

sanremo 2013

63° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA

Seconda serata: 13 febbraio 2013



ZenithOptimedia
The ROI Agency



Sulle note di «Volare» cantata da Beppe Fiorello (*protagonista della nuova fiction di Rai Uno*), si apre la seconda serata del Festival, che riporta Domenico Modugno sul celebre palco dell'Ariston.

Ed ha portato bene.

Il programma raggiunge infatti, 11.330.265 ascoltatori sul minuto medio ed uno share del 42,9% (*target Individui + ospiti*); con un incremento rispetto alla seconda serata dell'edizione 2012 del +23%.

Ottima performance per la prima parte della kermesse (h.20.47-23.41), vista da oltre 12 mio di spettatori ed uno share del 42,2%. Picco registrato alle 21.38 con più di 15.6 mio di spettatori ed il 46,3% di share.



Successo del programma intuibile anche dagli ospiti presenti; dalla modella Bar Refaeli, all'ex-premiere dame Carla Bruni (in fase di promozione del suo prossimo album), Neri Marcorè e il cantante israeliano Asaf Avidan costretto dagli applausi ad una seconda esibizione.

Dei risultati se ne avvantaggia anche il profilo del programma. Sanremo 2013, infatti, risulta più giovane, colto e pregiato.

Tradizionalmente più femminile, vede salire l'interesse dei 15-34

enni (+14% verso la stessa serata dello scorso anno) e di elevata scolarità e di classe socio-economica.



La Controprogrammazione un po' arrendevole, non eccelle.

Su Rai2 appena 447.458 (1,2%), per «Conferenze stampa» per le elezioni politiche 2013. Tiene abbastanza «Chi l'ha visto?» su Rai3 con 2.779.000 telespettatori (9% di share); risultato analogo su Canale 5, che con «Matrimonio a 4 mani» non va oltre i 2.7 mio (AMR).

Oltre 3 mio di ascoltatori su Italia1 per la partita Champions *Real Madrid-Manchester United*. Rete 4 al contrario supera di poco 1 mio con «I quattro dell'Ave Maria» ed il 4,8% di share.

La7 in coda con appena 298.000 (1%) per il film «Molto rumore per nulla».



Ascolti Pubblicitari

Positivo il trend della tabellare; i break risultano con performance superiori al 2012 e tutti con crescite a due cifre.

Premiati soprattutto i primi break dell'evento. Sanremo 1 (ore 21.20), guadagna la posizione migliore con una media di 11.250.959 ascoltatori ed un +35% vs il 2012.

Poco meno per il secondo break - Sanremo 2 (ore 22.28) con 10.128.352 (AMR) ed un incremento del +10% vs il 2012.

A seguire Sanremo 3, con un'audience di oltre 8.6 mio ed un +10% verso lo stesso break dell'anno precedente.



Ascolti Pubblicitari

Molto bene anche gli ascolti degli Spot Gold (break corti max 120 sec);

Spot gold 1: 9.344.742 Amr Spot gold 2: 5.660.921 Amr

**Tra gli Sponsor Time, il primo break – *Sponsor Time A* da 60 sec
supera addirittura i 14 mio in prima posizione e quasi 13 mio per la
seconda.**

Poco più di 11 mio, per lo Sponsor Time B delle 22.07

Analisi 2° Serata Festival di Sanremo



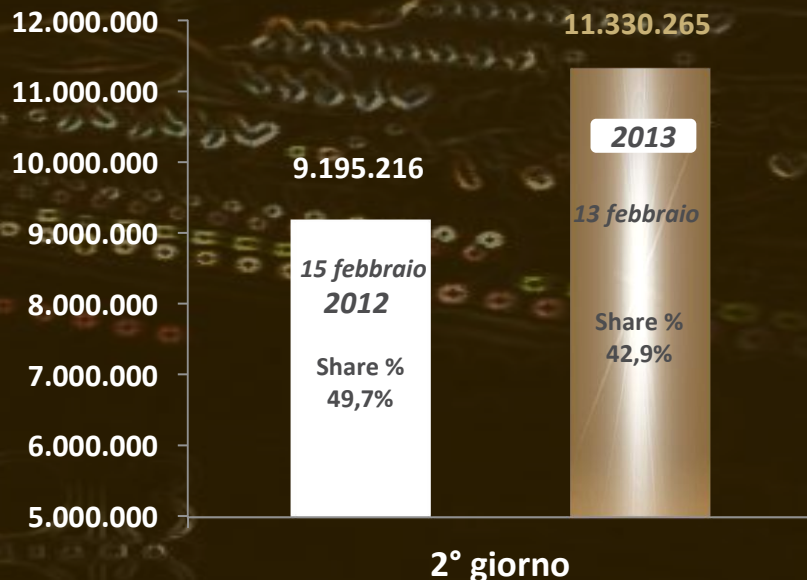
11,3 mio di telespettatori per il secondo appuntamento del Festival

+23% Vs 2012

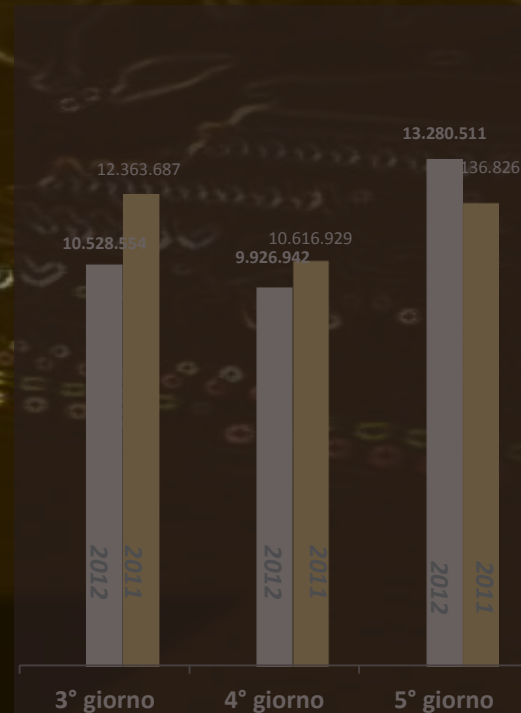
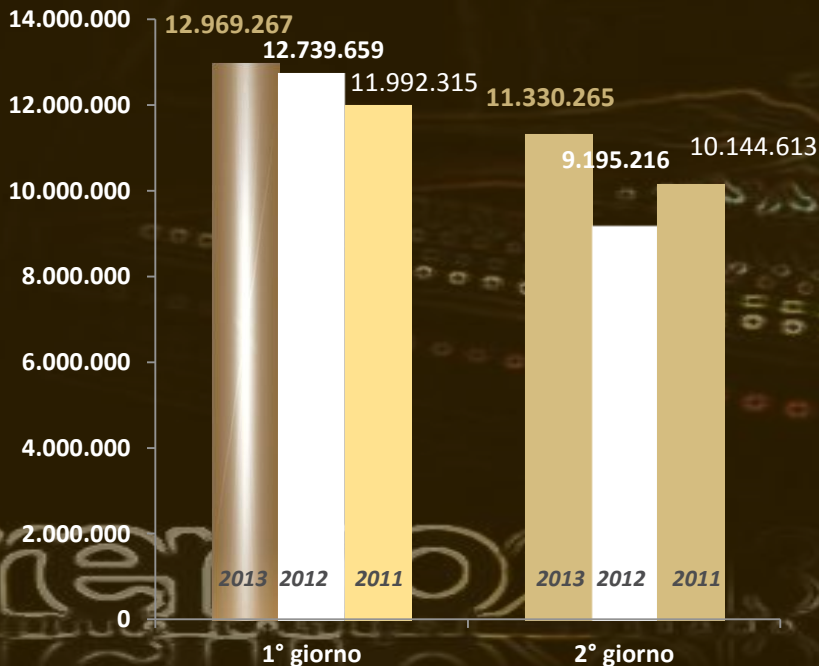
Amr
11.330.265

Share %
42,9%

Picco di ascolto registrato alle ore 22.43 con 17.033.102 telespettatori ed una share del 56,4%

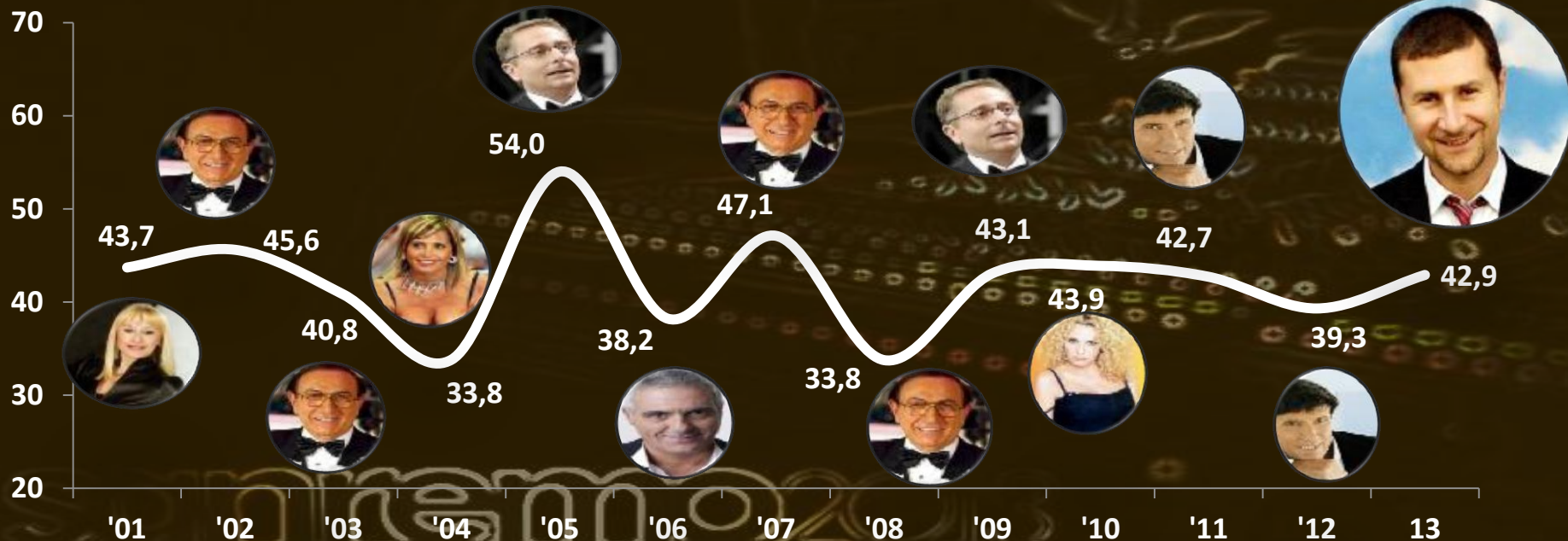


Trend Serate 2013 Vs 2012/2011



Analisi 2° Serata Festival di Sanremo

Share 2° serata _ per anno



Analisi 2° Serata Festival di Sanremo

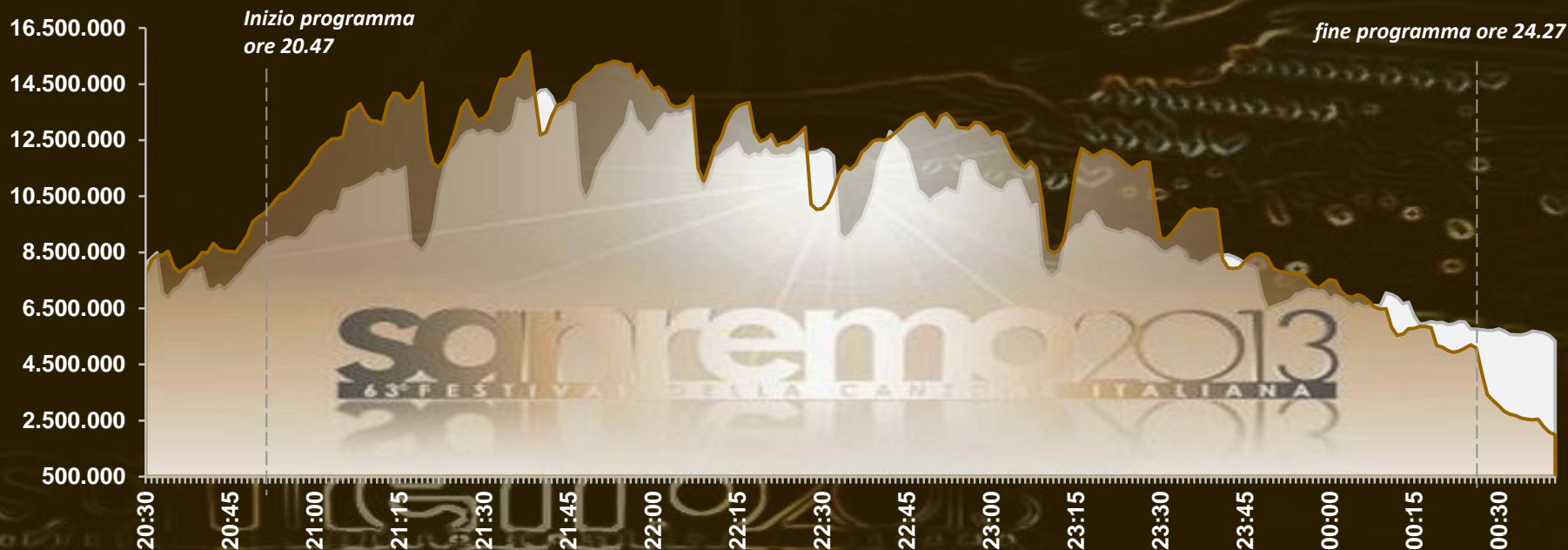
Curva d'ascolto Target Individui+ Ospiti

Mercoledì, 13 febbraio 2013

2° puntata 2012 (20:44 – 25:11) : AMR 9.195.216

2° puntata 2013 (20:47 – 24:27) : AMR 11.330.265

+23,%



Analisi 2° Serata Festival di Sanremo

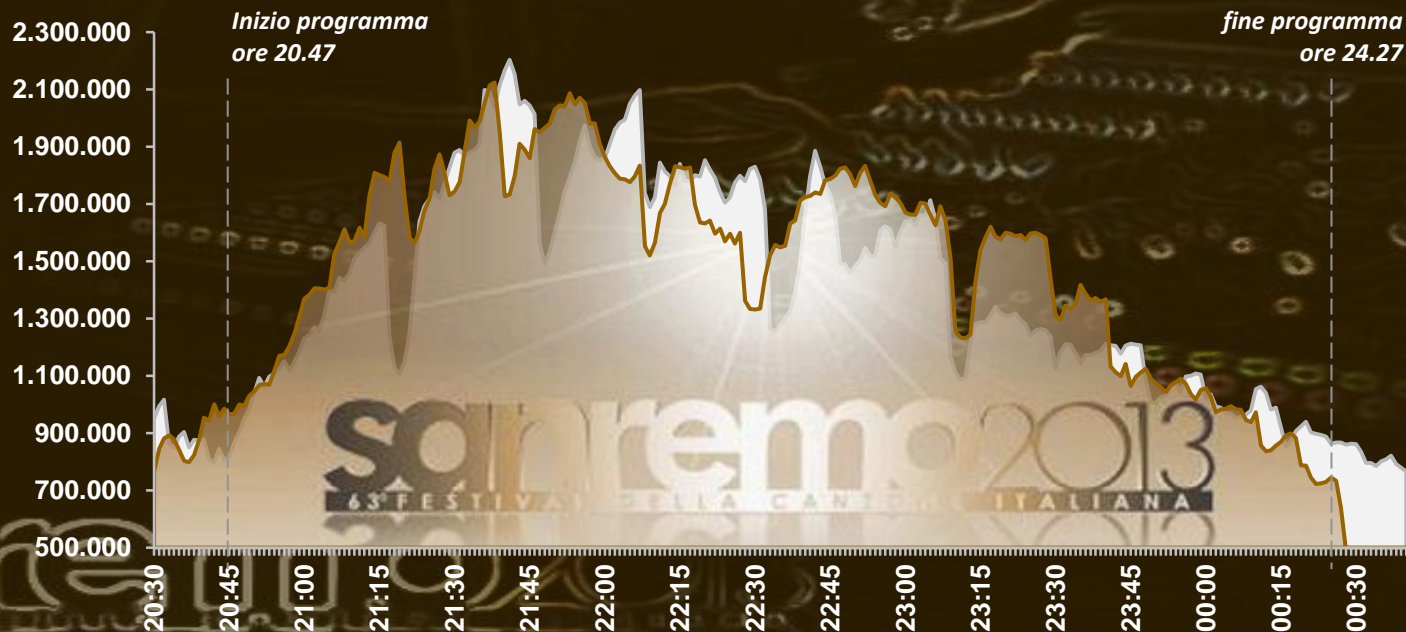
Curva d'ascolto Target Adulti 15-34

Mercoledì, 13 febbraio 2013

2° puntata 2012 (20:44 – 25:11) : AM 1.314.086

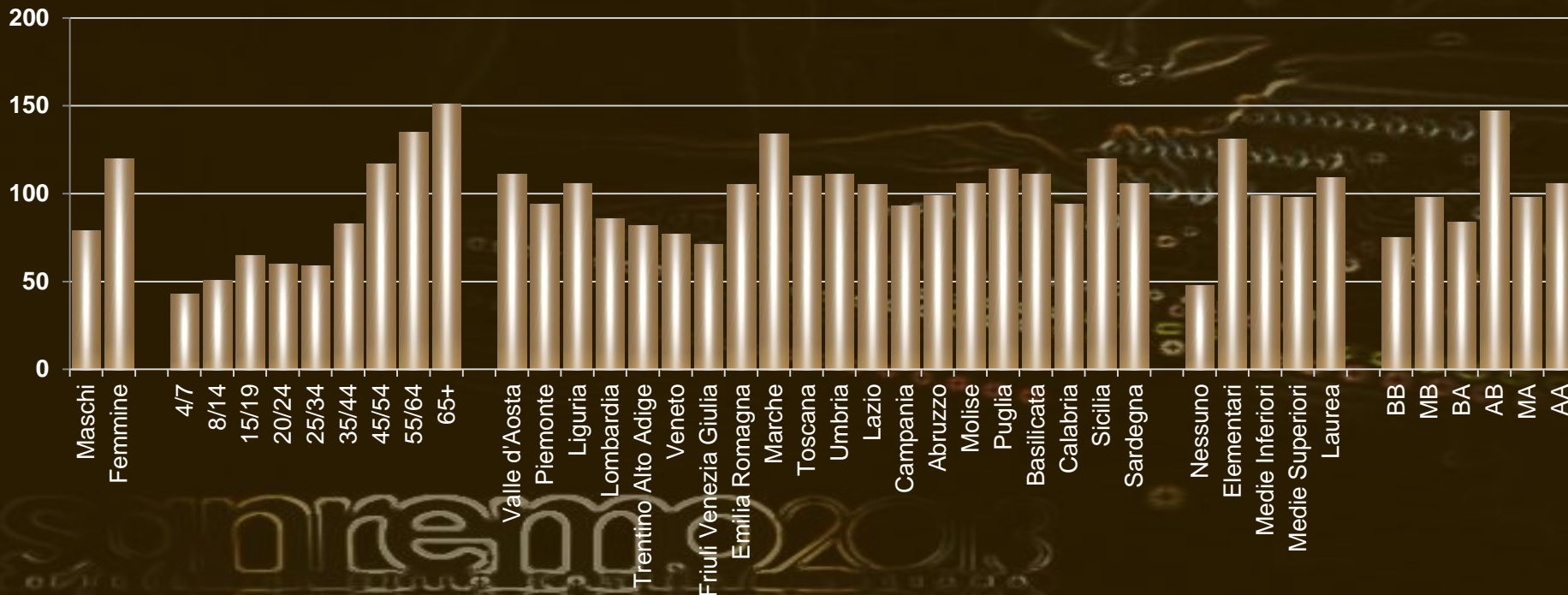
2° puntata 2013 (20:47 – 24:27) : AMR 1.501.459

+14,3%



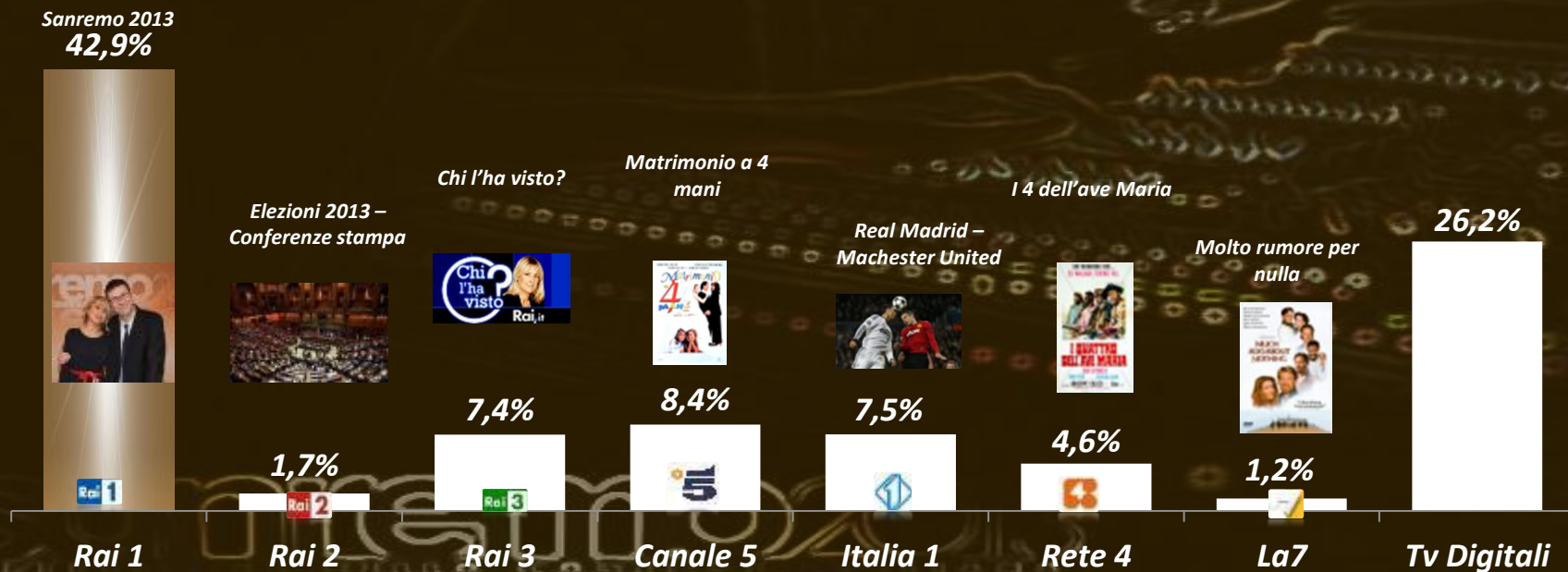
Profilo d'ascolto

Mercoledì, 13 febbraio 2013



La sfida del prime time

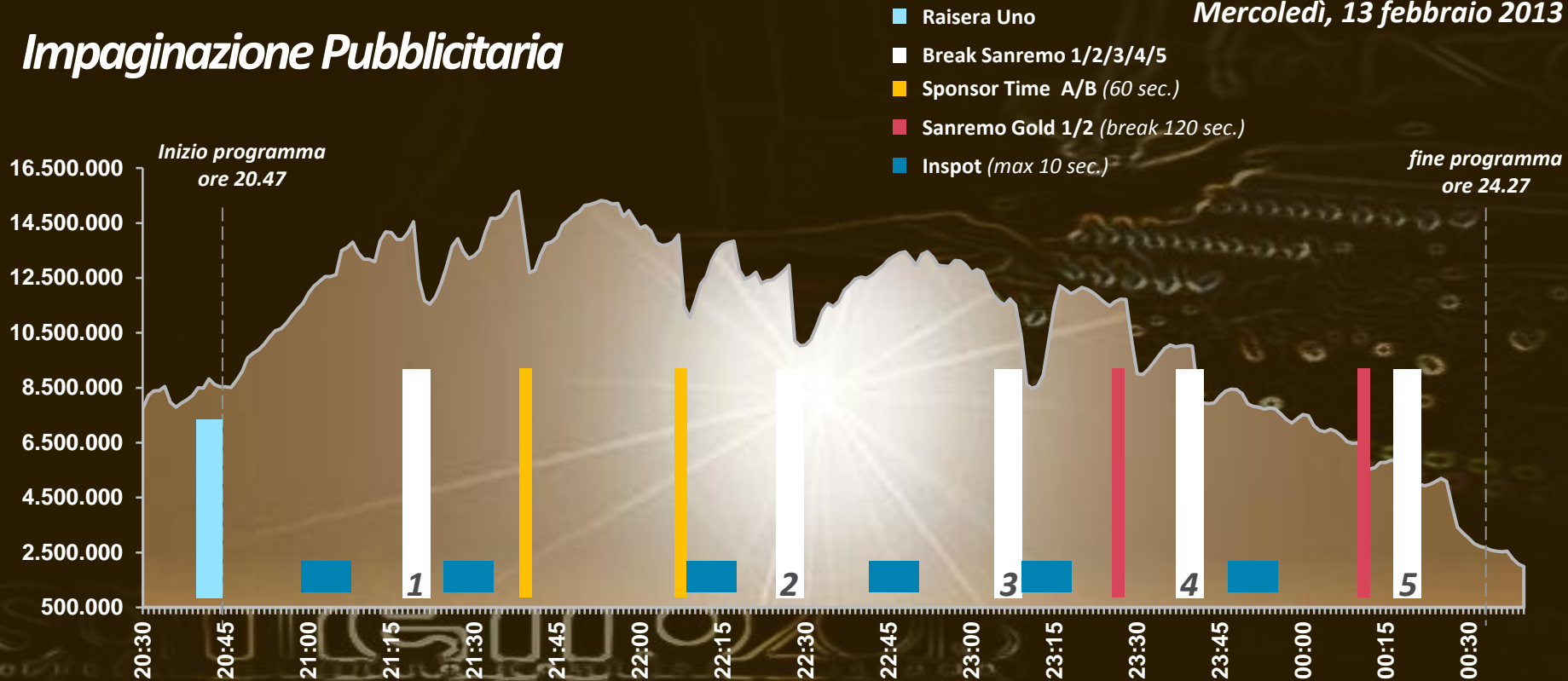
Share per rete – Fascia 20.47-24.27



Analisi 2° Serata Festival di Sanremo

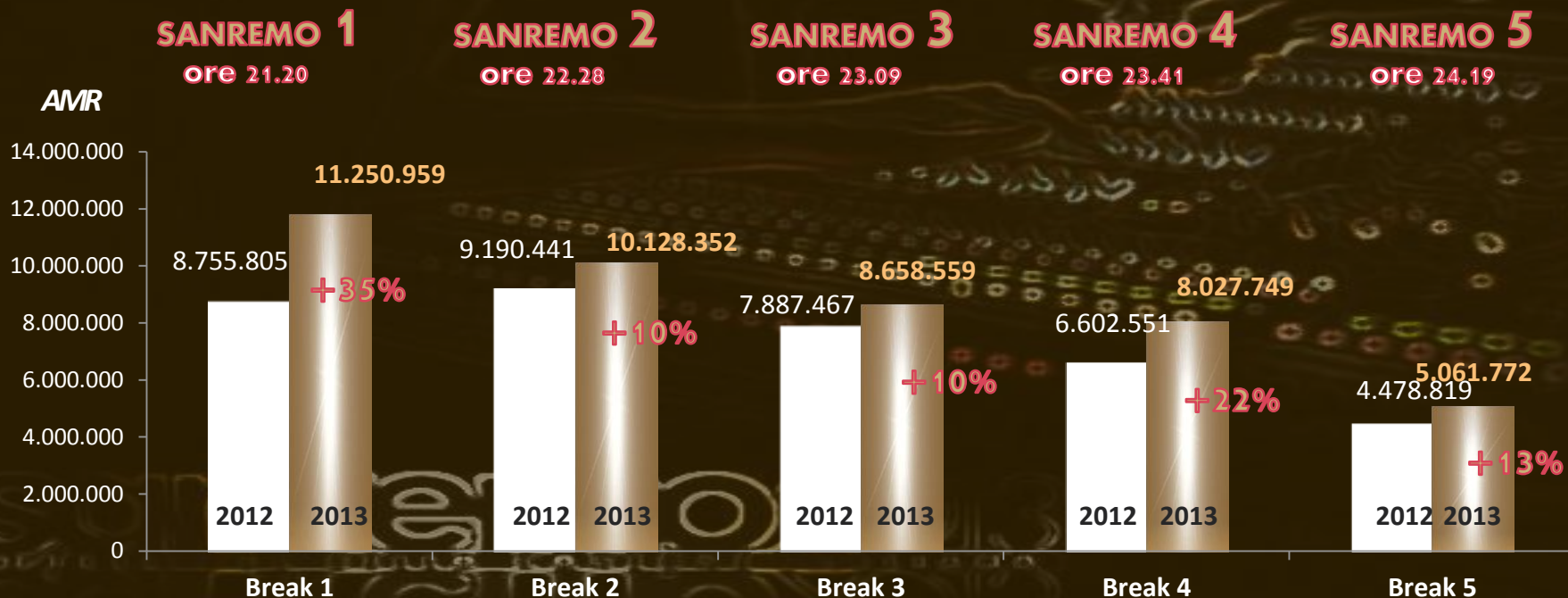
Impaginazione Pubblicitaria

Mercoledì, 13 febbraio 2013



Tabellare: Audience Media Break (.000)

Confronto 2013 Vs 2012

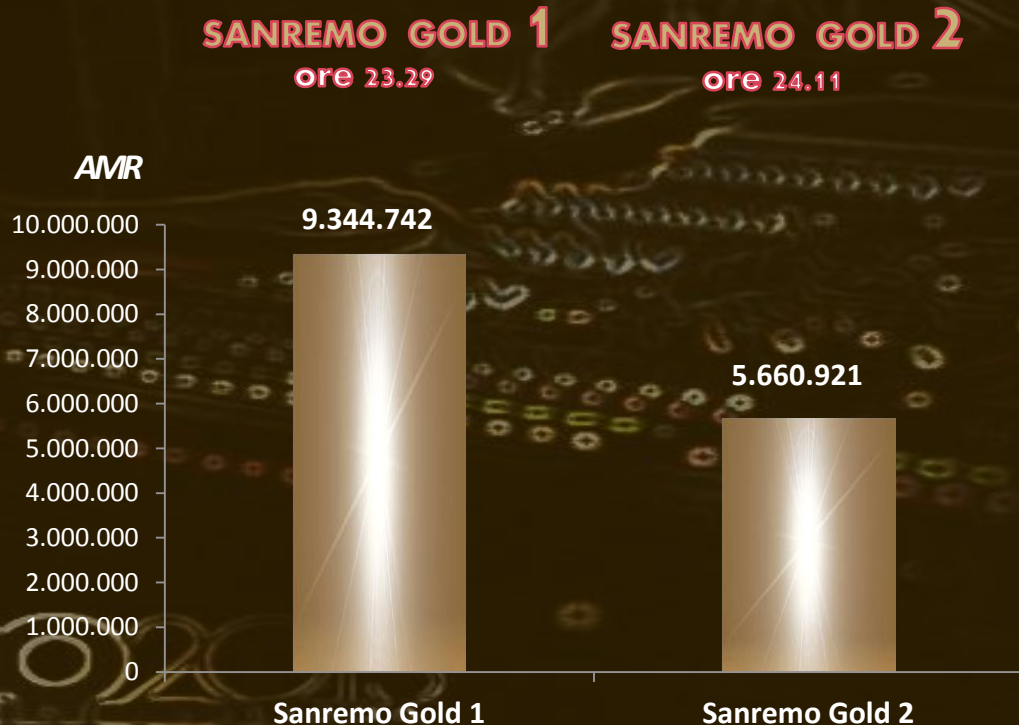


SPOT GOLD

Audience Media Break (.000)

Alla tabellare si aggiungono n.2 break più qualitativi definiti Gold.
Break corti (max 120").

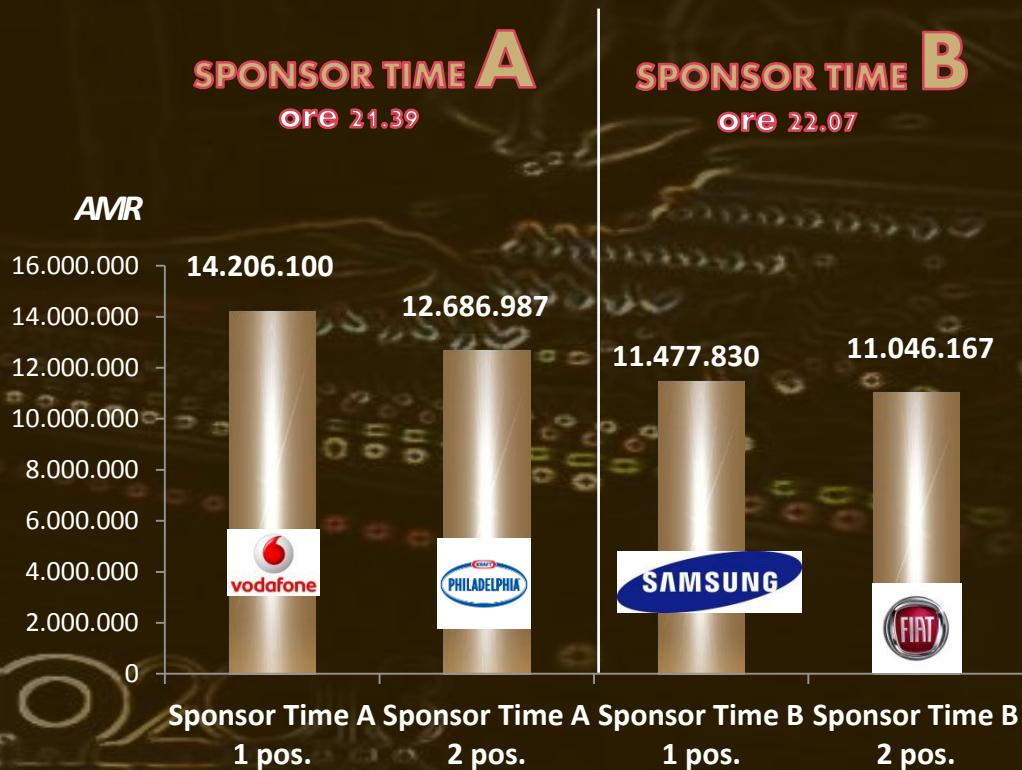
- **Sanremo Gold 1 h. 23.29**
- **Sanremo Gold 2 h.24.11**



SPONSOR TIME Audience Media Break (.000)

Novità: due posizioni di Sponsor time da 60 sec cad.

- Sponsor Time A h. 21.39
- Sponsor Time B h. 22.07



INSPOT

Audience Media Break (.000)

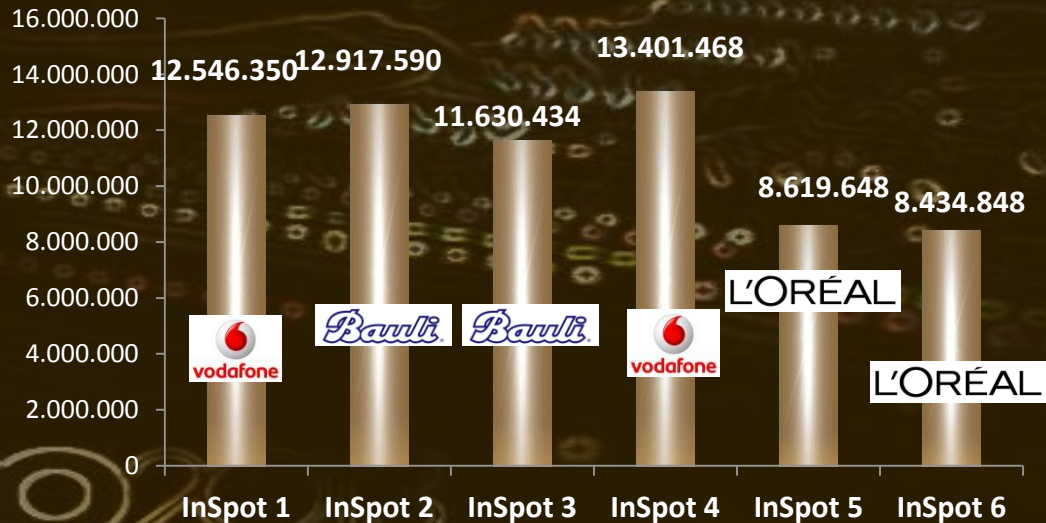
Novità: Sovraimpressioni (max 10 sec) .

- InSpot 1 h. 21.03
- InSpot 2 h. 21.25
- InSpot 3 h. 22.10
- InSpot 4 h. 22.47
- InSpot 5 h. 23.10
- InSpot 6 h. 23.48

InSpot

AMR

ore 21.03 ore 21.25 ore 22.10 ore 22.47 ore 23.14 ore 23.48



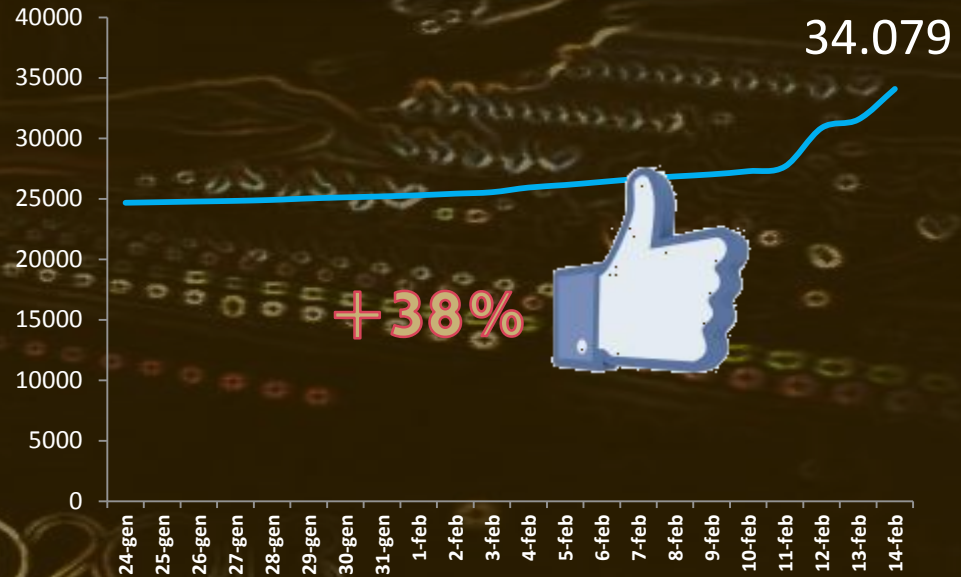
2012



Analisi 2° Serata Festival di Sanremo



Numero di fan e trend





Analisi 2° Serata Festival di Sanremo

