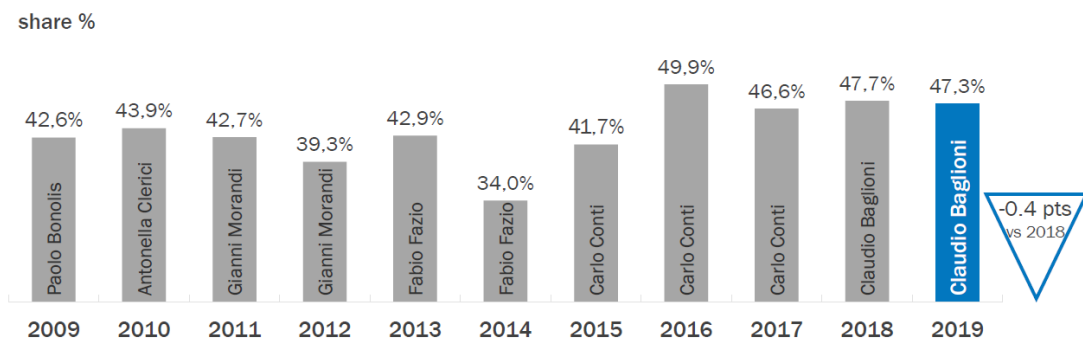




Publicis Media Italy – Analisi seconda serata Festival di Sanremo

Milano, 7 febbraio 2019 – Mercoledì 6 febbraio dal Teatro Ariston è andata in onda la seconda serata dalla 69ma edizione del Festival. Una conduzione più sciolta, dodici dei ventiquattro artisti in gara e tanti ospiti con sketch divertenti hanno conquistato 9.1Mio di telespettatori pari al 47,3% di share. La seconda serata, in linea con le aspettative, subisce una flessione fisiologica rispetto all'esordio ma è vicina a quanto ottenuto dallo stesso Baglioni nella sua prima conduzione, oltre 9.7Mio di spettatori con il 47.7% di share. Nel confronto anno su anno la lieve perdita di 0.4 punti di share è la perfetta sintesi tra un calo di ascolti del -6% e quello, quasi analogo, del bacino televisivo (-5%). Rispetto ai dati di share delle seconde serate dei suoi colleghi, Baglioni conquista il terzo miglior risultato del decennio superato solo da Conti-bis e dallo stesso Baglioni un anno fa.

SHARE SECONDE SERATE A CONFRONTO



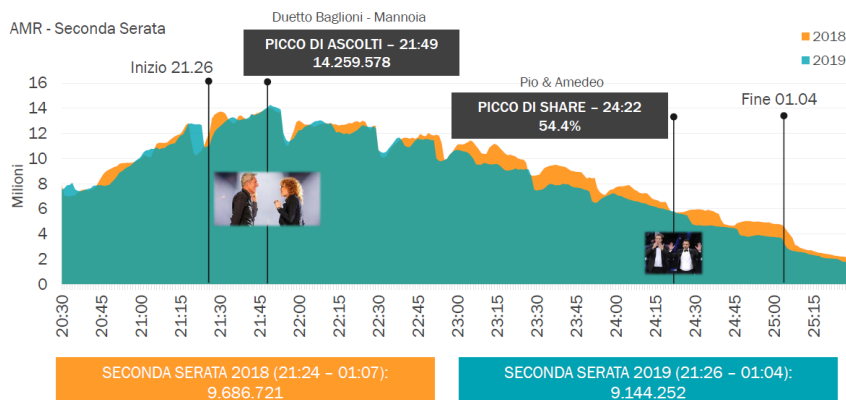
Fonte: elaborazione Publicis Media su dati Auditel; Individui e Ospiti, Trend Share% prime serate del Festival
© 2019. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

La prima parte della seconda serata (dalle 21.26 alle 23.50) è stata seguita da 10.9Mio di telespettatori con il 46.4% di share, dato quasi sovrapponibile a quello del 2018 (11.4Mio e 46.6%). 5.3Mio di appassionati ed il 52% di share sono invece i numeri di ascolto della seconda parte della puntata, molto simili all'edizione precedente (5.8Mio e 52.8%).

La serata ha regalato grandi momenti al pubblico in sala e ai telespettatori a casa grazie alla presenza di importati cantautori, ospiti e ritorni tanto attesi. La puntata si apre infatti con il primo ospite,

Fiorella Mannoia, che alle 21.49 duettando con Claudio Baglioni ha registrato il picco più alto di ascolti con oltre 14.2Mio di telespettatori ammaliati dalle note di *Quello che le donne non dicono*.

SANREMO 2019 - CURVA D'ASCOLTO SECONDA SERATA



Fonte: elaborazione Publicis Media su dati Auditel: Individui e Ospiti, AMR © 2019. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

A seguire, forti emozioni con l'ovazione in platea per la presenza di Pippo Baudo; lo storico conduttore ha cavalcato il palco dell'Ariston come ospite sottolineando il suo forte legame con il Festival. Una divertente gag interpretata da Claudio Bisio accoglie al Teatro Ariston Michelle Hunziker che nella sua performance con il comico, con il quale ha condotto diverse edizioni di Zelig, ha appassionato e rallegrato il pubblico del Festival. A metà della prima parte della serata nuova standing ovation in sala. Questa volta ad animare il Teatro Ariston è il vincitore della 63esima edizione del Festival: Marco Mengoni. Il cantante ha subito conquistato gli spettatori duettando prima con Tom Walker, sulle note di *Hola (I Say)* la sua ultima hit, poi con Claudio Baglioni omaggiando Lucio Battisti e la sua *Emozioni*. La performance del cantautore, comprensiva di un break pubblicitario, ha sfiorato gli 11Mio di telespettatori e il 46.8% di share. Il finale della prima parte regala alla voce di Loredana Bertè un minuto di applausi e la prima standing ovation del Teatro Ariston per un concorrente in gara. Nella seconda parte della serata poco dopo la mezzanotte, grazie alla comicità graffiante del duo Pio e Amedeo, si è registrato il picco di share (54.4%).

Il profilo dei telespettatori è molto simile a quello emerso per la prima serata e si mantiene sempre leggermente più maschile rispetto al 2018. I dati mostrano un calo di 5 punti di share sulle donne 25-54, persi nel confronto sia con la seconda serata del 2018 che nel debutto 2019.

Analizzando i dati social¹ della seconda serata del Festival si registra una crescita degli account ufficiali della kermesse, in particolare Instagram che mostra un significativo aumento (+18.000 fan) della fanbase tra la vigilia e la seconda serata. A seguire il profilo Facebook ha conquistato 11mila fan, poco più della metà rispetto al 2018, mentre oltre 1.400 sono i nuovi follower di Twitter. Rispetto all'edizione precedente l'analisi ha mostrato un generale calo delle performance in termini di interazioni, soprattutto Facebook e Twitter.

Un contenuto di grande successo è comune a tutti e tre gli account ufficiali: la performance di Marco Mengoni. Sui social i post a lui dedicati, pubblicati dai canali Rai, hanno generato oltre 32mila

¹ Fonte: elaborazione Publicis Media Italy su dati SocialTools © 2019. Elaborazione Publicis Media su dati Crimson Hexagon. All rights reserved. Publicis Media Italy. Proprietary and Confidential

interazioni trasformando il cantante nel vero e proprio mattatore social della serata. A dimostrazione del successo di Mengoni l'analisi ha rilevato su Twitter, nelle prime ore successive alla performance, oltre 17mila contenuti legati all'Hashtag #MengoniSanremo2019, con cui gli utenti hanno espresso il loro apprezzamento per il cantante, le sue capacità e anche la sua bellezza.

Festival di Sanremo
16 h · 🌐
"...ta, che da sempre sei per me l'essenziale"
Marco Mengoni a #Sanremo2019



Publicis Media, insieme a Publicis Communications, Publicis.Sapient e Publicis Healthcare è uno dei quattro solution hub di Publicis Groupe. Guidata a livello globale da Steve King (CEO di Publicis Media), comprende i Global Network Starcom, Zenith, Blue 449, Spark Foundry e Performics, supportati dalle Global Practice digital-first e data-driven. Publicis Media si pone l'obiettivo di generare valore per i propri clienti, guidandone la digital transformation per la crescita del business nell'attuale contesto competitivo. Il Gruppo è presente in più di 100 paesi e conta oltre 23.500 specialisti a livello globale; in Italia è guidata dal CEO Luca Montani e conta oltre 450 talenti tra Milano, Roma, Torino e Bologna.