

IL FESTIVAL DI SANREMO

LA STORIA DEGLI INVESTITORI PUBBLICITARI NEGLI ULTIMI 20 ANNI

MARZO 2021

GLI ADVERTISER DEL FESTIVAL DI SANREMO NEGLI ULTIMI 20 ANNI: DALL'ERA DELLE TELCO ALL'ERA DEGLI STREAMER

2000 - 2010

Era delle TELCO

Top spender



2011 - 2016

Era dei brand ISTITUZIONALI

Top spender



2017 - 2021

Era degli STREAMER

Top spender



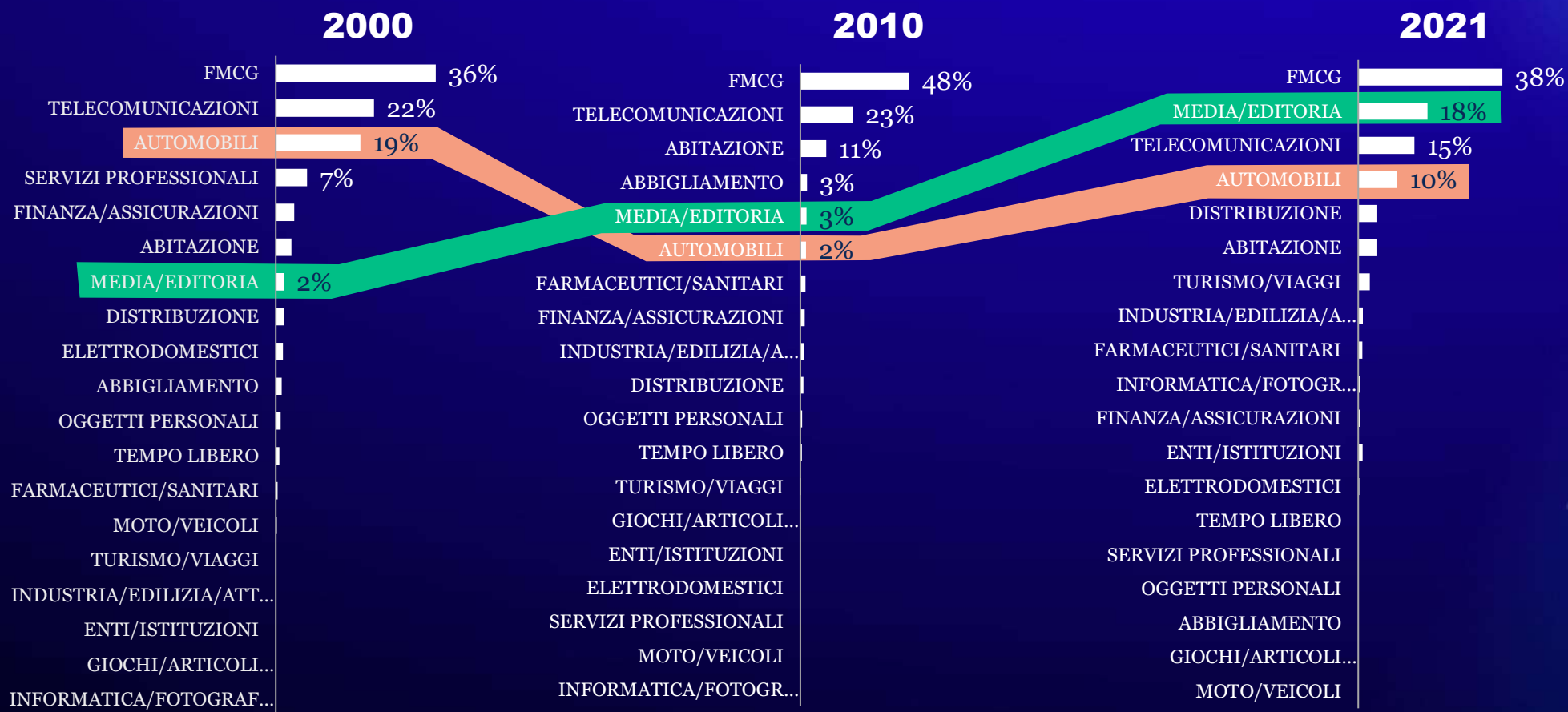
GLI ADVERTISER DEL FESTIVAL DI SANREMO NEGLI ULTIMI 20 ANNI: DALL'ERA DELLE TELCO ALL'ERA DEGLI STREAMER



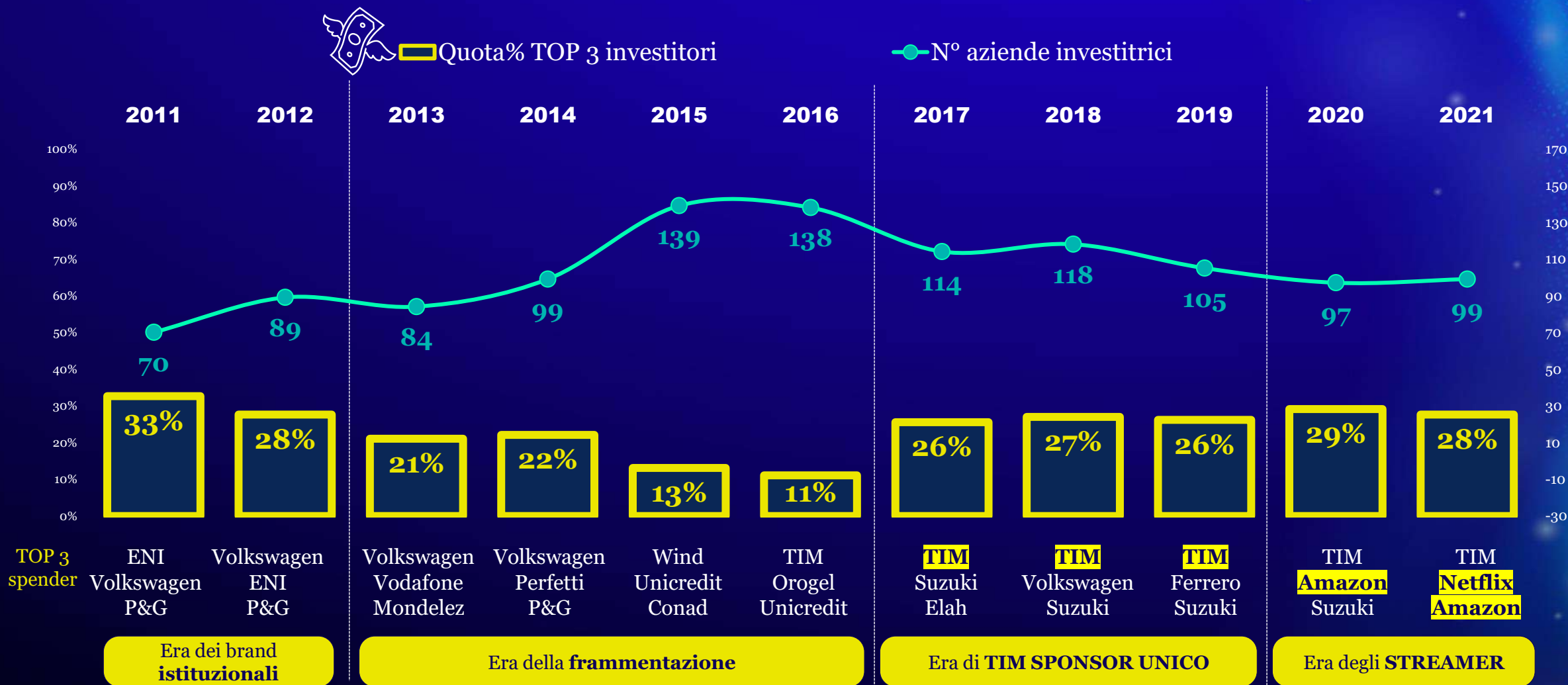
NEL 2021 MEDIA/EDITORIA SORPASSA L'AUTOMOTIVE DIVENTANDO IL SECONDO SETTORE INVESTITORE, FMCG MANTIENE LA LEADERSHIP



Quote% di investimento sul Festival di Sanremo



DOPO UN'ERA DI BRAND ISTITUZIONALI, GLI INVESTIMENTI SI FRAMMENTANO. TIM SPONSOR UNICO CONTRA E LA NUMEROSITÀ DEGLI INVESTITORI E DAL 2020 SUBENTRANO I *NEW COMER* DELLA TV



SOURCE: elaborazioni GroupM R&I su dati Nielsen. Pubblicità Commerciale Nazionale

DAL 2019 AMAZON PRESENTE CON GLI SMART SPEAKER E PRIME, TIM RISPONDE CON TIMVISION, NETFLIX E SPOTIFY NEW ENTRY NEL 2021

 Film
  TELCO
  Servizi streaming

2011-2016 > 2017 > 2018 > 2019 > 2020 > 2021

TIM

Timeline for TIM:

- 2011-2016: TELCO (represented by a mobile phone icon)
- 2017: TELCO (represented by a mobile phone icon)
- 2018: TELCO (represented by a mobile phone icon)
- 2019: TELCO (represented by a mobile phone icon); Servizi streaming (represented by a yellow bar containing TIMMUSIC and TIMVISION logos)
- 2020: TELCO (represented by a mobile phone icon); Servizi streaming (represented by a yellow bar containing TIMMUSIC logo)
- 2021: TELCO (represented by a mobile phone icon); Servizi streaming (represented by a yellow bar containing TIMVISION logo)

Disney

Timeline for Disney:

- 2011-2016: Film (represented by a row of movie posters including 'SONO IL PIU' ALTE QUATTRO', 'The Princess Diaries', 'The Princess and the Frog', 'The Princess and the Frog', 'The Princess and the Frog', 'The Princess and the Frog')
- 2017: Film (represented by a movie poster)
- 2018: Film (represented by a movie poster)
- 2019: Film (represented by movie posters including 'The Princess and the Frog', 'The Princess and the Frog', 'The Princess and the Frog')
- 2020: Film (represented by a movie poster 'ONWARD'); Servizi streaming (represented by a yellow bar containing the Disney+ logo)
- 2021: Servizi streaming (represented by a yellow bar containing the Disney+ STAR logo)

amazon

Timeline for Amazon:

- 2019: Servizi streaming (represented by a yellow bar containing the amazon echo and prime video logos)
- 2020: Servizi streaming (represented by a yellow bar containing the prime video and amazon alexa logos)
- 2021: Servizi streaming (represented by a yellow bar containing the prime video and amazon alexa logos)

NEW NETFLIX Spotify

IL RANKING DEI TOP SPENDER 2021 RACCONTA GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA SULLE NOSTRE ABITUDINI: INTRATTENIMENTO IN STREAMING, FORTI BRAND FMCG E RETAIL, MA ANCHE LA VOGLIA DI TORNARE A VIAGGIARE



Quote investimento su
Festival di Sanremo 2021

1		15,3%
2		6,5%
3		5,8%
4		5,5%
5		3,3%
6		3,1%
7		3,1%
8		2,3%
9		2,3%
10		2,2%

Main Sponsor SANREMO **70+1**

Lovebrand dell'intrattenimento

Auto ufficiale SANREMO **70+1**

Top brand FMCG e Retail

La voglia di tornare a viaggiare

Top brand FMCG

Lovebrand dell'intrattenimento

Tra i top spender di mercato



IL SUCCESSO DEGLI STREAMER È LEGATO A UN MIX DI PREMIUM POSITION E CREATIVITÀ COINVOLGENTI



SANREMO 70+1

NEW

NETFLIX

NETFLIX

STRANGER THINGS

2° per investimento

96% Iniziative speciali

prime video

3° per investimento

77% Iniziative speciali

Disney+

9° per investimento

97% Iniziative speciali

NEW

Ascolta la playlist e il podcast di Sanremo.

Spotify

26° per investimento

67% Iniziative speciali

IL FESTIVAL DI SANREMO

GRAZIE