

Sanremo 2015



sanremo2015
82° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA

Seconda serata - 11 febbraio 2015

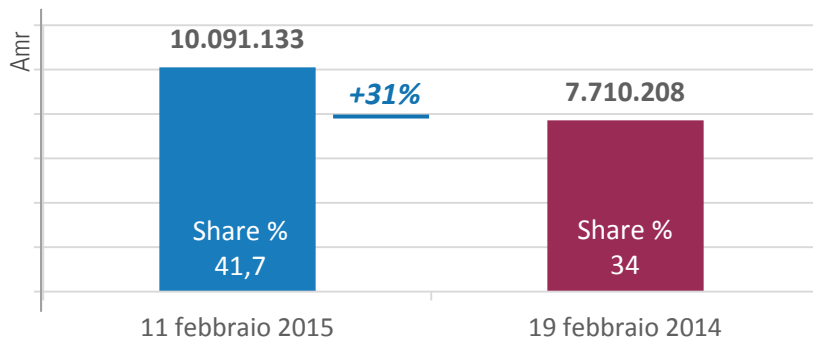


Oltre 10 mio per la seconda serata del Festival



Raggiungono una media di **oltre 10 milioni**, i telespettatori che hanno seguito la seconda serata del Festival, Forte incremento rispetto alla stessa serata del 2014 (+31%), serata che aveva registrato poco meno di 8 milioni di spettatori per il 34% di share.

Confronto Seconda serata 2015 vs. 2014



65° Festival della canzone italiana
Seconda serata: 11 febbraio 2015

AMR
10.091.133
SHR % 41,7

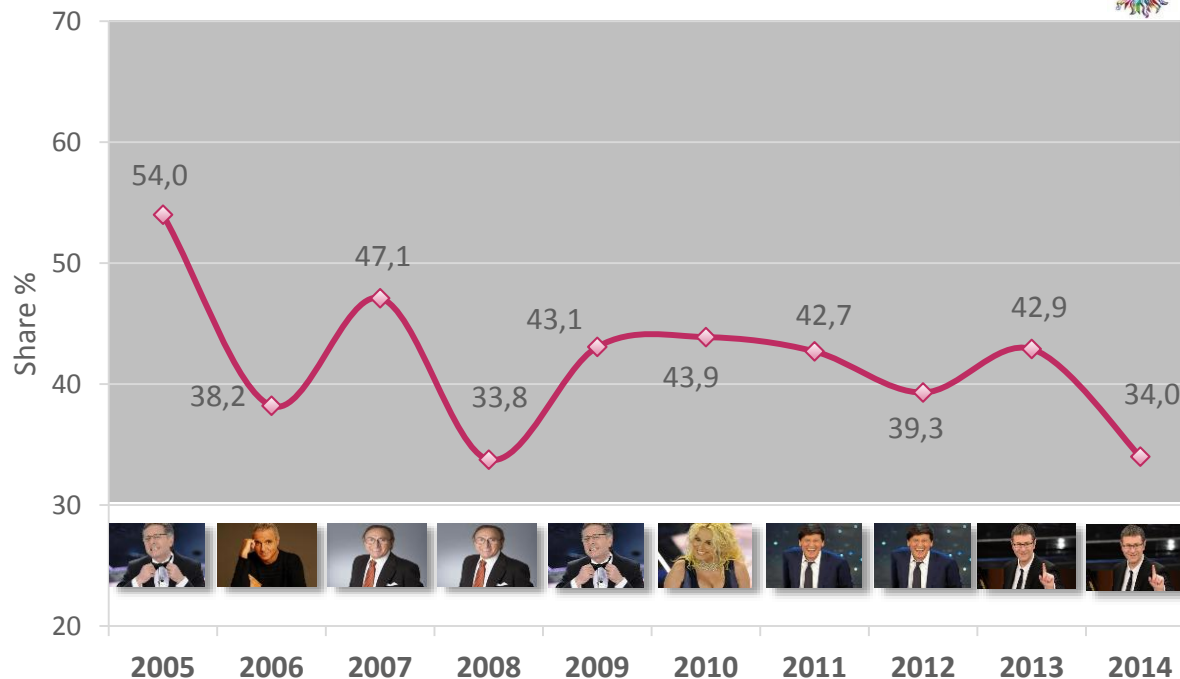
Una prima parte (21.17-23.52) con oltre **11 mio di ascoltatori**. In linea con la puntata di ieri la seconda parte con più di 6,5 mio di telespettatori ed una share del 48,2%.

Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

Share per anno



Prima serata: 11 febbraio 2015



41,7% ↑

2015

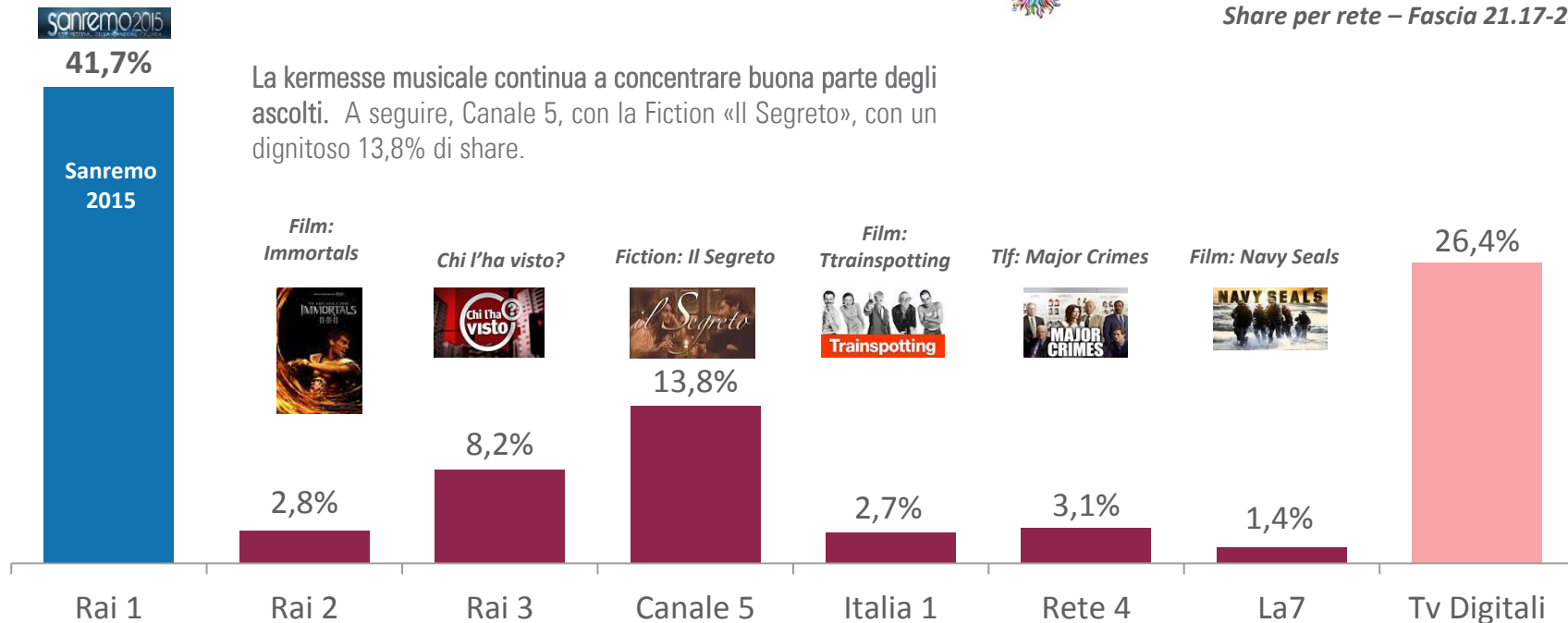
Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

La sfida del Prime Time



Rai 1 11 febbraio 2015

Share per rete – Fascia 21.17-24.40



Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

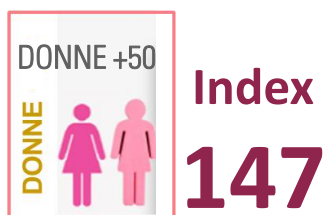
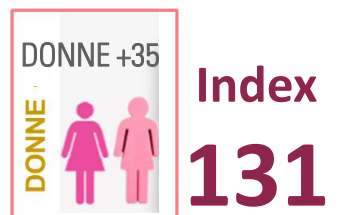
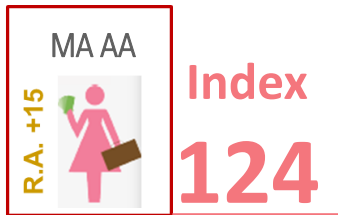
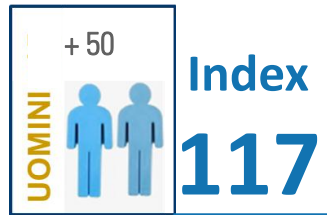
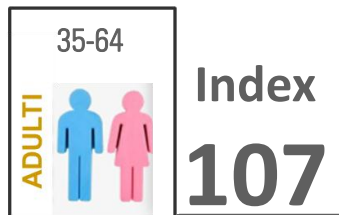
Profilo d'ascolto

Rai 1 11 febbraio 2015

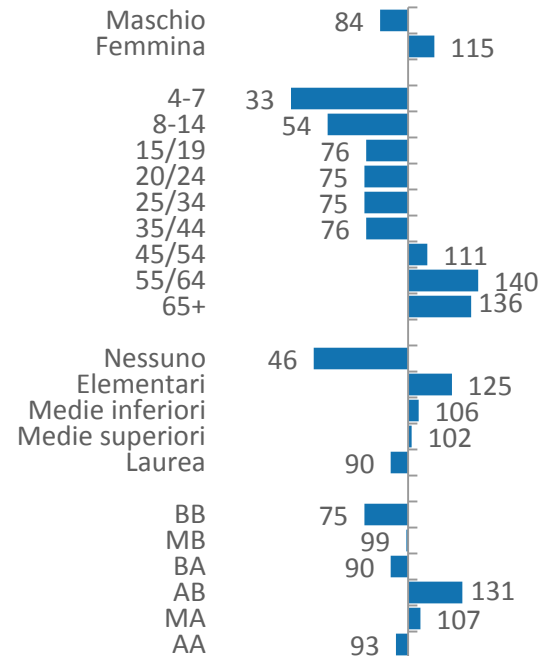


Un pubblico in linea con l'edizione del 2014.

Forte concentrazione sui target maturi e di classe socio-economica media / medio-bassa



Profilo base individui



Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

Curva d'ascolto

Totale Individui



Rai 1 11 febbraio 2015

Picco d'ascolto registrato alle ore 22.13 con 13.258.997 telespettatori e una share del 44%

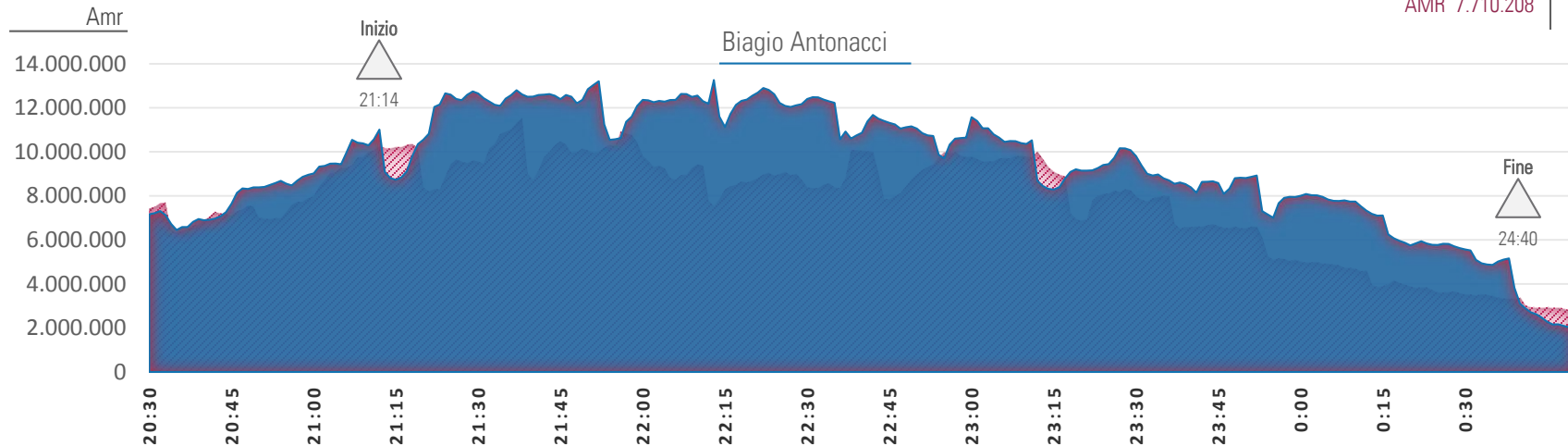
2° serata 2015 (21:17 – 24:40)

AMR 10.091.133

+31%

2° serata 2014 (20:54 – 24:54)

AMR 7.710.208



Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

Curva d'ascolto

Adulti 15-34 anni



Rai 1 11 febbraio 2015

Sempre alto l'ascolto sul target giovane, che incrementa fortemente il gap con l'edizione del 2014 (+58). Picco registrato alle ore 22.22 con 2.101.603 telespettatori e una share del 48,1%

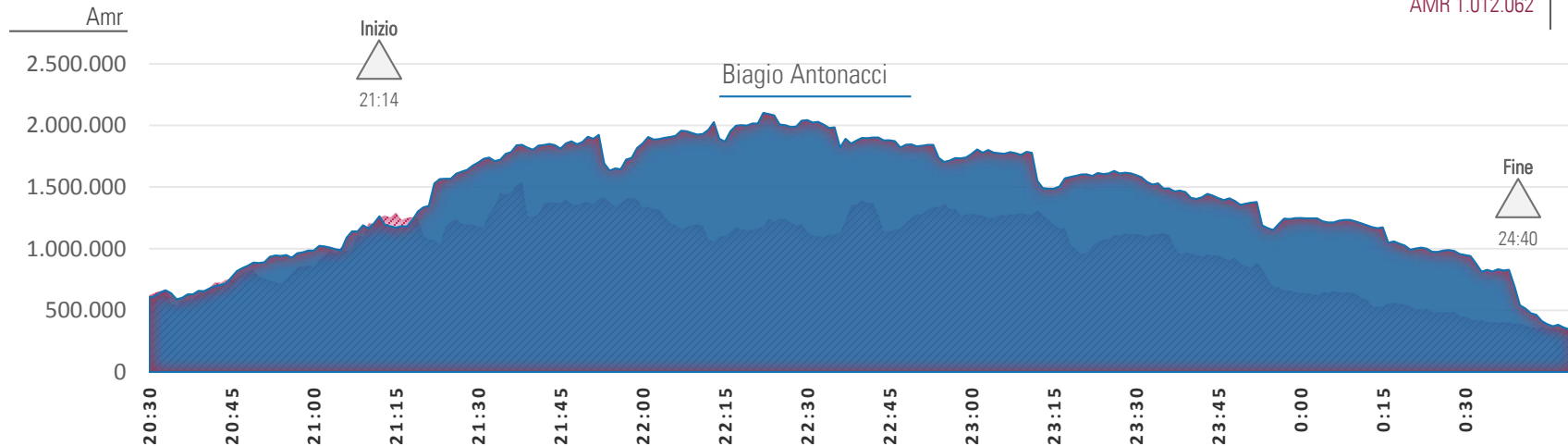
2° serata 2015 (21:17 – 24:40)

AMR 1.600.599

+58%

2° serata 2014 (20:54 – 24:54)

AMR 1.012.062



Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Adulti 15-34 anni

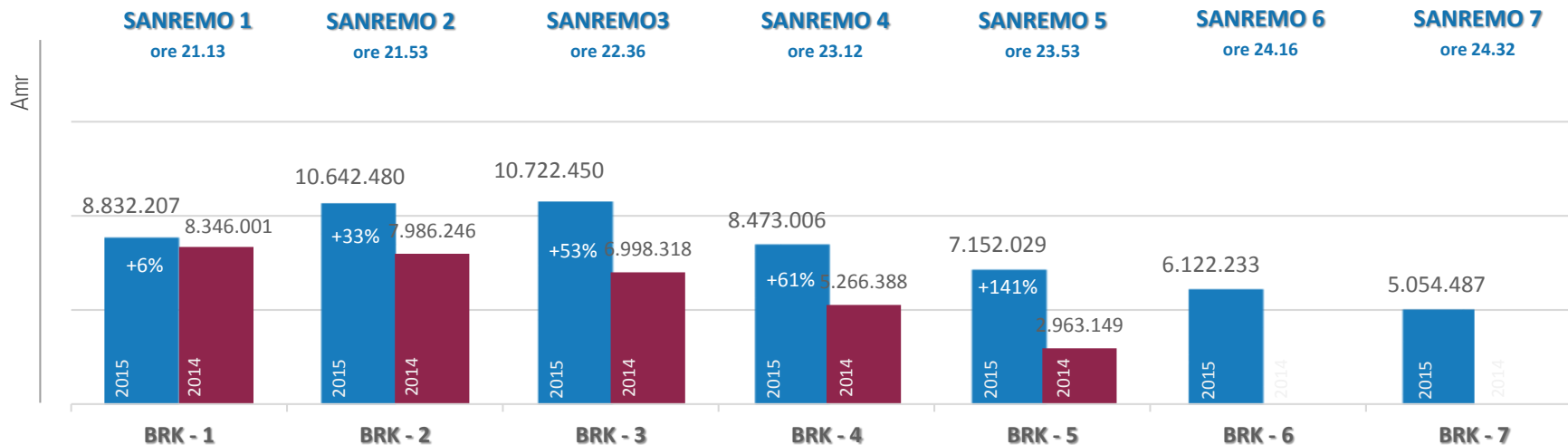
Break Tabellare



Rai 1 11 febbraio 2015

La differente calendarizzazione rispetto all'edizione 2014, fa bene alla pubblicità. Migliorano tutti e 7 i break, performando audience in crescita a due cifre.

Nel 2014 il festival di Sanremo conteneva solo n.5 break pubblicitari in differenti collocazioni orarie.



Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.