

# Sanremo 2015



Sanremo 2015  
52° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA

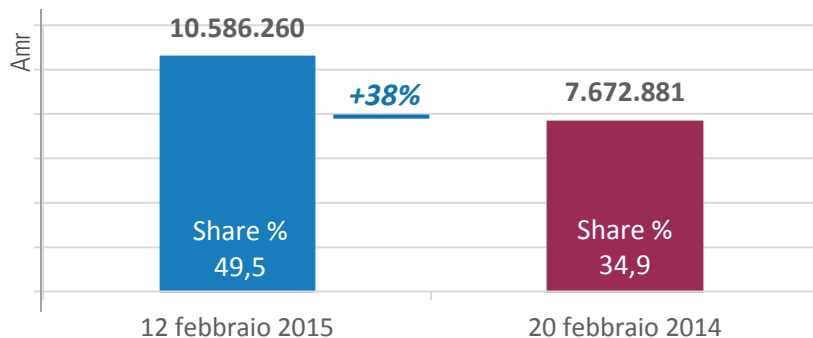
Terza serata - 12 febbraio 2015



# Sanremo supera se stesso!

La Terza serata, fa addirittura meglio della seconda, attestandosi a **10,6 milioni** di telespettatori, Successo confermato anche se paragonata alla stessa serata del 2014. In questo caso, la crescita registrata è del **38%**.

Confronto Terza serata 2015 vs. 2014



65° Festival della canzone italiana

Terza serata: 12 febbraio 2015

AMR

**10.586.260**

SHR % **49,5**

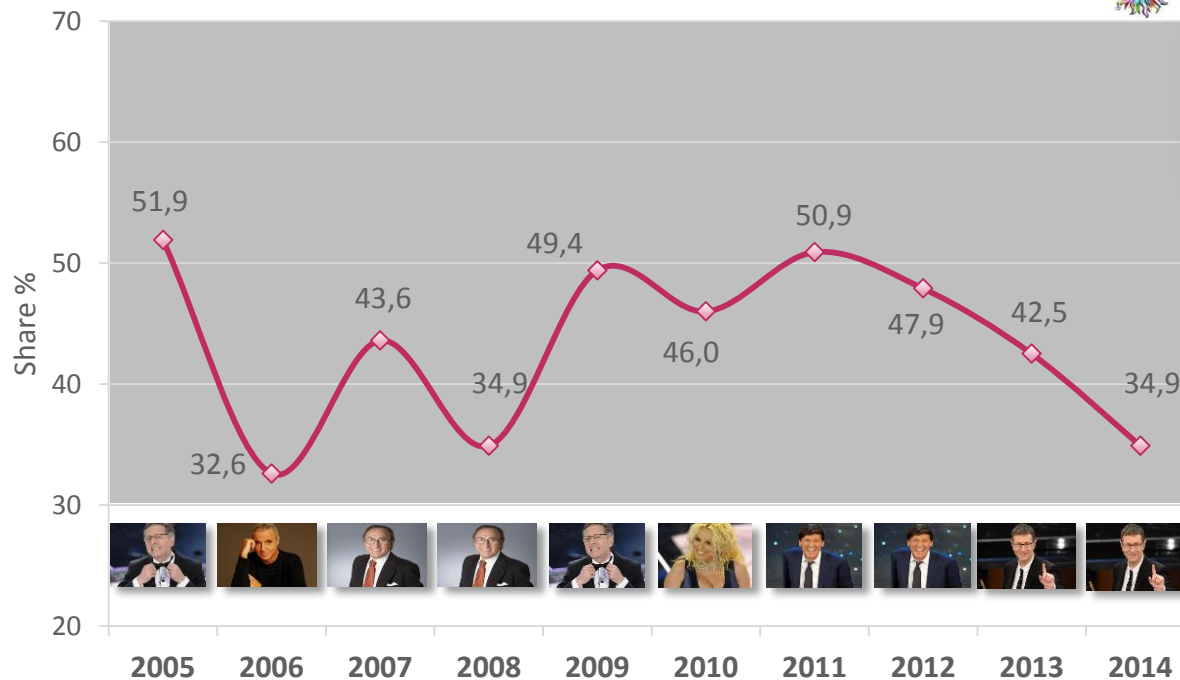
Una prima parte (21.21-23.56) con oltre **12 mio di ascoltatori**. Sempre in linea la seconda parte con più di 6,5 mio di telespettatori ed una share del 458,1%.

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

# Share per anno



Prima serata: 12 febbraio 2015



# 2015

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

# La sfida del Prime Time



Rai 1 12 febbraio 2015

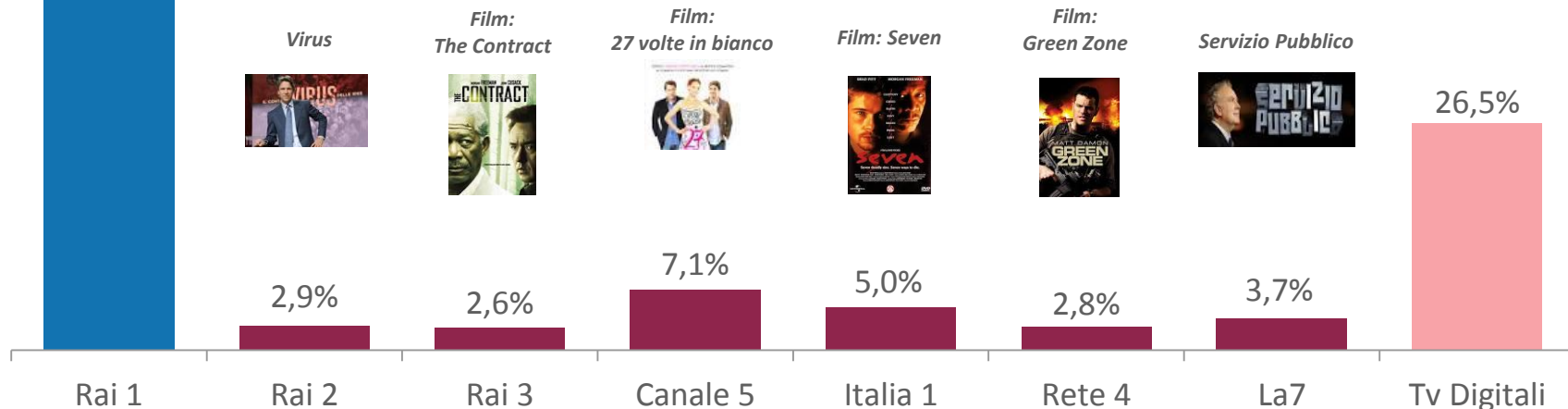
Share per rete – Fascia 21.21-25.10

sanremo2015

49,5%

Sanremo  
2015

Sanremo continua ad interessare buona parte del pubblico. Seguono gli altri che devono purtroppo accontentarsi delle briciole.



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

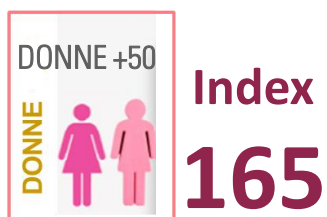
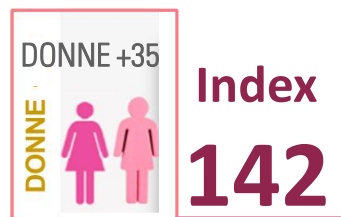
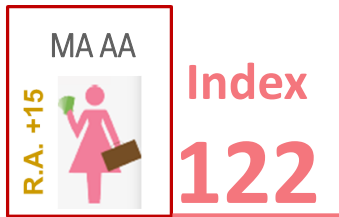
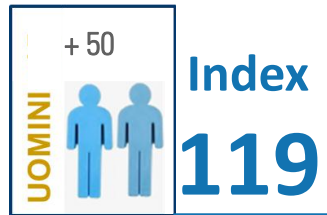
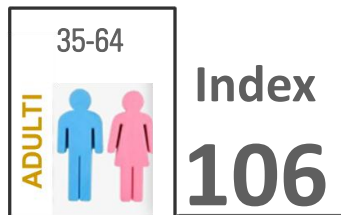
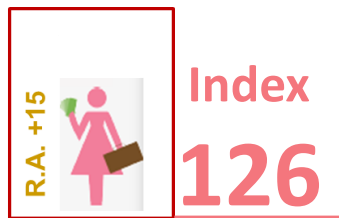
# Profilo d'ascolto

Rai 1 12 febbraio 2015

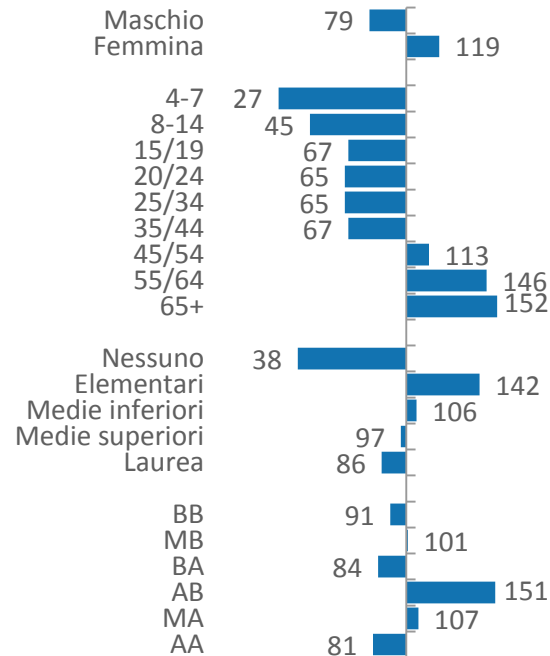


Un pubblico in linea con l'edizione del 2014.

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 12 febbraio 2015

Picco d'ascolto registrato alle ore 21.49 con 14.686.289 telespettatori e una share del 48,3%

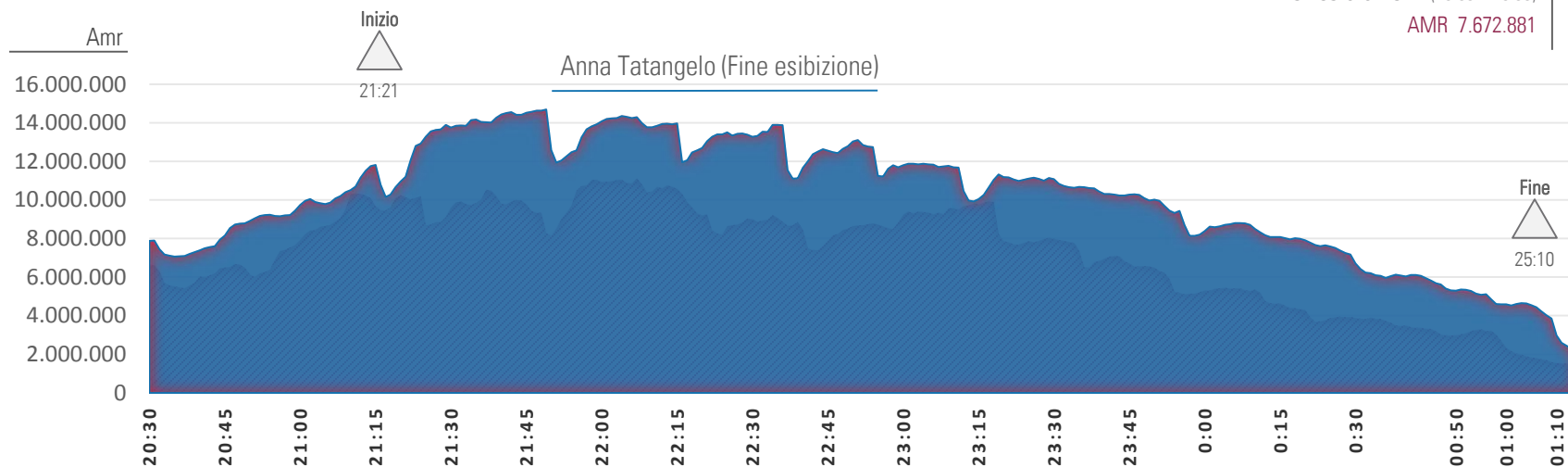
3° serata 2015 (21:21 – 25:10)

AMR 10.586.260

+38%

3° serata 2014 (20:53 – 25:00)

AMR 7.672.881



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

# Curva d'ascolto

Adulti 15-34 anni



Rai 1 12 febbraio 2015

Alto l'ascolto sul target giovane, che incrementa sempre più il gap con l'edizione del 2014 (+57%).  
Picco registrato alle ore 22.36 con 1.965.620 telespettatori e una share del 47,7%

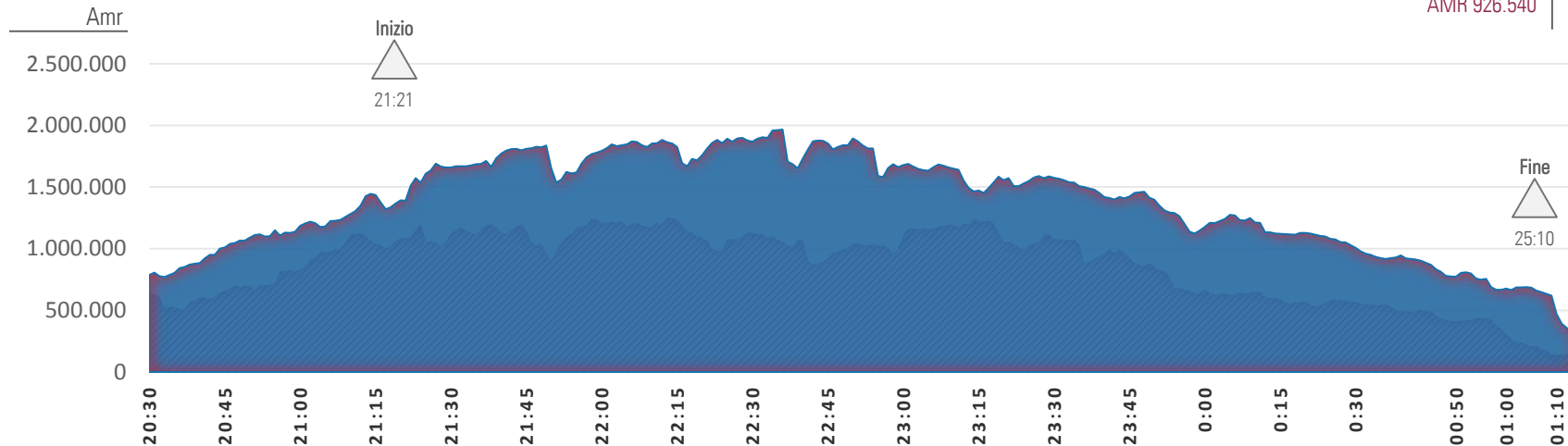
3° serata 2015 (21:21 – 25:10)

AMR 1.455.017

+57%

3° serata 2014 (20:53 – 25:10)

AMR 926.540



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

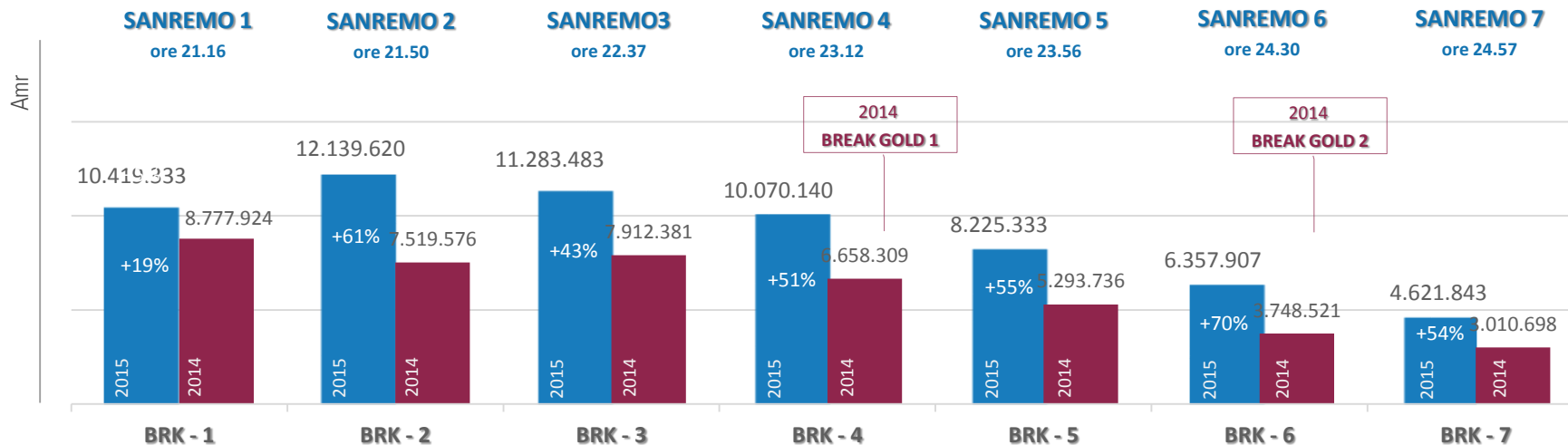
# Break Tabellare



Rai 1 12 febbraio 2015

Sempre positivi i 7 i break in scaletta. Ottima performance per il break 2 con una audience di oltre 12 mio (+61% vs 2014)

Nel 2014 il festival di Sanremo conteneva solo n.5 break pubblicitari Sanremo e n.2 Break Gold «max 120sec»



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