni (like+commenti+share), lievemente inferiori al 2016 (-5%). «Canzone» è la keyword più utilizzata (oltre 8 mila volte) «Mannoia» l’artista più menzionata (oltre 2 mila volte).

- Su Twitter si sono registrati oltre 15mila fan (+5% vs 2016) e oltre 120mila interazioni (tweet+retweet), lievemente inferiori al 2016 (-15%). «Sanremo» è la keyword più utilizzata (oltre 67mila volte) «Bianca Atzei» l’artista più menzionata (oltre 5mila volte).

PUBLICIS MEDIA

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - SPETTATORI QUARTA SERATA



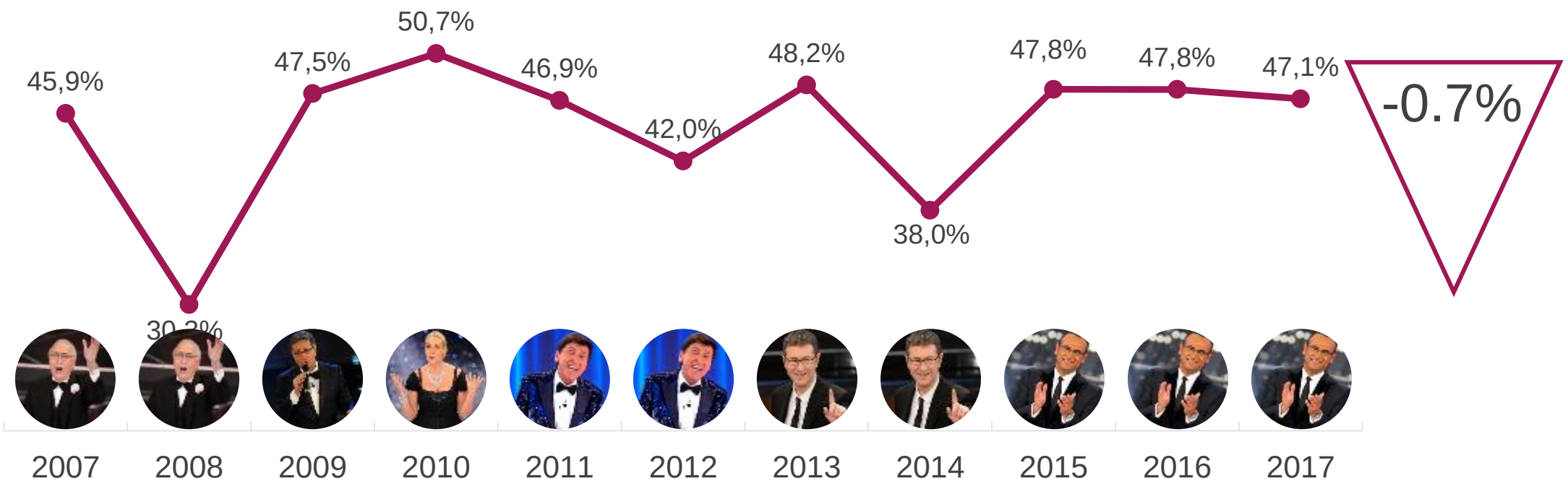
Audience in calo del 2.7% e per la prima volta in questa edizione sotto i 10Mio di spettatori

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR, Share%; *Fonte concessionaria

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SHARE QUARTE SERATE A CONFRONTO



Risultato in lieve calo ma in linea con le precedenti edizioni

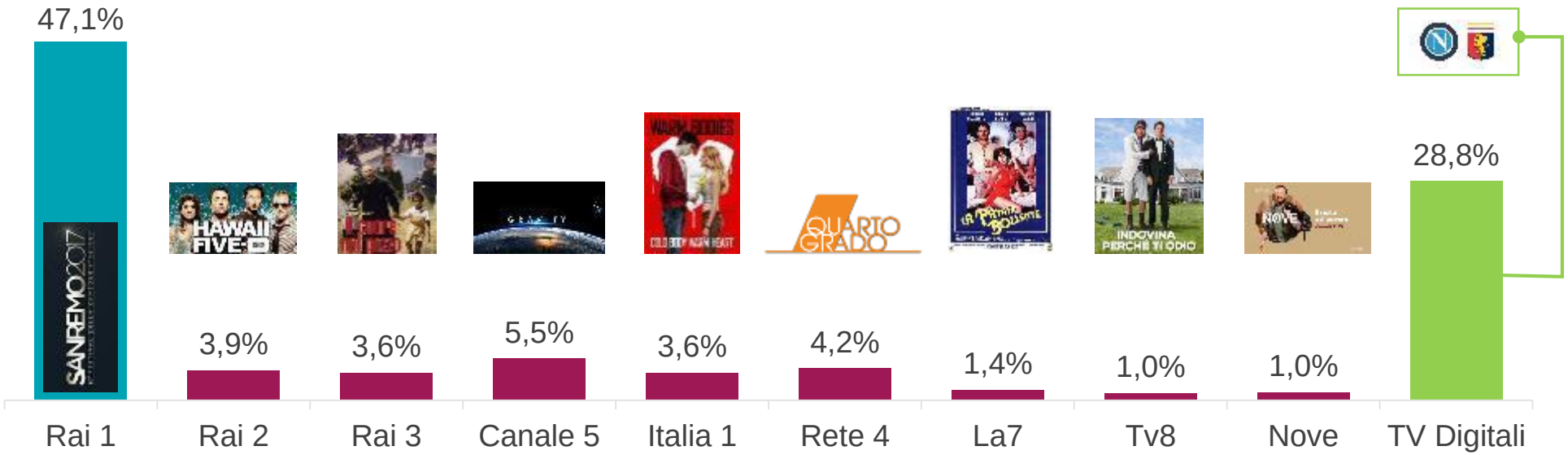
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, Trend Share% terze serate del Festival

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - LA SFIDA DEL PRIME TIME

Daypart: 21.14 – 25.17

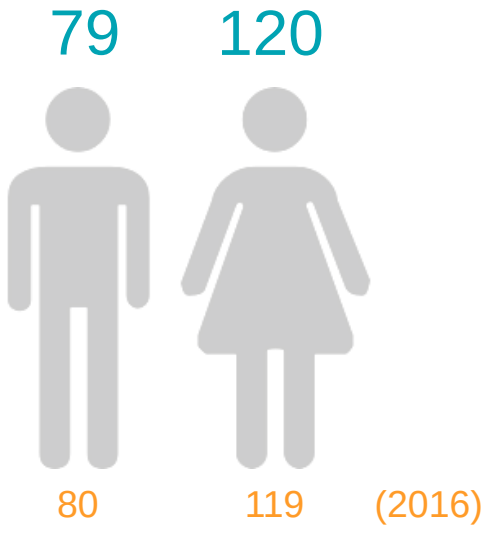


Scarsa controprogrammazione dalle altre tv generaliste, *Napoli – Genoa* sulle piattaforme pay al 4,5% di share*

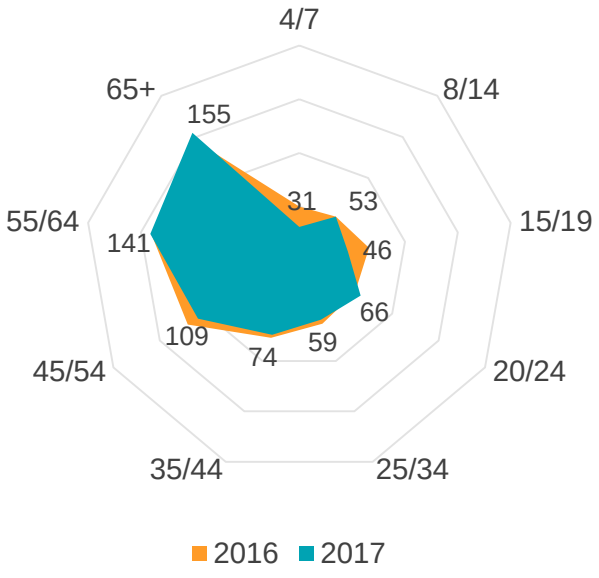
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, Trend Share%; *Daypart 21:14 – 22:40 di sovrapposizione con il Festival

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

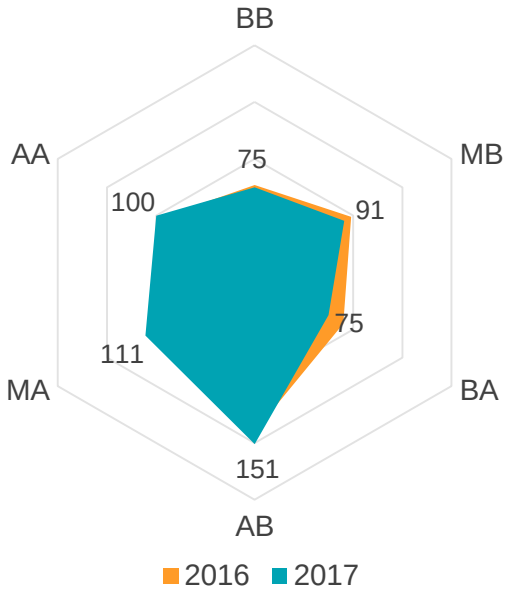
SANREMO 2017 - PROFILO QUARTA SERATA



Cresce l'affinità sulle donne



Cresce l'affinità solo sul pubblico più anziano

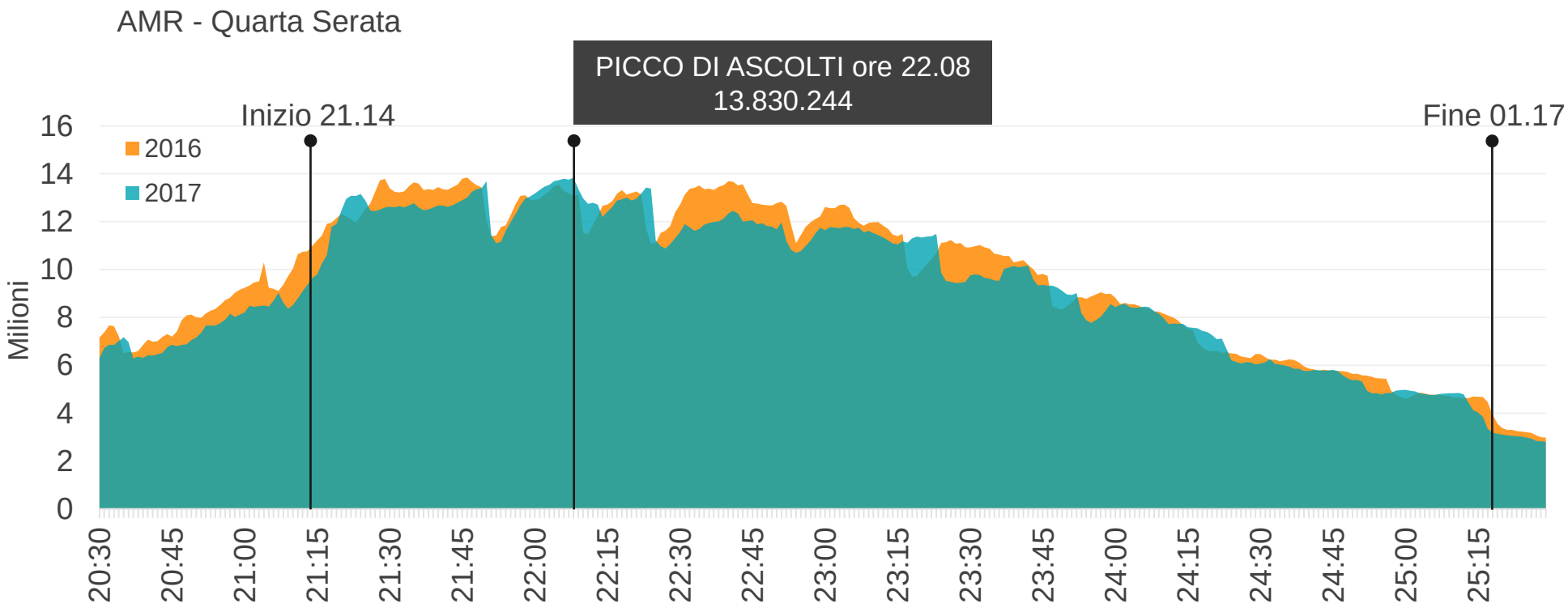


Cresce il livello socio-economico degli spettatori

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AFF

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - CURVA D'ASCOLTO QUARTA SERATA



QUARTA SERATA 2016 (21.11 - 25.18): 10.164.514

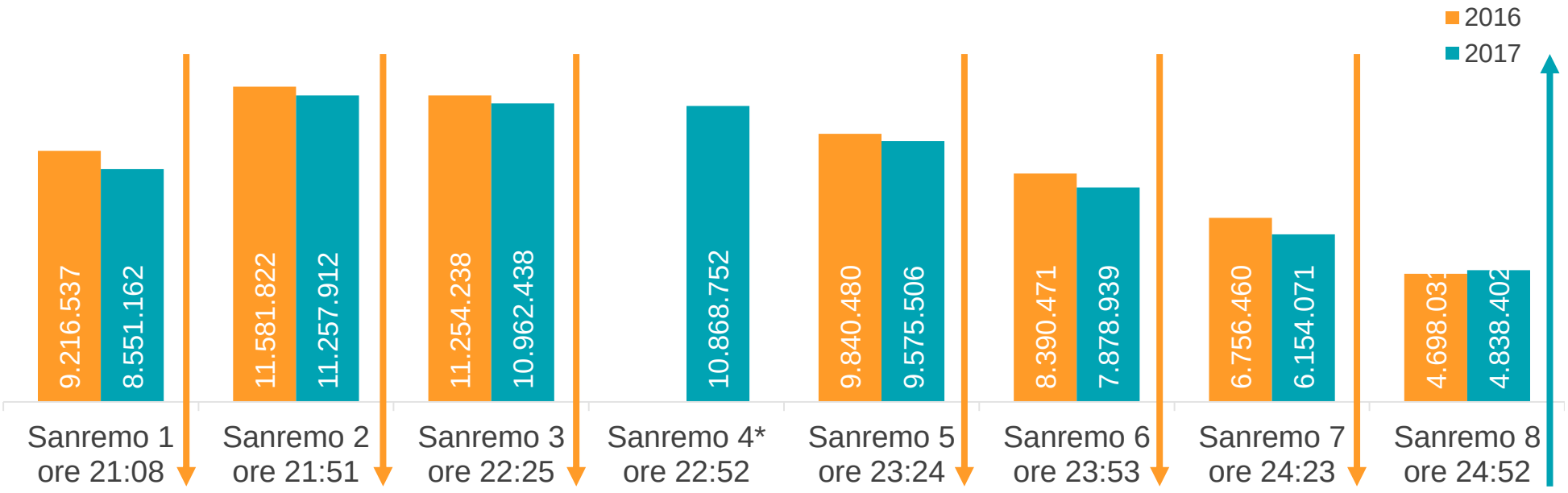
QUARTA SERATA 2017 (21.14 – 25.17): 9.886.361

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - BREAK TABELLARE QUARTA SERATA



Cresce soltanto l'ultimo break, del 3% vs l'omologo

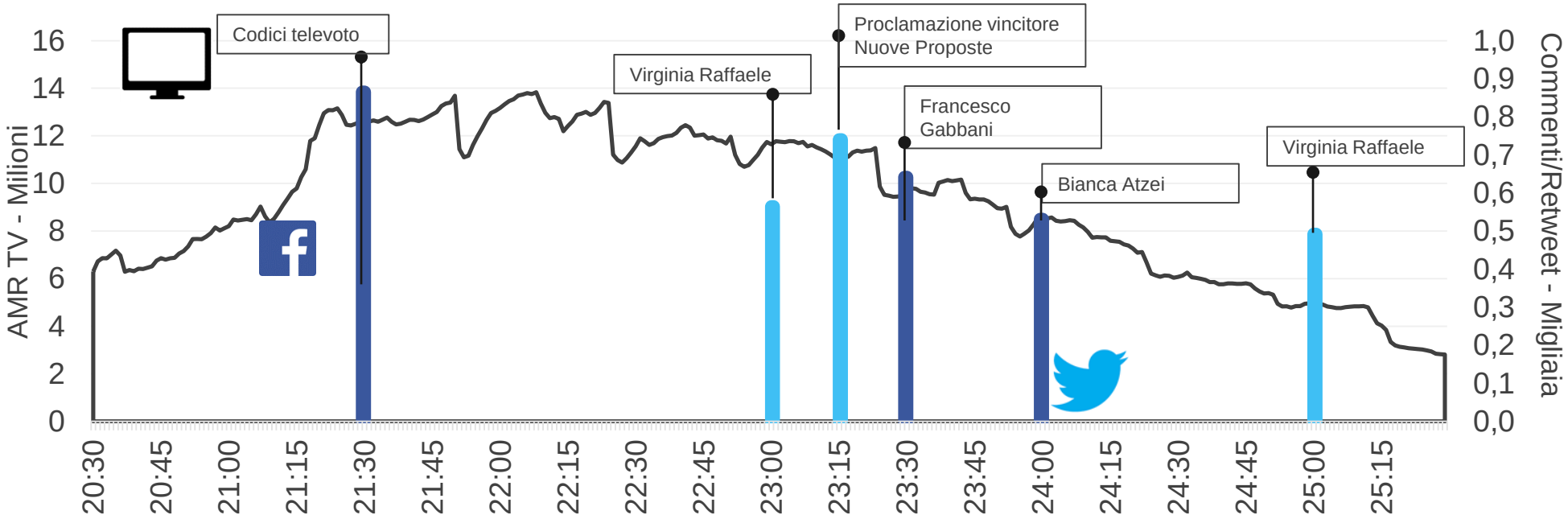
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR; *Punto ora pubblicitario non presente nel 2016.

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CURVA D'ASCOLTO QUARTA SERATA: TV E SOCIAL

AMR E N. DI COMMENTI SUI SOCIAL



QUARTA SERATA 2017 (21.14 – 25.17): 9.886.361

FB

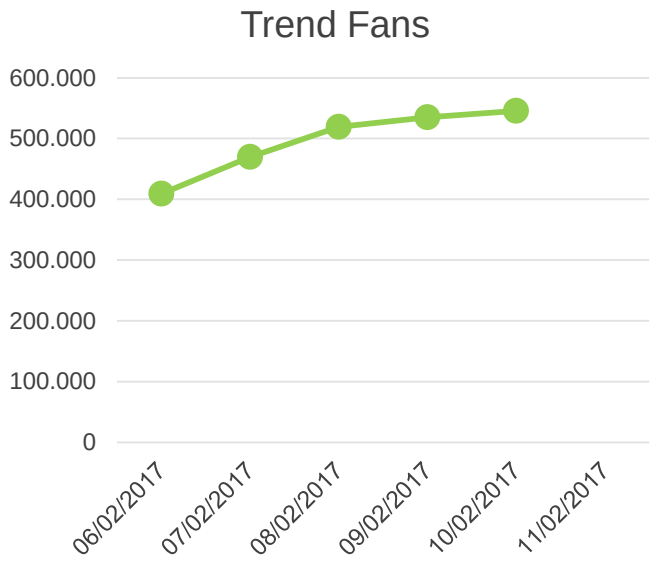
TWITTER

PUBLICIS MEDIA

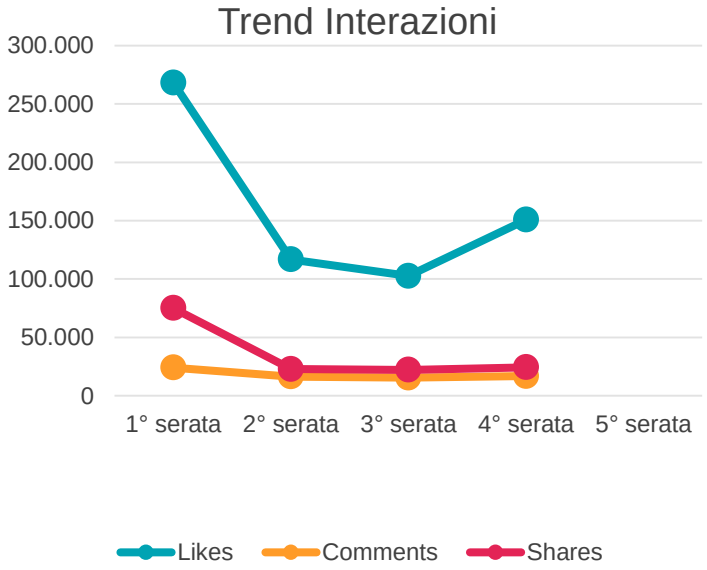
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR, Tweet e Post

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO I FAN DEL FESTIVAL



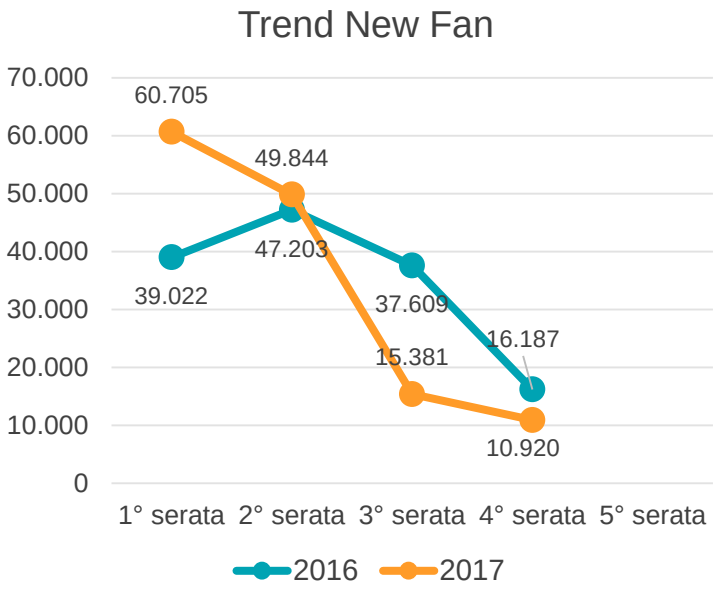
KEYWORDS CLOUD

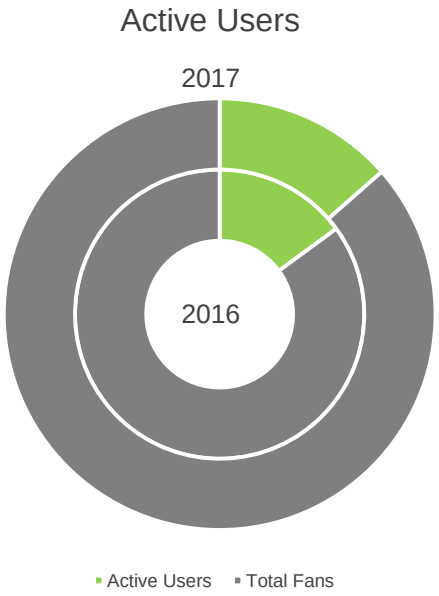


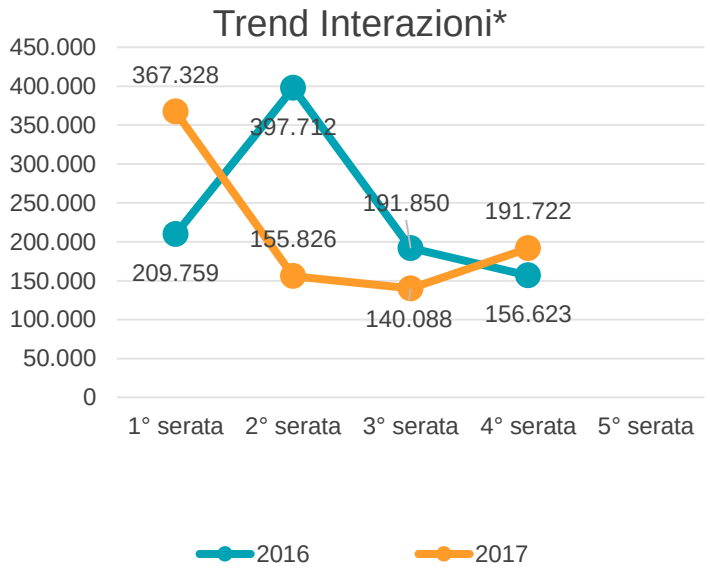
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO LE INTERAZIONI RISPETTO AL 2016





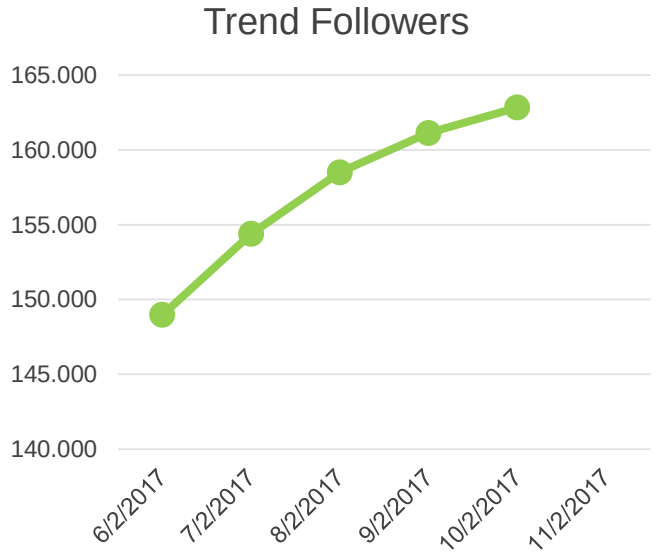


* Likes & Comments & Shares

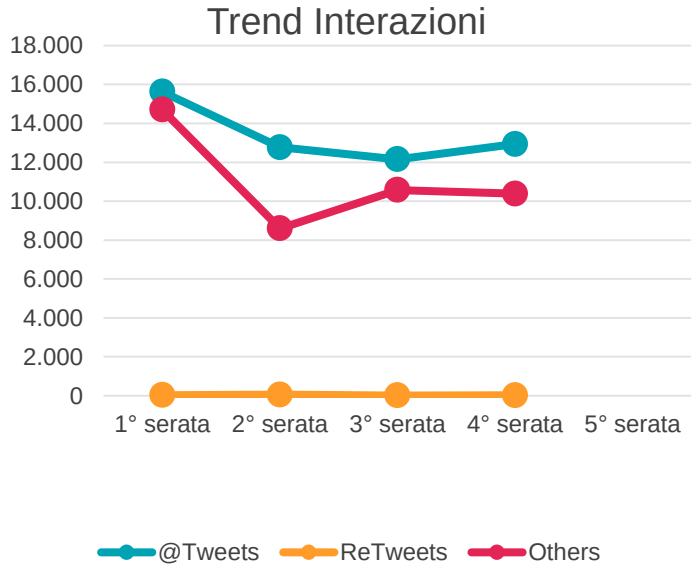
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO NUOVI FOLLOWERS PER IL PROFILO TWITTER DEDICATO AL FESTIVAL



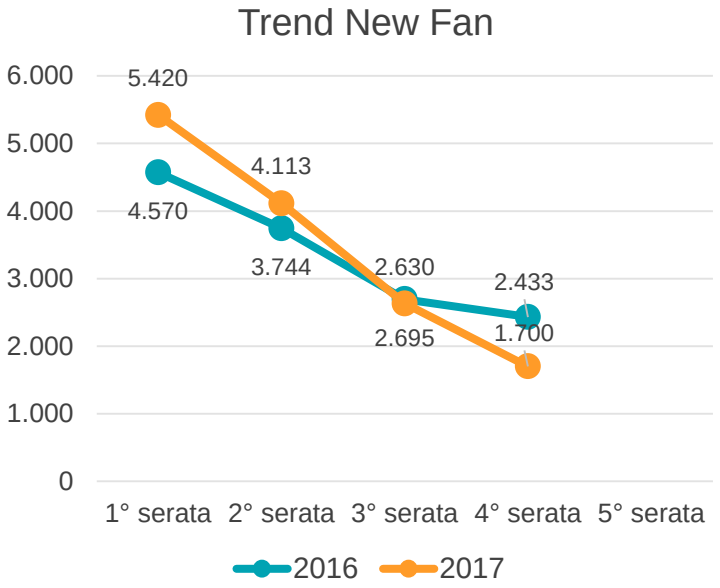
KEYWORDS CLOUD

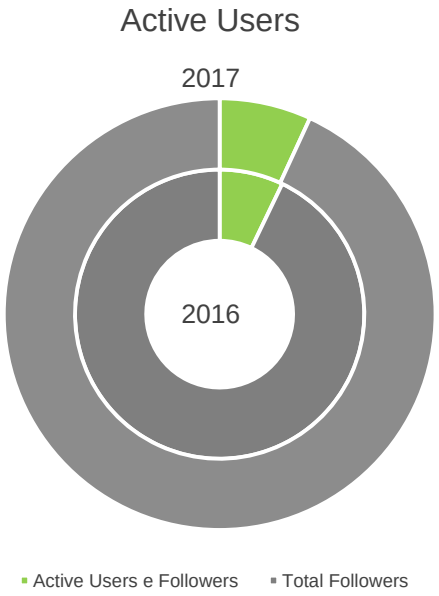


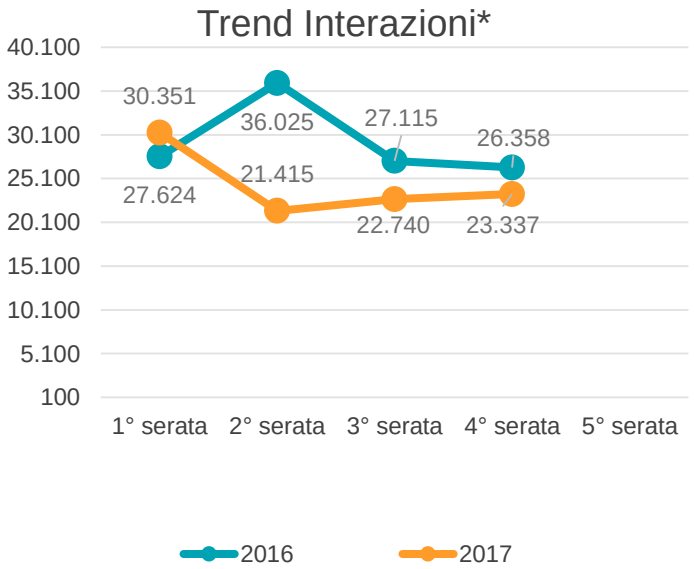
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

DIMINUISCONO LE INTERAZIONI





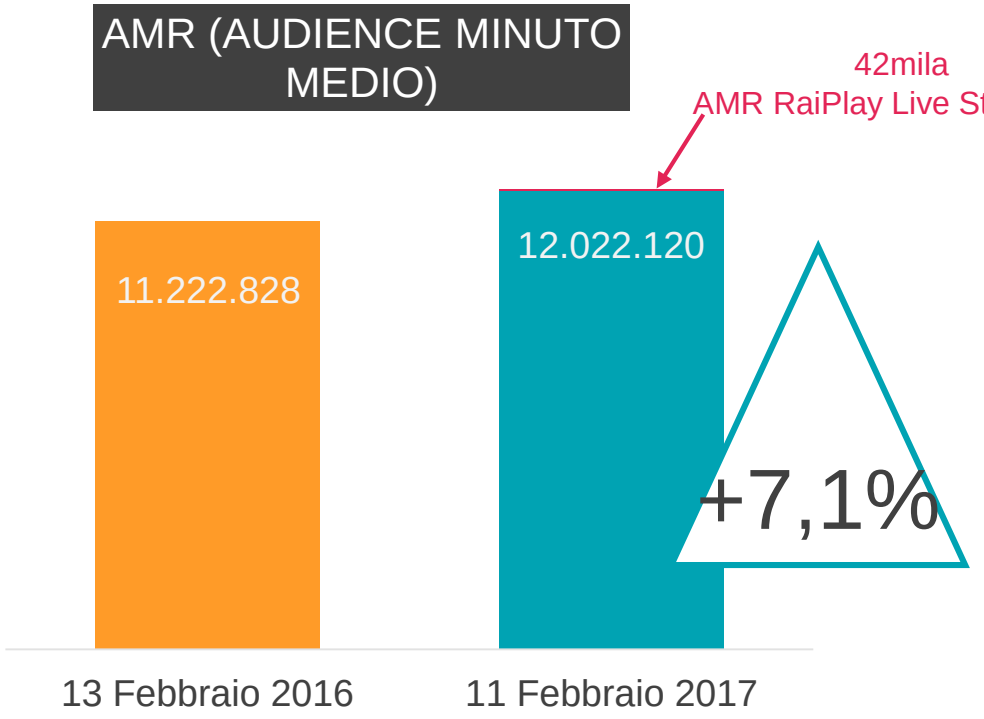


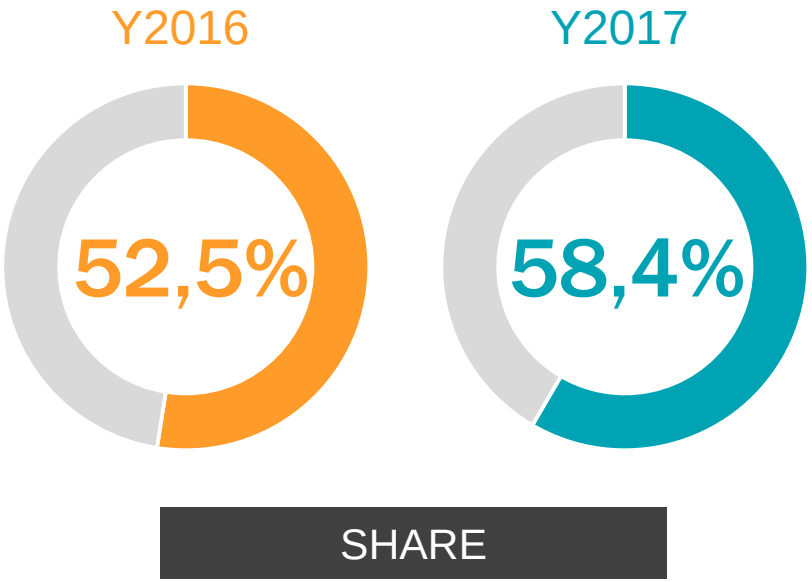
* Tweet & ReTweet

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - SPETTATORI FINALE





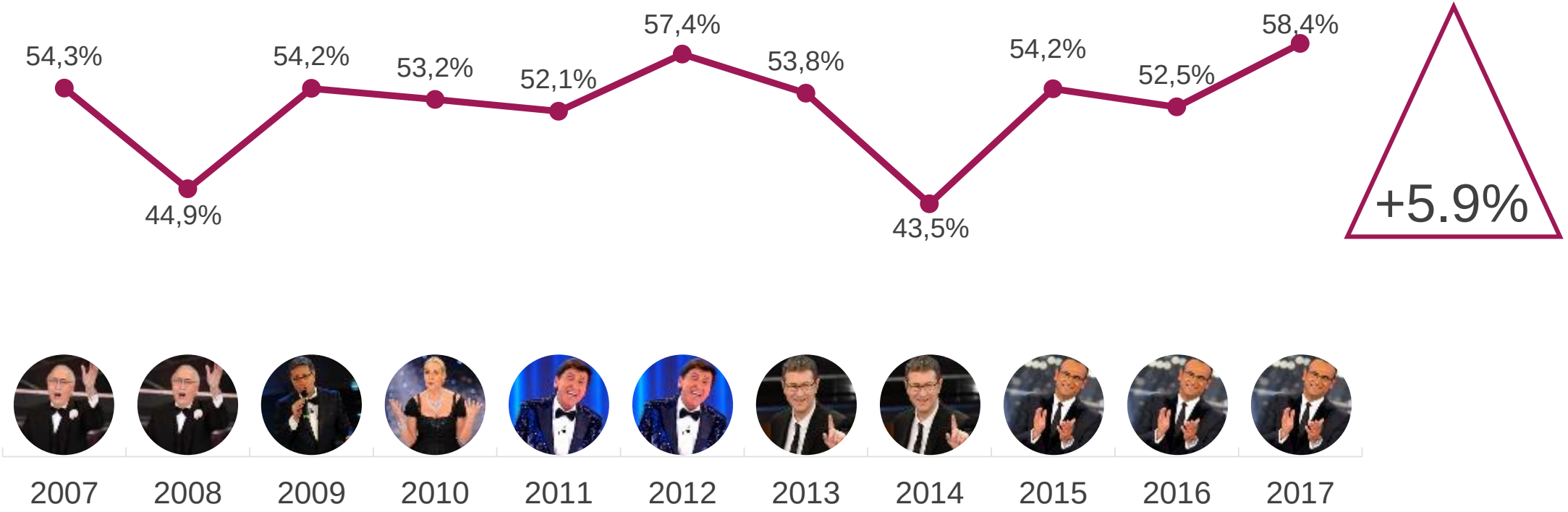
Audience in forte crescita e miglior risultato fra le finali condotte da Conti

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR, Share%; *Fonte concessionaria

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SHARE FINALI A CONFRONTO



Oltre il 58% di share, dato più alto dal 2002

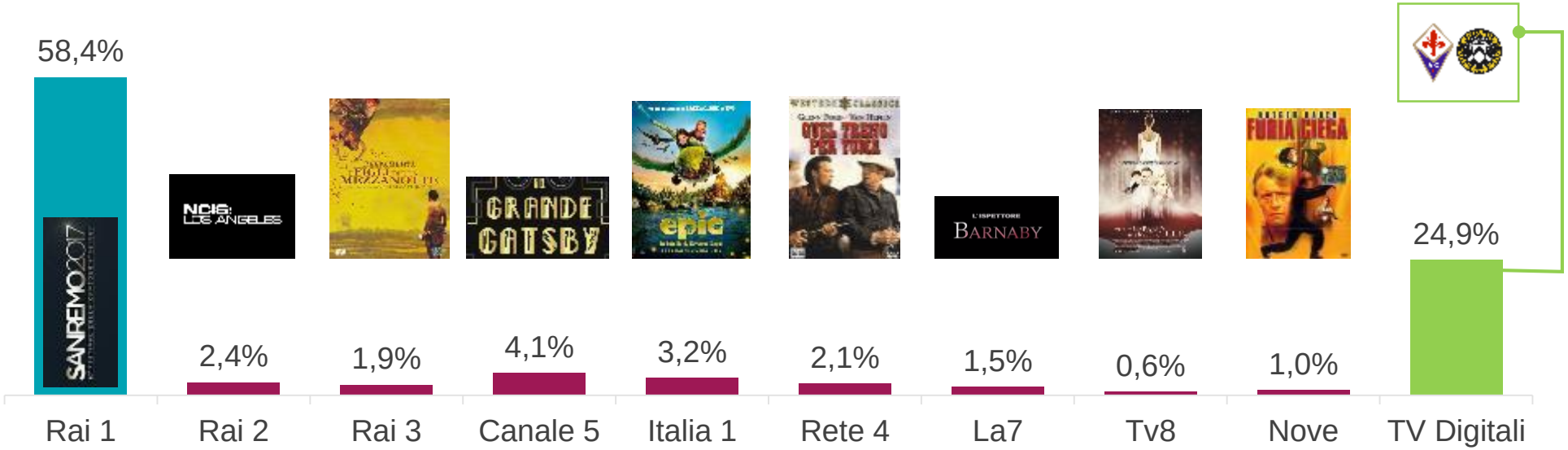
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, Trend Share% terze serate del Festival

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - LA SFIDA DEL PRIME TIME

Daypart: 21.14 – 25.45



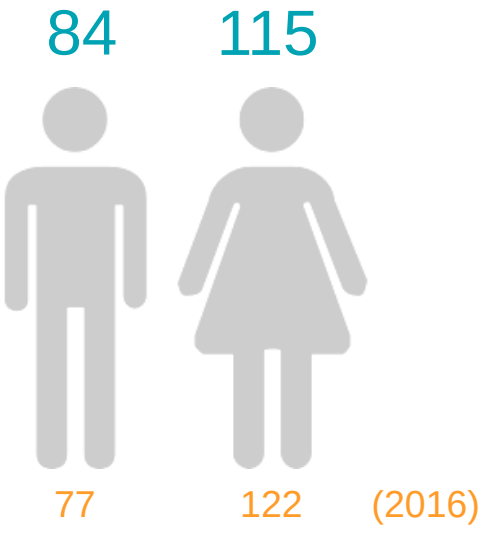
Scarsa controprogrammazione dalle altre tv generaliste, *Fiorentina – Udinese* sulle piattaforme pay al 2,3% di share*

PUBLICIS MEDIA

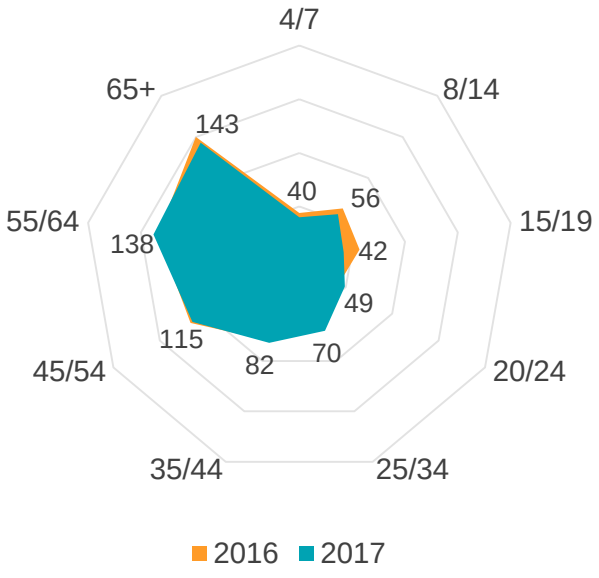
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, Trend Share%; *Daypart 21:14 – 22:40 di sovrapposizione con il Festival

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

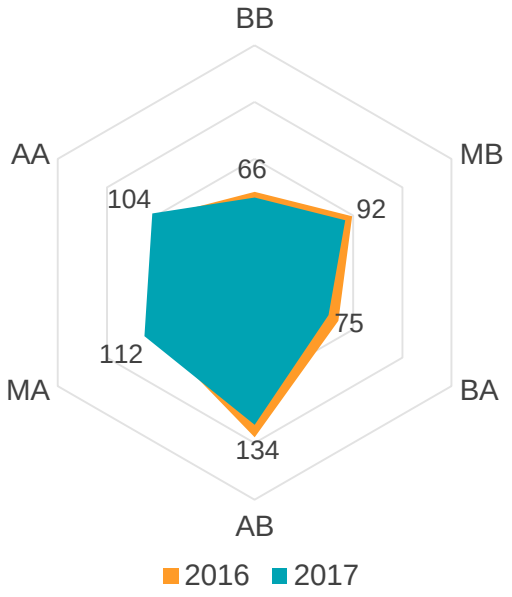
SANREMO 2017 - PROFILO FINALE



Cresce l'affinità sugli uomini



Cresce l'affinità sulle classi intermedie



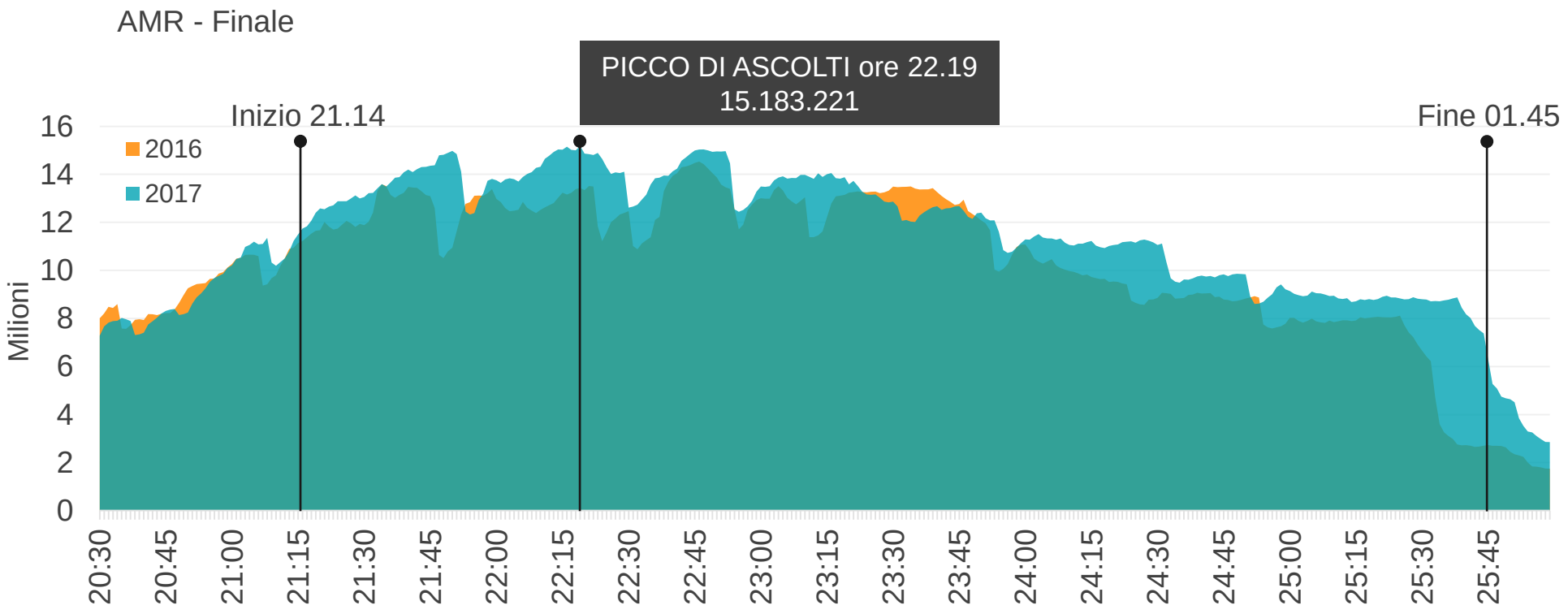
Cresce il livello socio-economico degli spettatori

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AFF

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - CURVA D'ASCOLTO FINALE



FINALE 2016 (21.12 - 25.33): 11.222.828

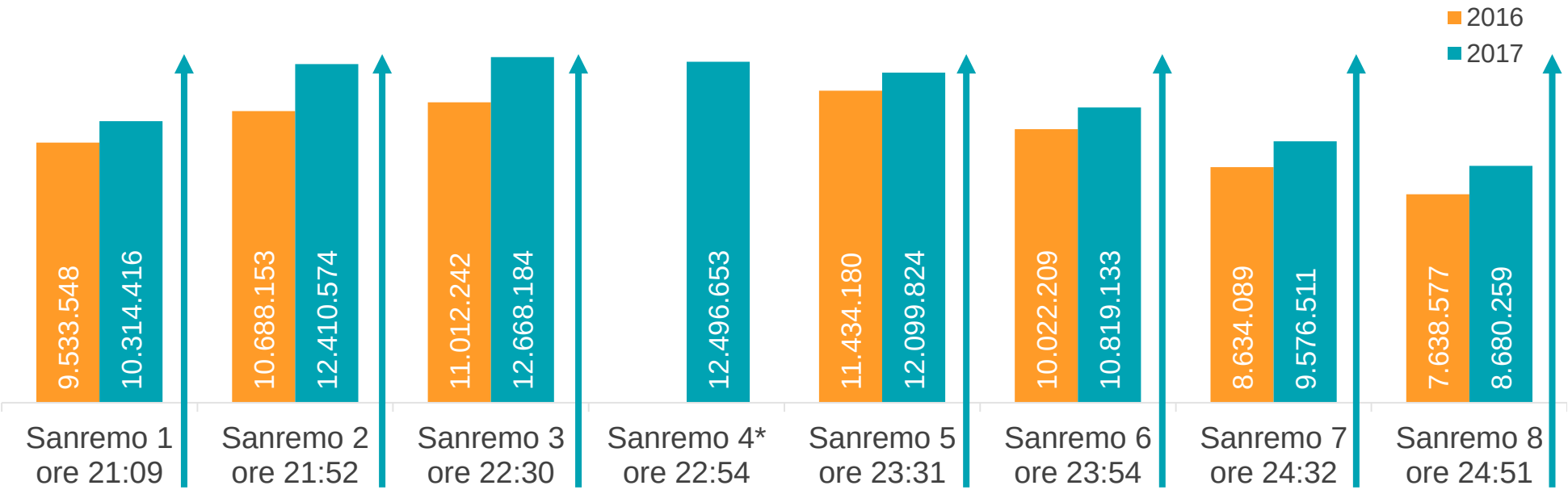
FINALE 2017 (21.14 – 25.45): 12.022.120

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2017 - BREAK TABELLARE FINALE



Crescono tutti i break, con punte del 16% per il Sanremo 2

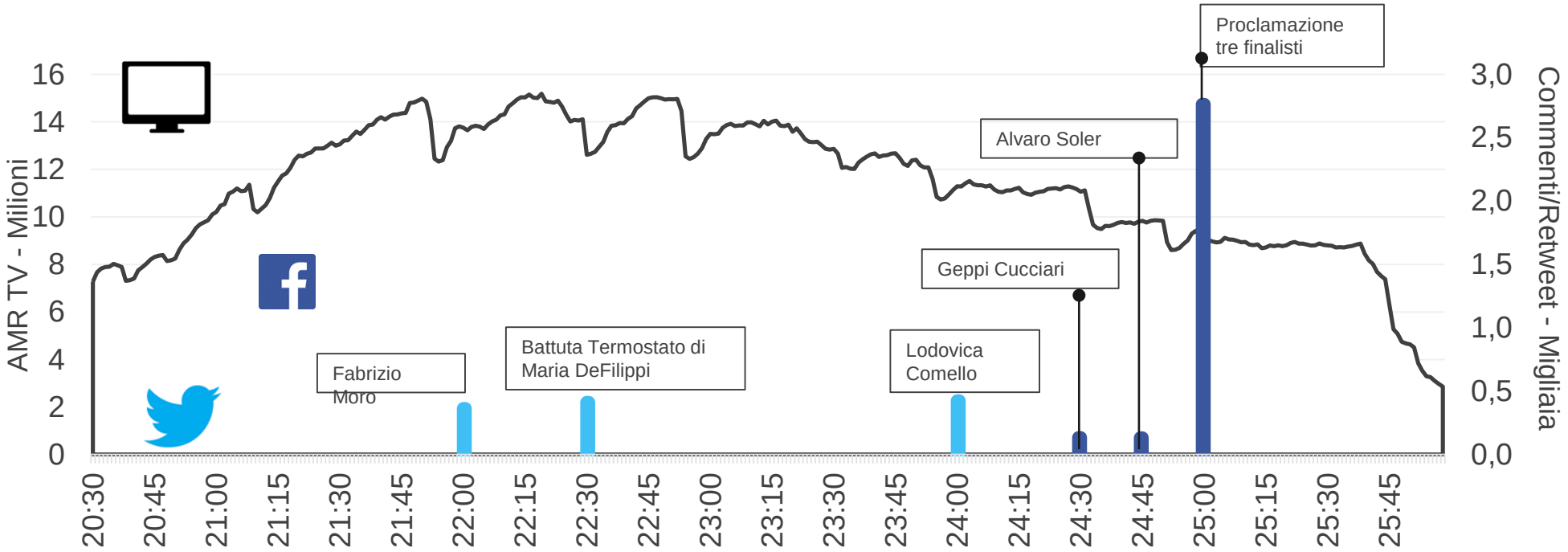
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR; *Punto ora pubblicitario non presente nel 2016.

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CURVA D'ASCOLTO FINALE: TV E SOCIAL

AMR E N. DI COMMENTI SUI SOCIAL



FINALE 2017 (21.14 – 25.45): 12.022.120

FB

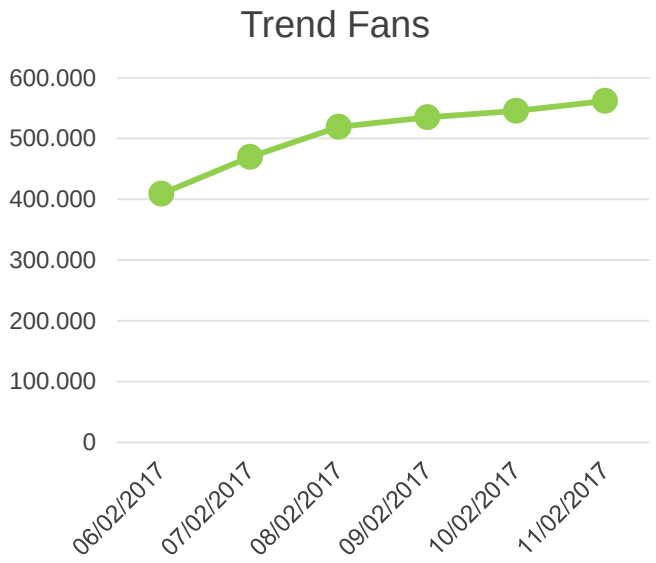
TWITTER

PUBLICIS MEDIA

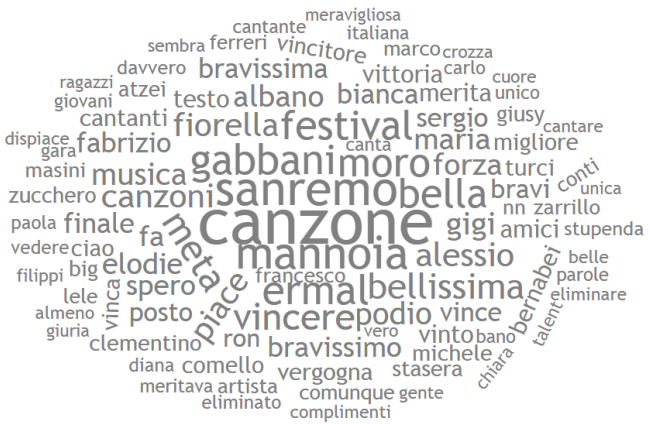
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, AMR, Tweet e Post

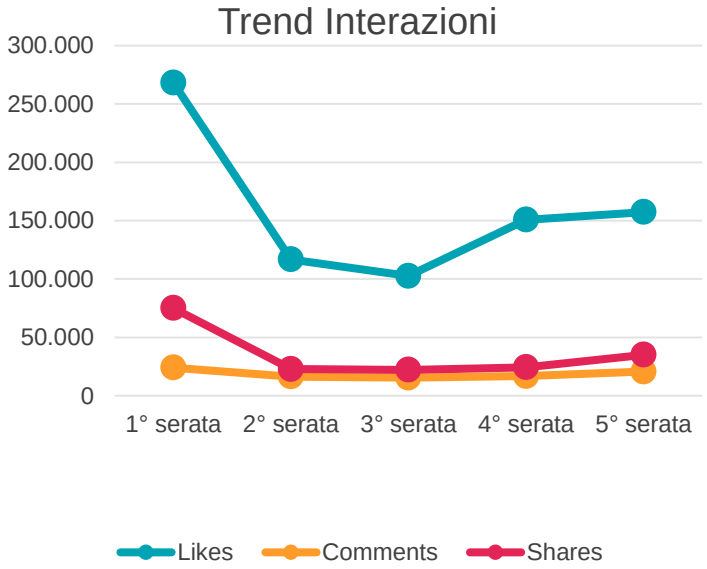
© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO I FAN DEL FESTIVAL



KEYWORDS CLOUD

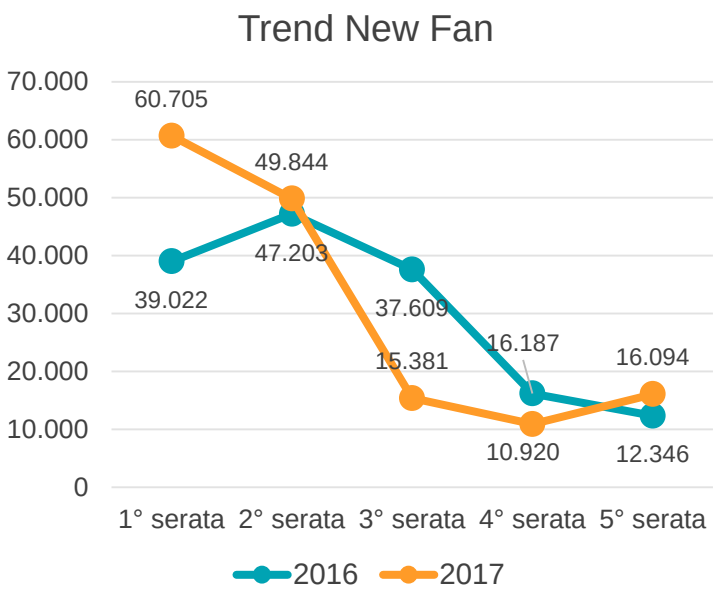


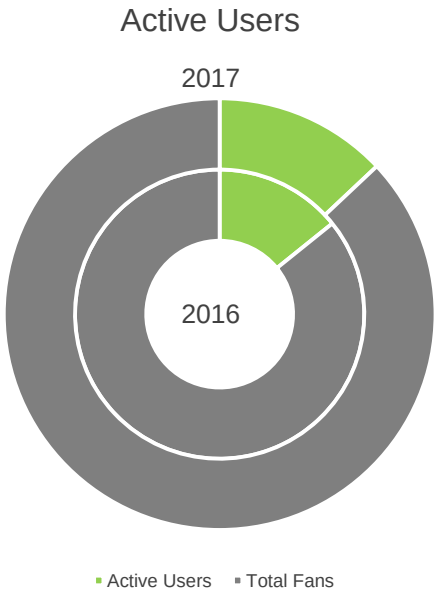


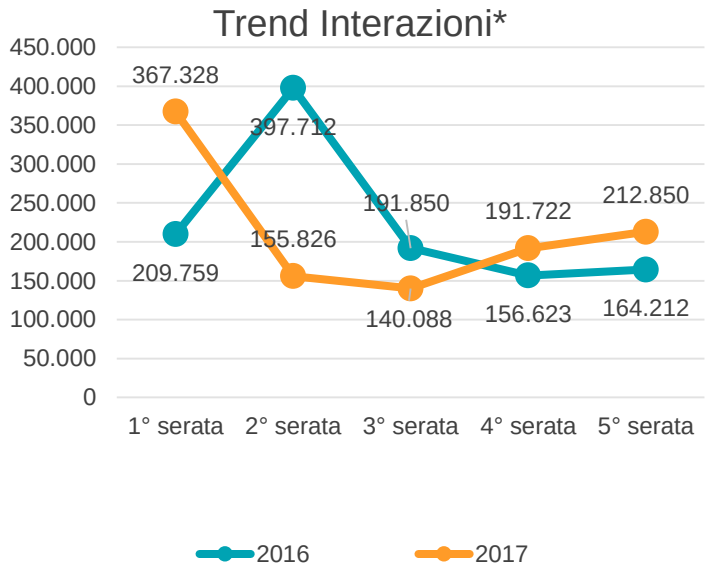
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO LE INTERAZIONI RISPETTO AL 2016







* Likes & Comments & Shares

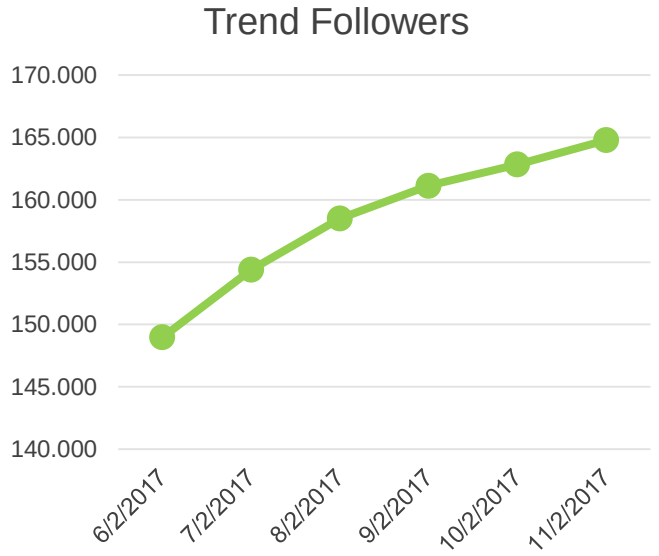
PUBLICIS MEDIA

Socialtools

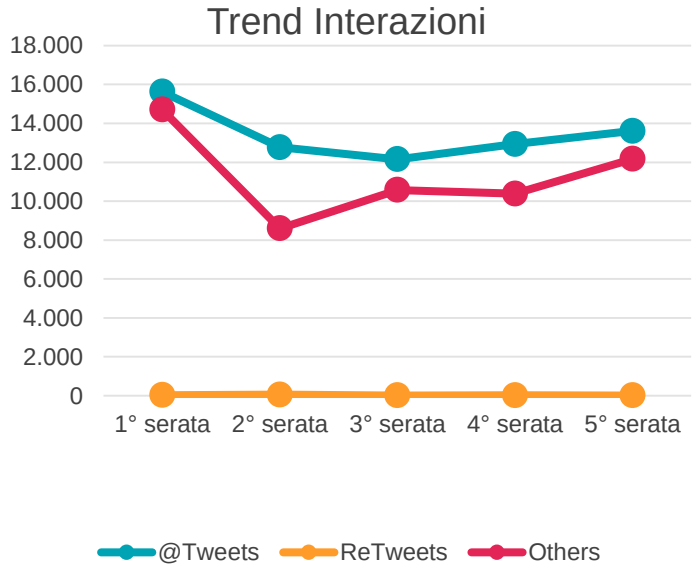
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

CRESCONO I NUOVI FOLLOWERS PER IL PROFILO TWITTER DEDICATO AL FESTIVAL



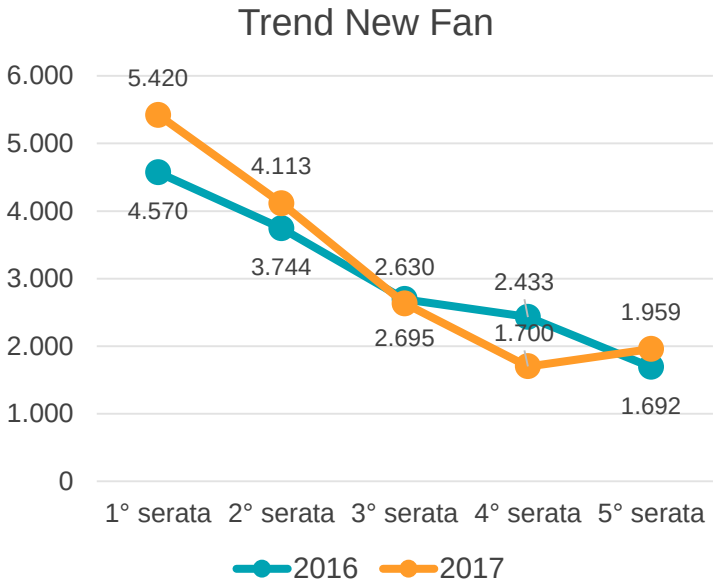
KEYWORDS CLOUD

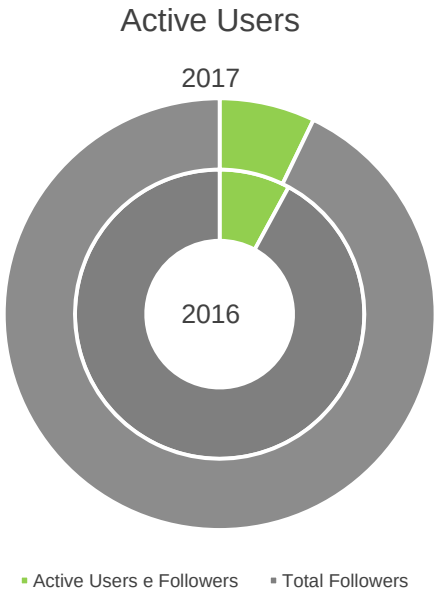


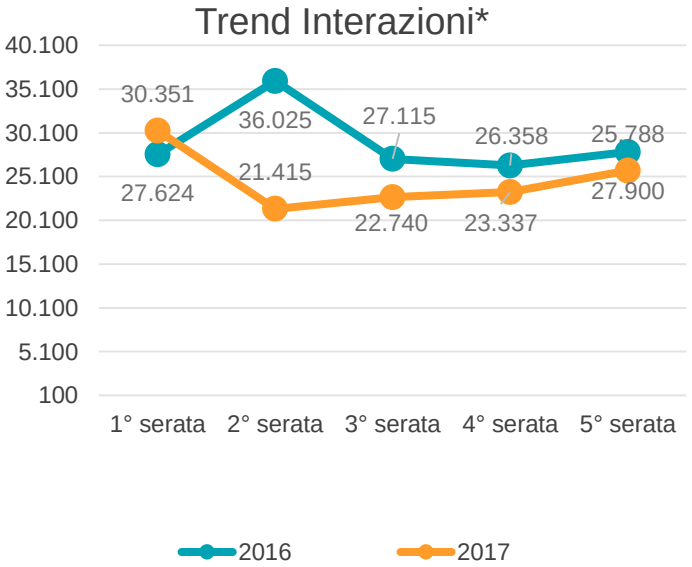
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

DIMINUISCONO LE INTERAZIONI







* Tweet & ReTweet

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Socialtools

© 2017. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.