



PM RESEARCH

Grande Fratello - edizione 15

Analisi ascolti TV su dati Auditel

A photograph of Barbara D'Urso, the host of Grande Fratello, standing on a stage. She is wearing a long, strapless, shimmering silver gown and has her arms outstretched. The background is dark with blue and white geometric patterns.

Grande Fratello 15

Highlights TV

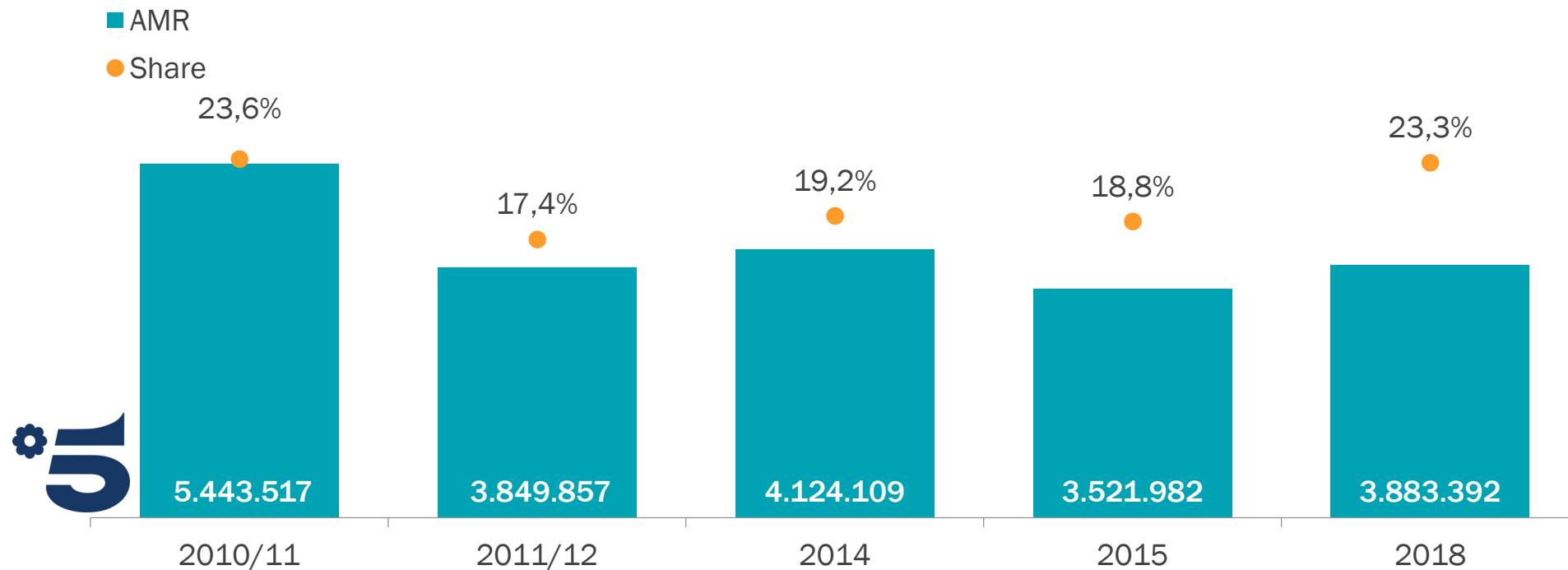
Dopo tre anni e due stagioni di assenza il format è tornato su Canale 5 con la sua quindicesima edizione in una stagione televisiva che ha già visto andare in onda sulla stessa rete Mediaset due reality, L'Isola dei Famosi e Il Grande Fratello Vip. Al timone Barbara D'Urso.

Il reality ha raggiunto nel complesso quasi 28 milioni di contatti, il 2% in più rispetto all'ultima edizione del 2015 nonostante quattro appuntamenti in meno. Ha senza dubbio influito su questa performance la durata delle puntate, che si sono contraddistinte per l'estrema lunghezza terminando sempre oltre l'una di notte dopo circa quattro ore di diretta.

In media il programma ha ottenuto 3,9 milioni di spettatori per il 23.3% di share, audience tra le più basse nella storia del Grande Fratello.

Come nell'edizione precedente il profilo del pubblico si conferma in prevalenza femminile. Si registra un significativo aumento di telespettatori over 65 che crescono di +7 punti percentuali vs 2015 e arrivano a rappresentare quasi il 28% dell'intera platea del reality

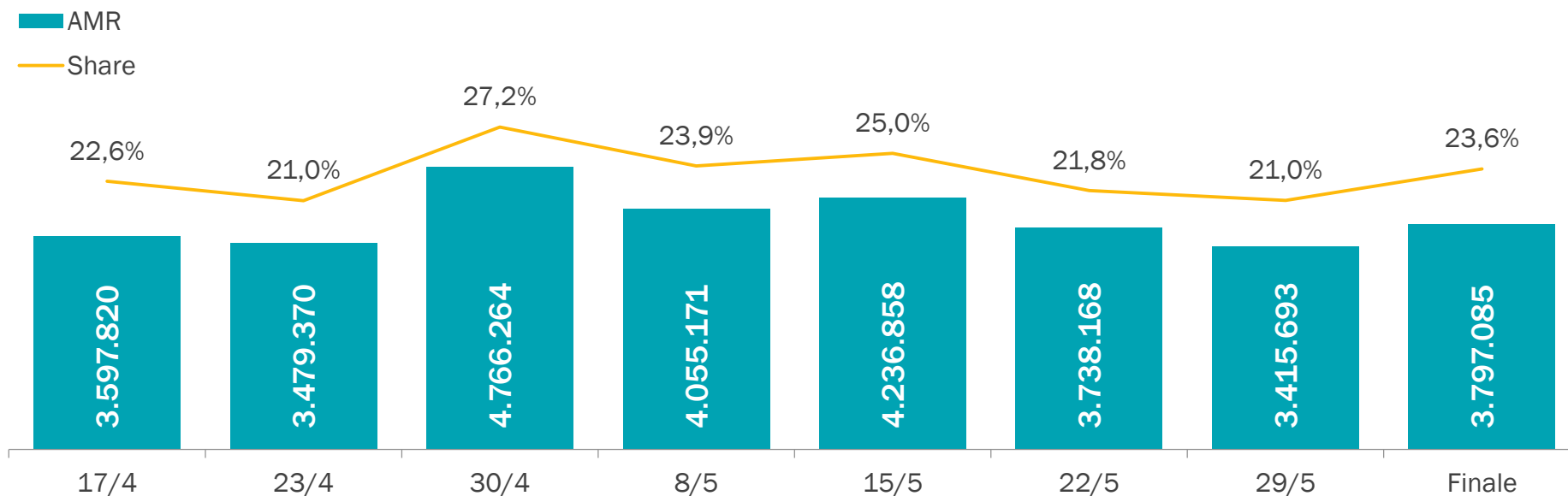
Share tornato ai livelli del 2010/11



Spesso negli ultimi anni il reality è rimasto lontano dai palinsesti. L'assenza ha portato benefici di audience ma non nasconde un trend decrescente

Ogni puntata si è mantenuta ampiamente sopra il 20% di share

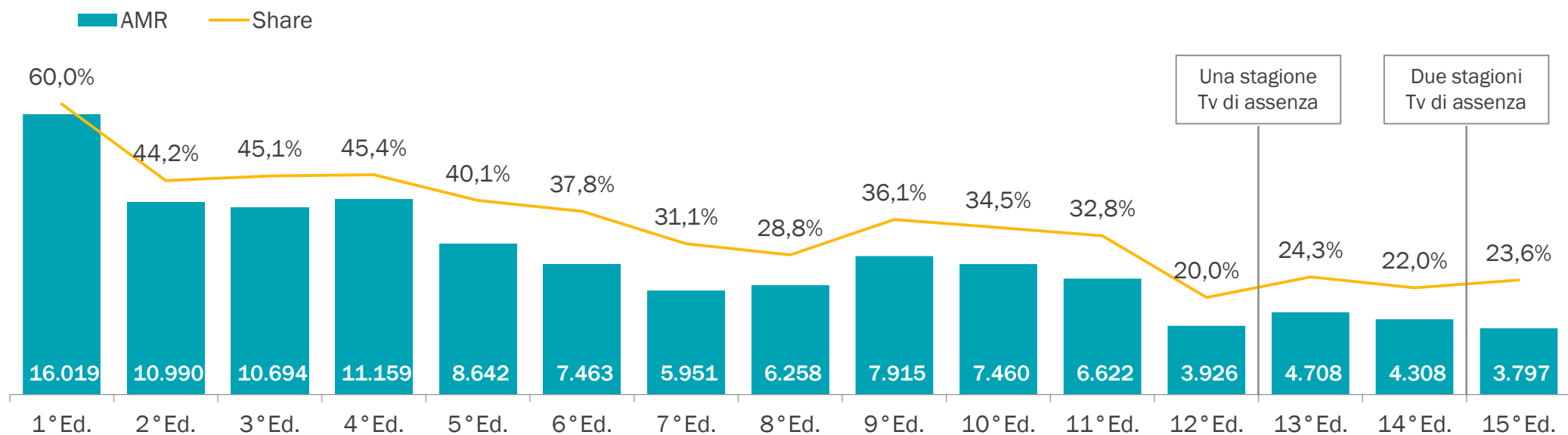
GRANDE FRATELLO 15 - AMR PER PUNTATA



La terza puntata, caratterizzata dall'espulsione di un concorrente, è stata la più seguita nonostante la concorrenza del Commissario Montalbano in replica

La finale meno vista di sempre

GRANDE FRATELLO 15 - AMR PER PUNTATA

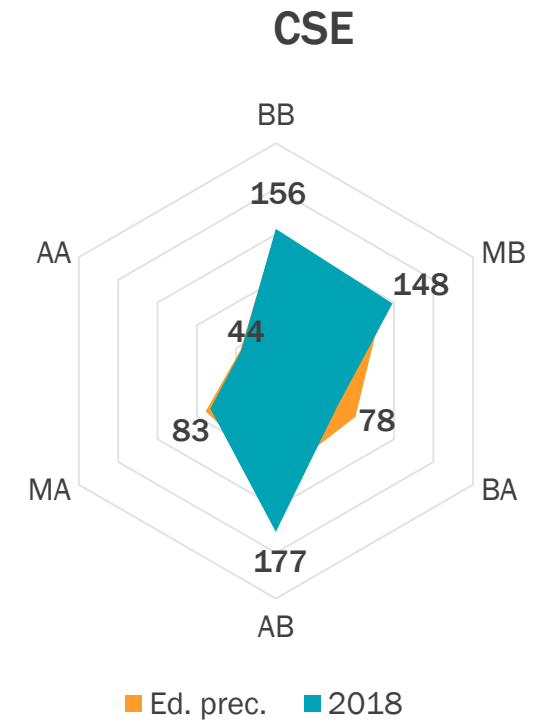
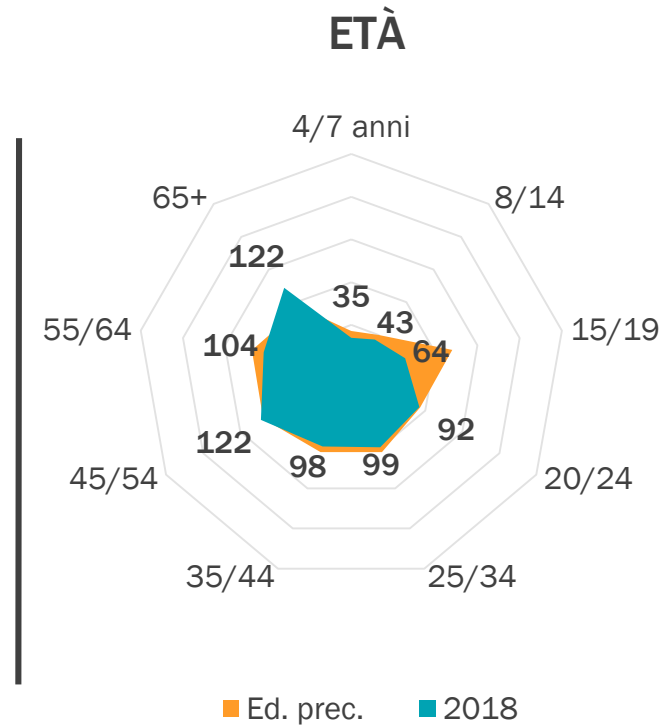


Le finali mostrano il trend decrescente che testimonia il lento disaffezionamento del pubblico al reality e alle sue dinamiche

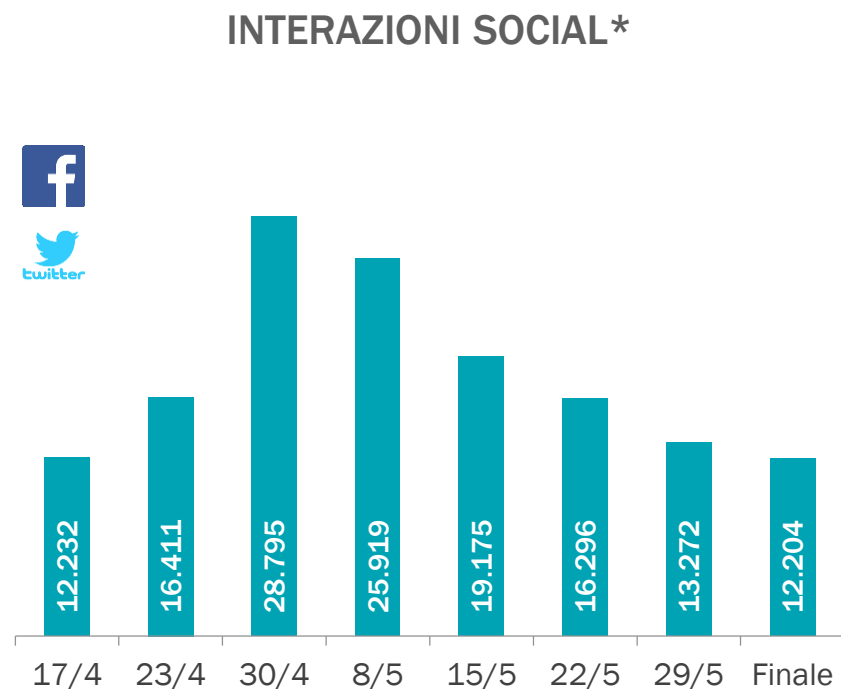
GRANDE FRATELLO 15 - Un profilo femminile e sempre meno giovane



[Idx affinità edizione precedente]



Sentiment negativo e progressivo abbandono dei canali social



L'attività sulle pagine ufficiali FB e Twitter è drasticamente calata dopo le forti critiche e l'abbandono degli sponsor. Il sentiment delle interazioni è nel complesso negativo