

# Sanremo 2015

Quarta e quinta serata (la finale)  
13 e 14 febbraio 2015



sanremo2015  
52° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA



# Highlights

Rai 1 13 e 14 febbraio 2015



Nelle ultime due serate, in onda di venerdì e di sabato sera, il Festival ha portato avanti il trend positivo delle puntate precedenti confermando il successo presso il pubblico tv della nuova conduzione di Carlo Conti e della formula editoriale proposta nel 2015. Nel complesso la 65esima edizione ha avuto la media di ascolti più alta degli ultimi dieci anni (dal 2006), 10 milioni 837 mila spettatori con il 48.6% di share. La crescita di ascolti rispetto al 2014 è stata del +24%. Un'edizione che si è distinta per il forte appeal sul pubblico giovane, attirato anche grazie all'attività social e alla possibilità di votare anche via web e app.

La quarta e penultima serata ha ottenuto in media 9 milioni 857 mila telespettatori con il 47.8% di share, +20% di ascolti rispetto alla quarta serata 2014. La prima parte, che ha incoronato Giovanni Caccamo vincitore delle Nuove Proposte, è stata seguita da 12 milioni 21 mila spettatori con il 46 di share%, la seconda parte da 6 milioni 253 mila con il 53.50%. Il picco di ascolti è stato registrato durante l'esibizione di Nesli alle 21.37 con 13 milioni 740 mila spettatori sintonizzati.



# Highlights



Rai 1 13 e 14 febbraio 2015

La serata finale, che ha proclamato vincitore il trio Il Volo, ha registrato una media di 11 milioni 843 mila spettatori pari al 54.2% di share con una crescita di ascolti del +27% rispetto al 2014 quando l'audience era stata di 9 milioni 347 mila spettatori pari al 43.5% di share.

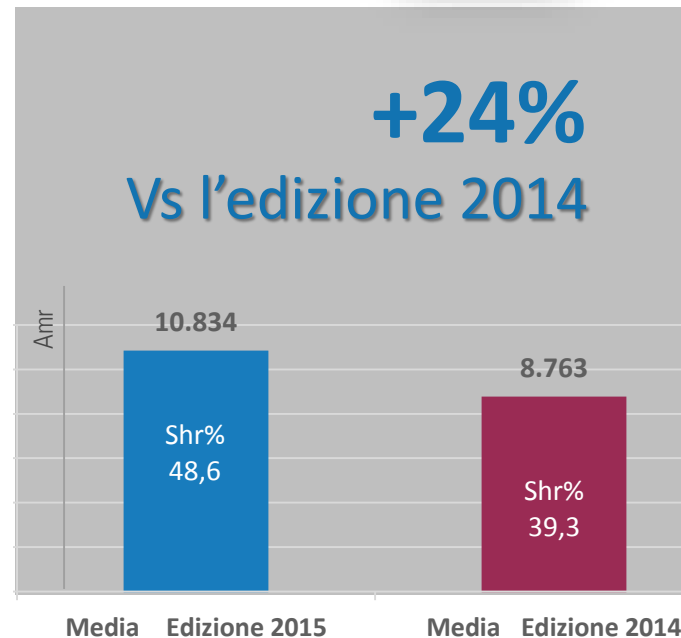
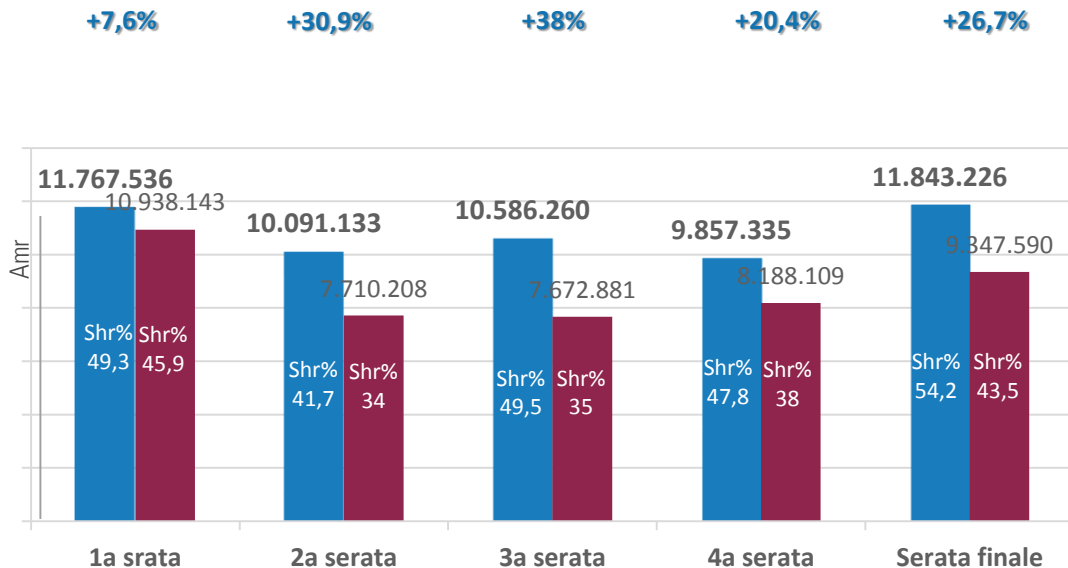
Sul target Adulti 15-34 la crescita di ascolti è stata del +32%. Positive le performance dei break.

La prima parte dell'ultima puntata è stata vista da 12 milioni 763 mila spettatori e 50.8% share; la seconda parte da oltre 10 milioni di spettatori e 65.5% di share.

Il picco di ascolti è stato registrato alle 22.38 con 14 milioni 815 mila telespettatori connessi per vedere il monologo di Giorgio Panariello.



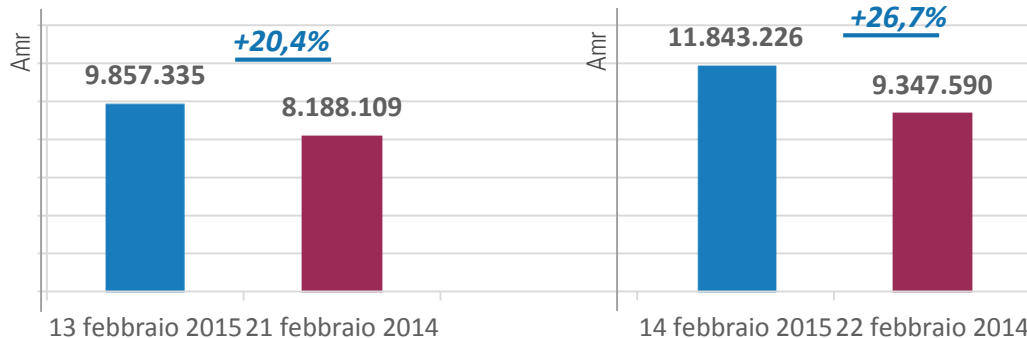
# Un'edizione da record



# Sanremo supera se stesso!

Il successo del Festival non si smentisce neanche nelle serate conclusive. Quasi 10 mio nella quarta serata, per poi raggiungere i **12 mio** nella finale del 14 febbraio, con una share del 54,2%.

Confronto Quarta serata 2015 vs. 2014



65° Festival della canzone italiana

La finale chiude con numeri da record!!!

AMR

**11.843.226**

SHR % **54,2**

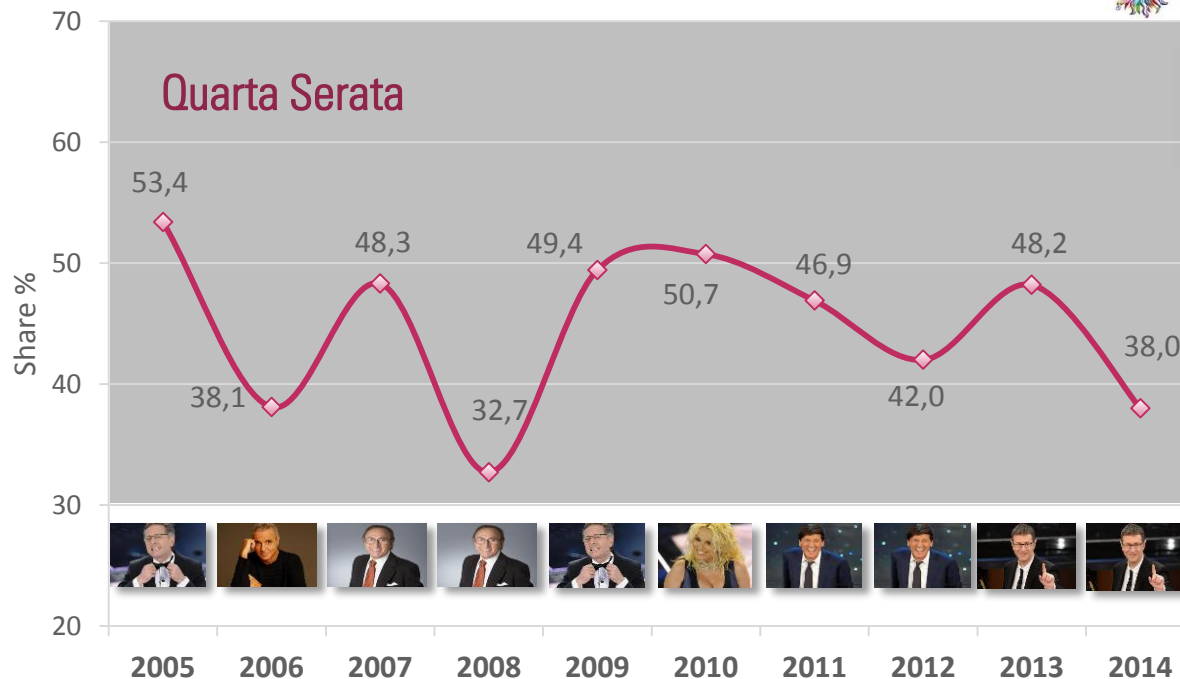
Una prima parte (21.10-23.51) con quasi **13 mio di ascoltatori**. Da record anche la seconda parte della kermesse con più di 10 mio di telespettatori ed una share del 65,5%.

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

# Share per anno



Quarta serata: 13 febbraio 2015



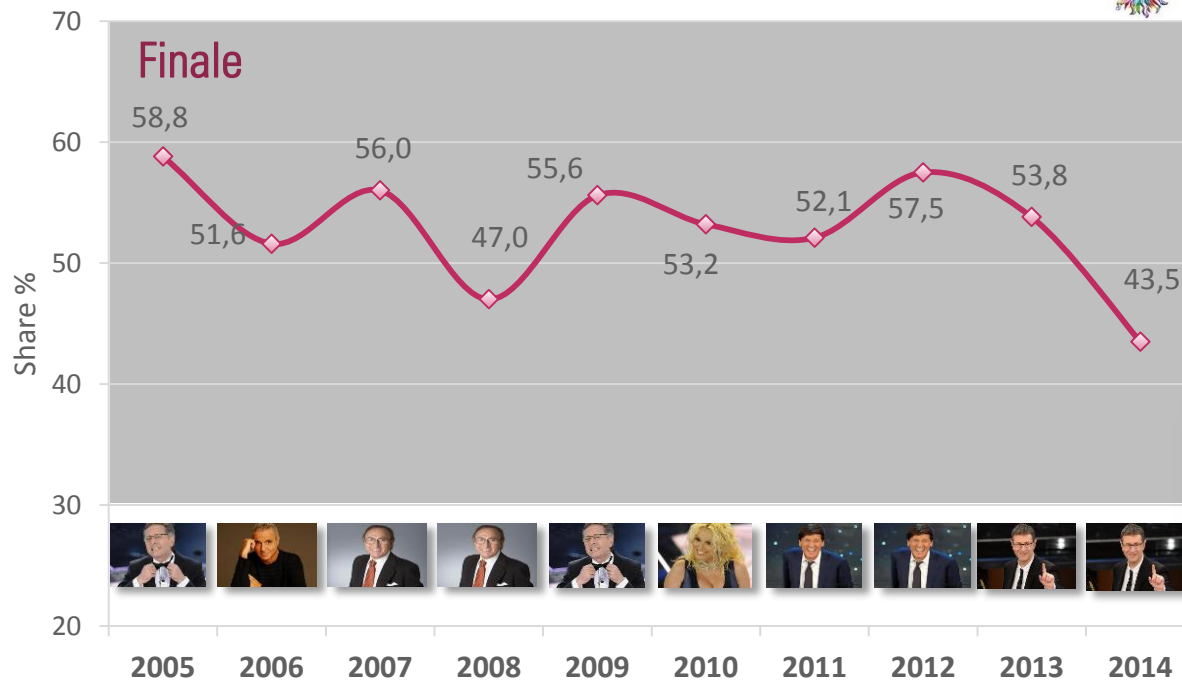
2015

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

# Share per anno



Finale: 14 febbraio 2015



54,2



sanremo2015  
65° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA

2015

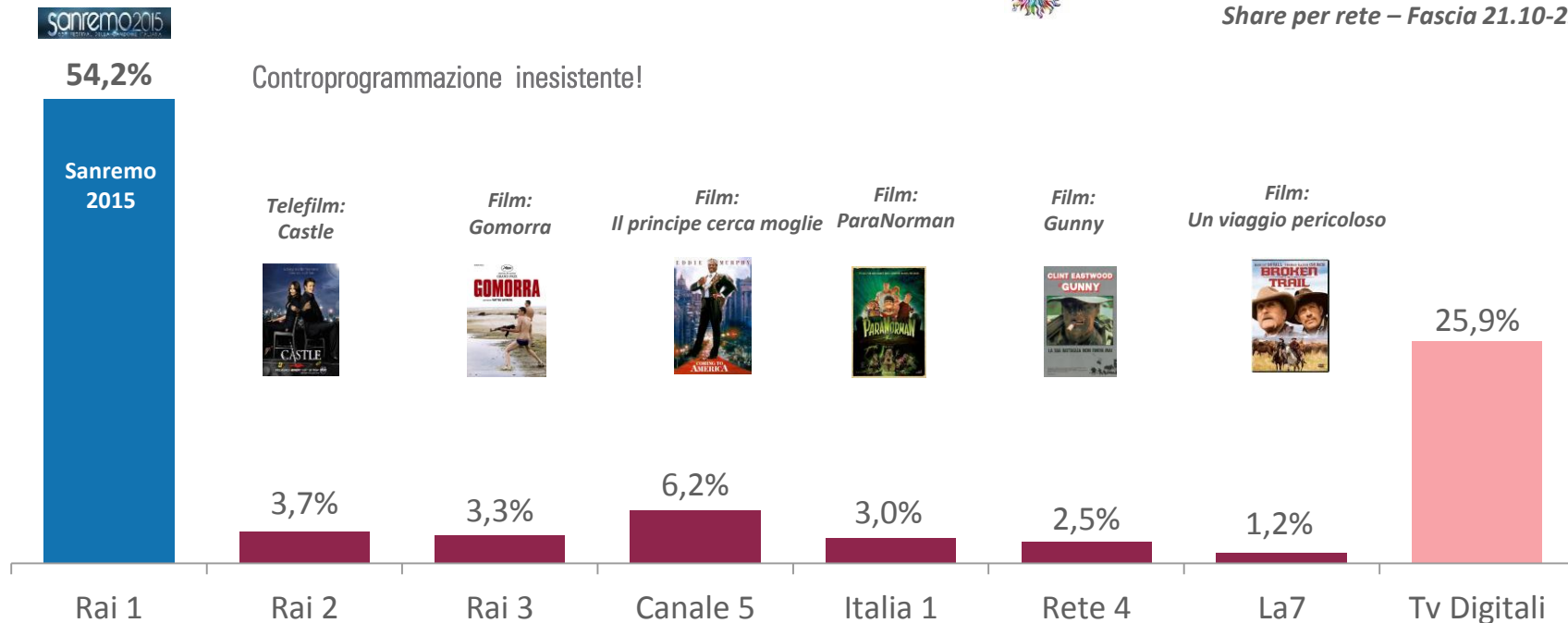
Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.

# La sfida del Prime Time



Rai 1 Finale: 14 febbraio 2015

Share per rete – Fascia 21.10-25.19



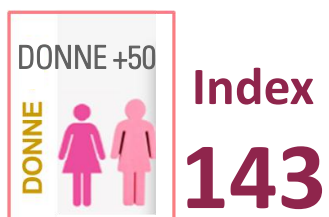
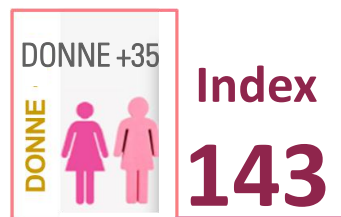
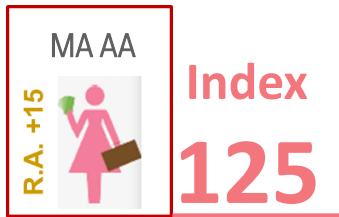
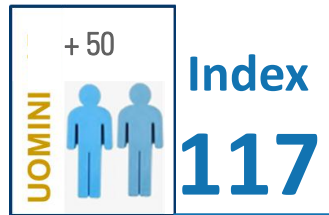
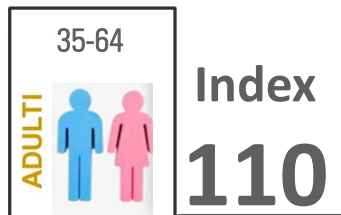
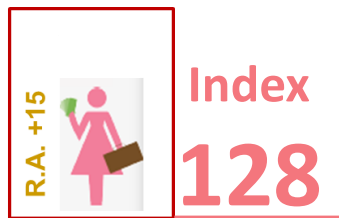
Fonte: elaborazione Vivaki su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti.



# Profilo d'ascolto (serata finale)

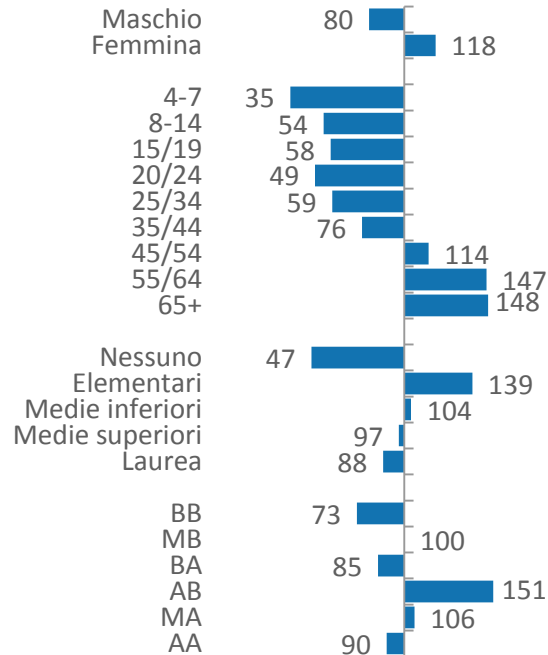
Un pubblico in linea con l'edizione del 2014.

Confermata la concentrazione sui target maturi e di classe socio-economica media / medio-bassa.



Rai 1 14 febbraio 2015

Profilo  
base individui



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

# Curva d'ascolto

Totale Individui



Rai 1 Finale: 14 febbraio 2015

## Serata Finale

Picco d'ascolto registrato alle ore 22.38 con 14.815.902 telespettatori e una share del 56,6%

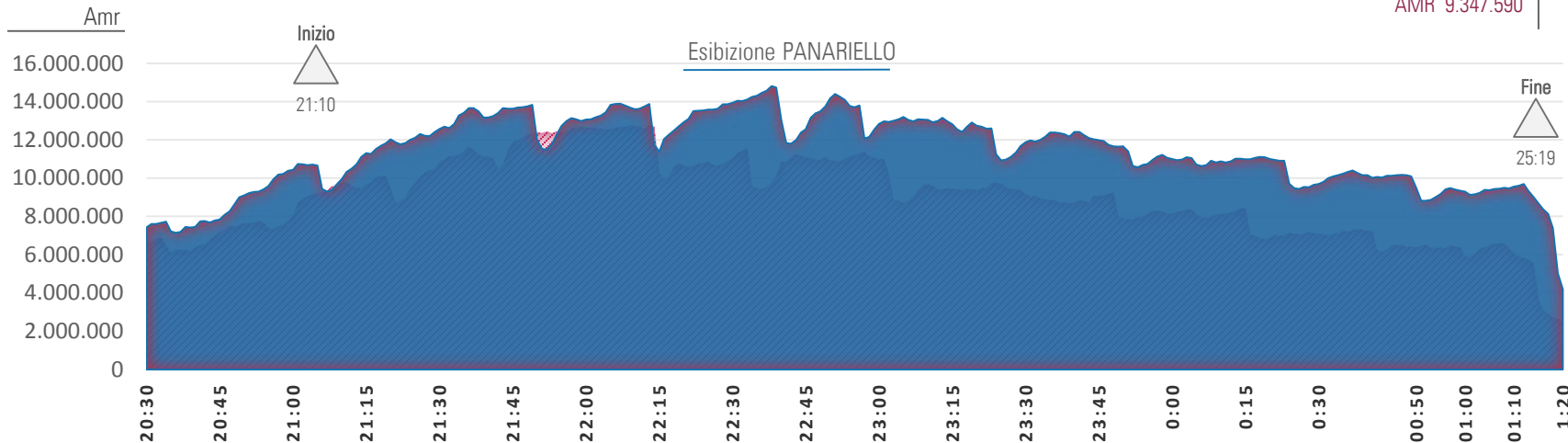
Finale 2015 (21:10 – 25:19)

AMR 11.843.226

+26,7%

Finale 2014 (20:58 – 25:06)

AMR 9.347.590



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

# Curva d'ascolto

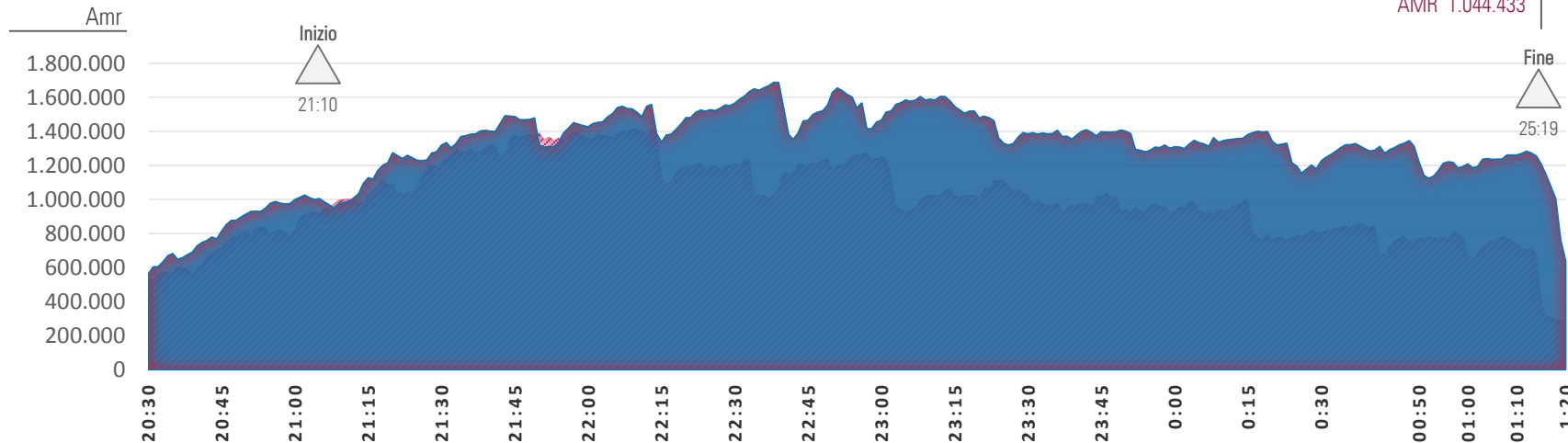
Adulti 15-34 anni



Rai 1 14 febbraio 2015

Ottime performance anche sul target giovane, che cresce verso l'edizione del 2014 (+32%).  
Picco registrato alle ore 22.38 con 1.688.007 telespettatori e una share del 52,1%

Finale 2015 (21:10 – 25:19)  
AMR 1.379.245 **+32%**  
Finale 2014 (20:58 – 25:06)  
AMR 1.044.433



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

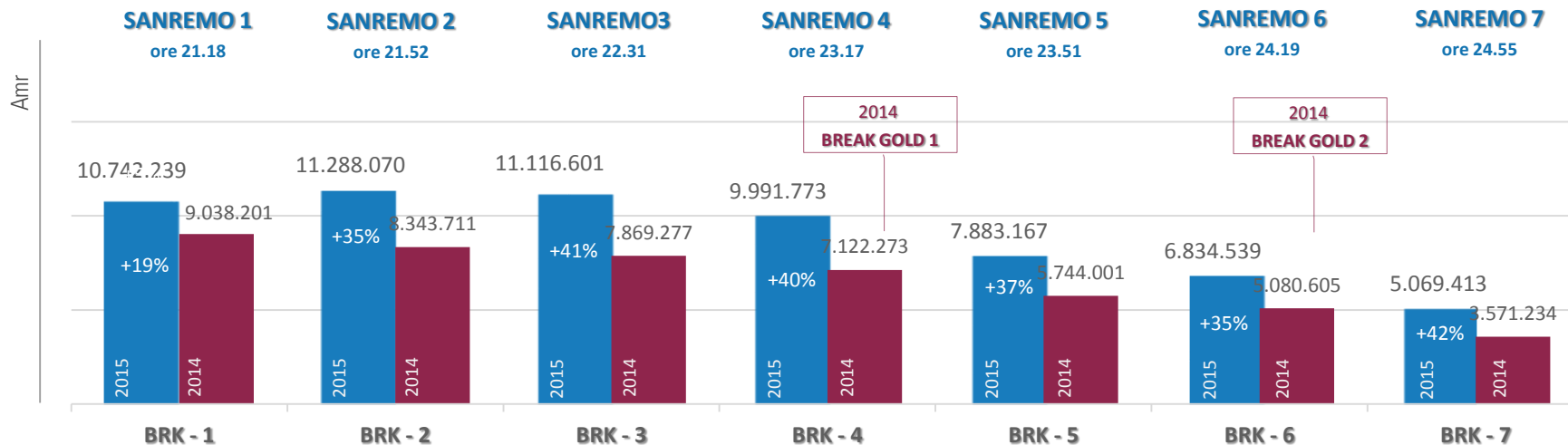
# Break Tabellare



Rai 1 13 febbraio 2015

Sempre positivi i 7 i break in scaletta. Ottima performance per i break 2 e 3 con una audience di oltre 11 mio.

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.

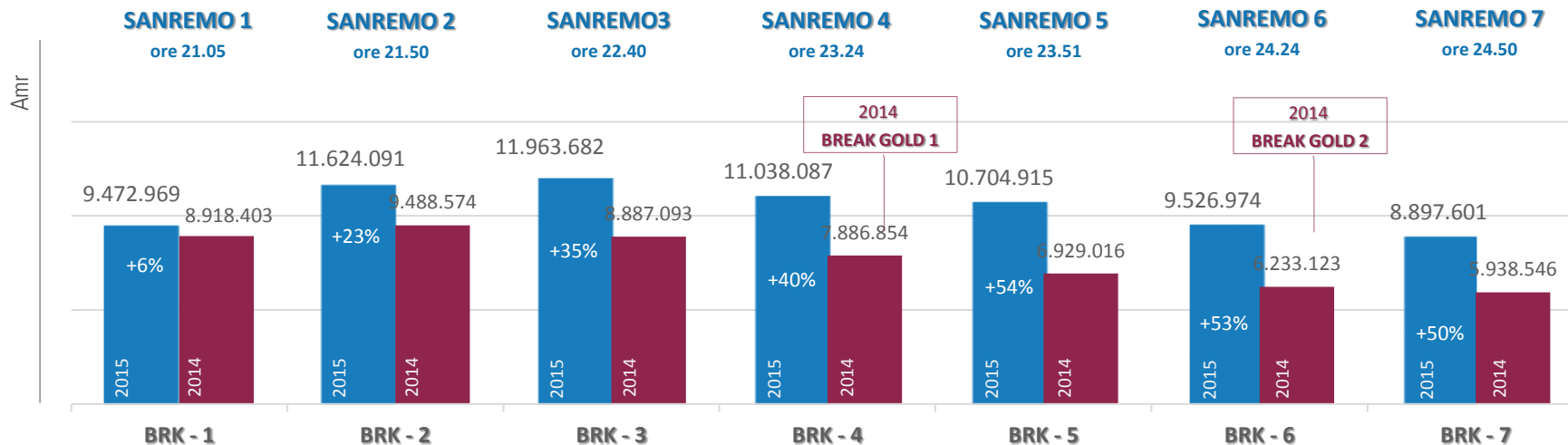
# Break Tabellare (la finale)



Rai 1 14 febbraio 2015

Ottima performance di tutti i break. Sanremo 3, sfiora addirittura i 12 mio.

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.