PUBLICIS MEDIA

PM RESEARCH

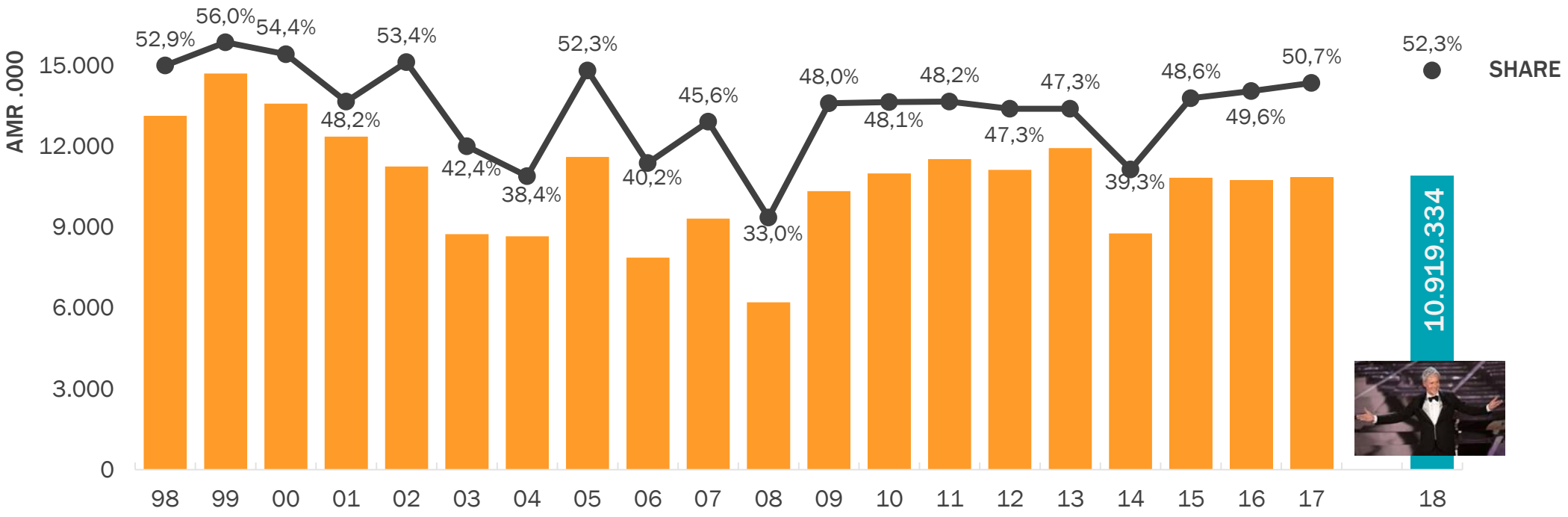
68° Festival di Sanremo

SANREMO 2018 Highlights TV

- Claudio Baglioni ha chiuso il suo primo Festival con ascolti record: 10.9Mio di spettatori ed un impressionante 52.3% di share, miglior risultato dal 2005 che ha rappresentato una crescita rispetto al 2017 di 1.6 punti di share.
- Soltanto la seconda serata, senza nuove canzoni in gara da presentare, ha ottenuto un risultato di audience inferiore al 2017 ed è l'unica ad essere scesa sotto i 10 milioni. Nel complesso gli ascolti della 68° edizione sono scresciuti dell'1% rispetto alla precedente. In termini di spettatori medi è il miglior risultato dal 2013.
- Quattro serate su cinque hanno superato il 51% di share. Ha fatto eccezione la seconda con un comunque positivo 47.7%. La finale ha avuto un picco del 58.3% di share, soltanto 0.1 punti al di sotto di quella del 2017.
- Il profilo non si è discostato molto da quello dell'ultimo Festival targato Conti. Un lieve calo di affinità tra i cluster più giovani (20-44 anni) è stato bilanciato da una crescita complessiva di 2.6 punti di share sugli adulti 25-54 anni. L'elevato profilo socio-economico del Festival è un'ulteriore testimonianza di come Baglioni abbia vinto la sua «lotta contro la mediocrità»
- Gli ascolti dei break hanno riflesso l'andamento positivo del Festival: cinque su otto sono cresciuti, due sono rimasti stabili ed uno ha perso solamente l'1%. Nello specifico la performance dell'anteprima *Sanremo Start* (+13% vs 2017) ha fatto da boost per il Sanremo 1 (+10%); la seconda parte sempre in crescita ha portato in alto gli ultimi tre break rispettivamente del +8%, +10%% e +8%.

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

GLI ULTIMI 20 ANNI DEL FESTIVAL DI SANREMO



Grande risultato per il Festival di Baglioni: la chiusura al 52.3% di share rappresenta la miglior performance dal 2005

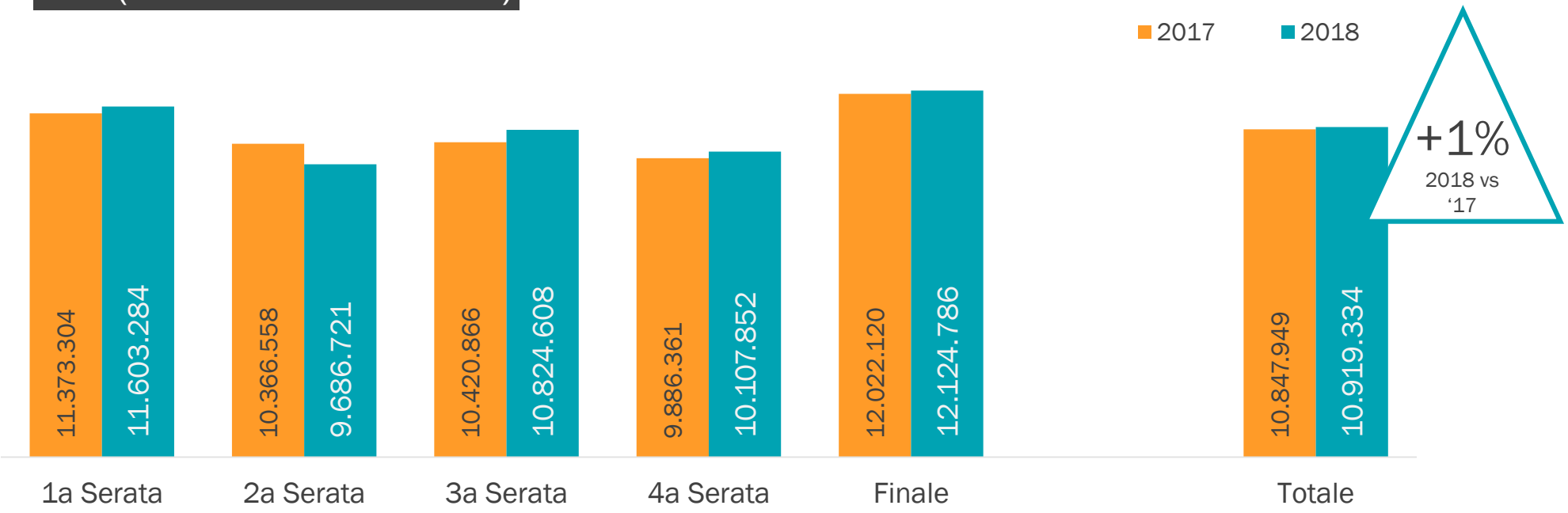
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui con ospiti – Ascolto Live+Vosdal (.000)

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2018 – TREND AMR

AMR (AVERAGE MINUTE RATING)



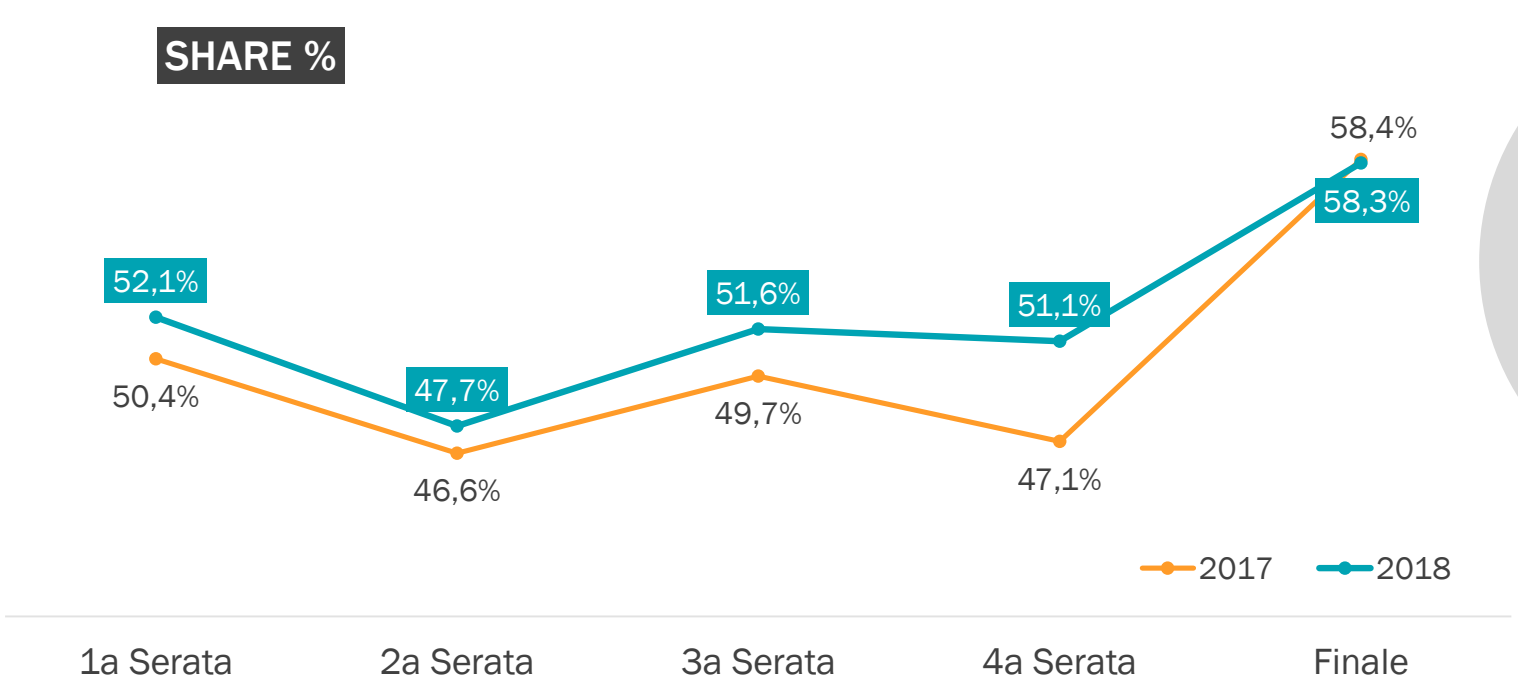
Ascolti molto simili fra le ultime due edizioni, con quella del 2018 che ha chiuso con un'audience maggiore dll'1% rispetto alla precedente

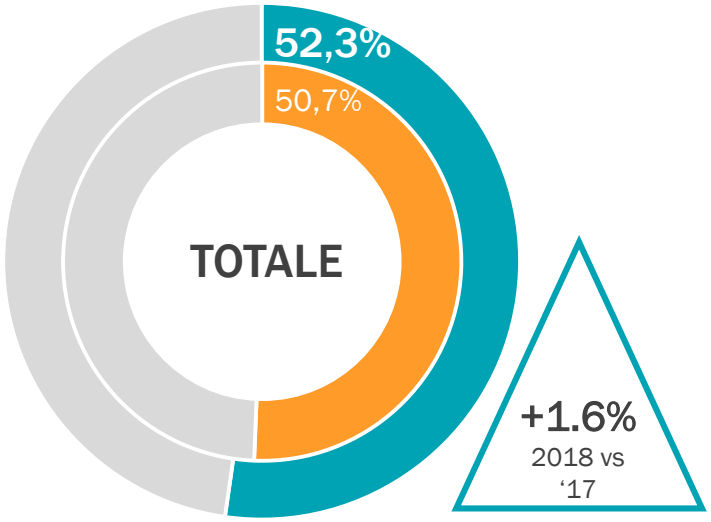
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui con ospiti – Ascolto Live+Vosdal (.000)

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2018 - TREND SHARE





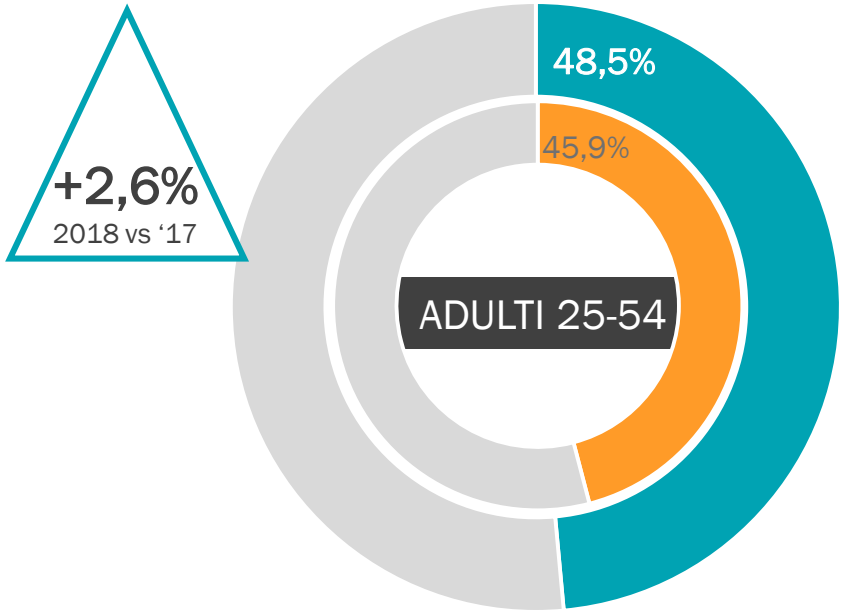
La 68esima edizioni si è conclusa con una media di share di 1.6 punti superiore alla precedente. Soltanto la serata conclusiva ha ottenuto una performance leggermente inferiore non confronto con quelle del 2017

PUBLICIS MEDIA

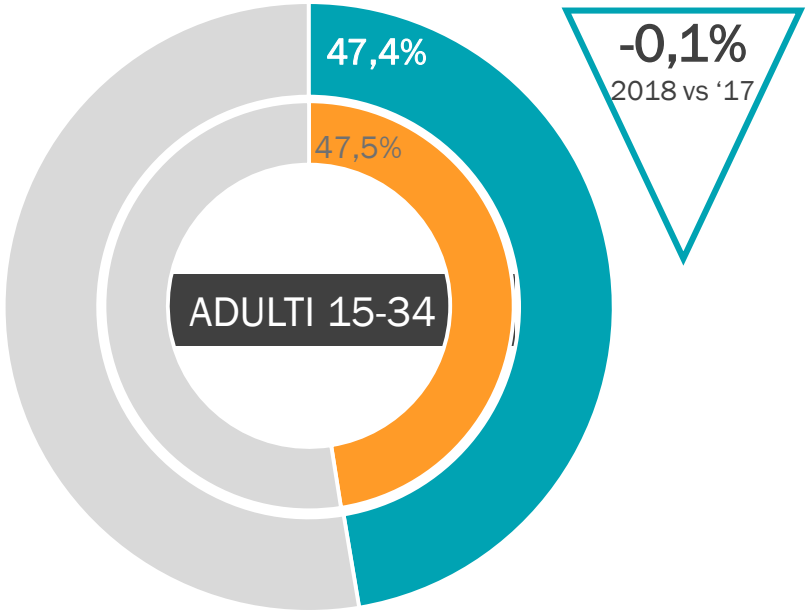
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui con ospiti – Share Live+Vosdal

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2018 – SHARE



Ottimo risultato sui cluster demografici centrali: +2.6 punti di share vs 2017



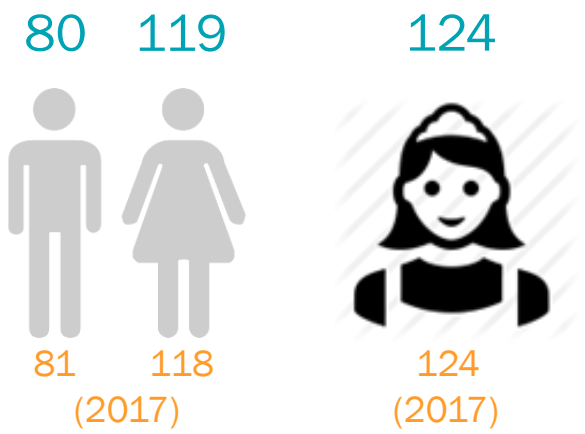
Nonostante meno cantanti attraenti per un pubblico più giovane, lo share sui 15-34 è rimasto costante

PUBLICIS MEDIA

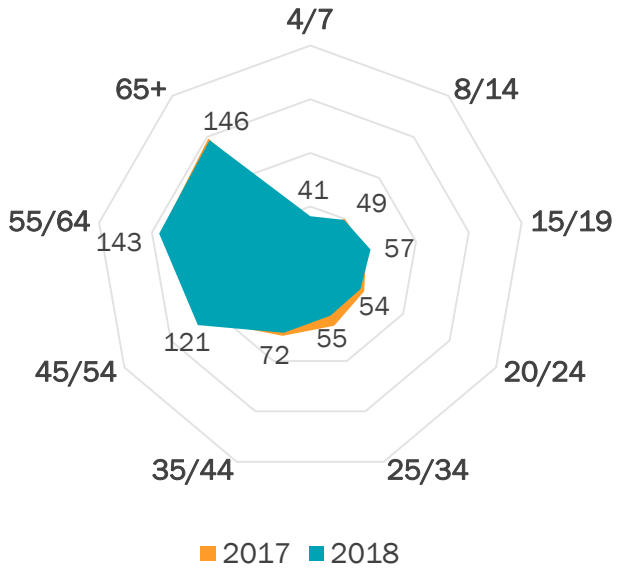
Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Adu 25-54 e Adu 15-34 – Share Live+Vosdal

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

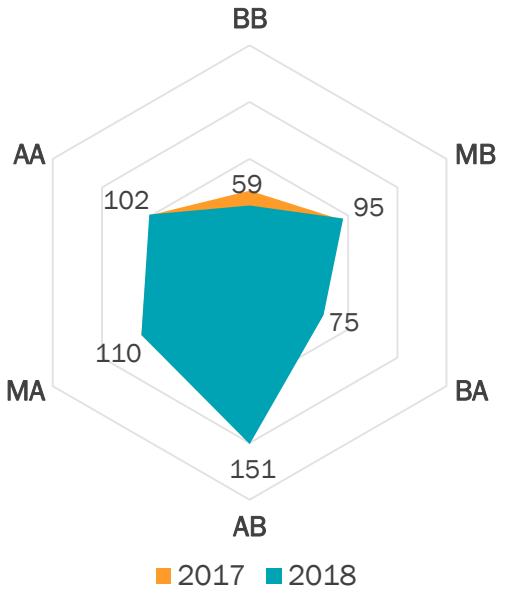
SANREMO 2018 - PROFILO



La composizione di genere è rimasta sostanzialmente invariata rispetto al 2017



Lieve perdita di affinità tra I cluster demografici più giovani



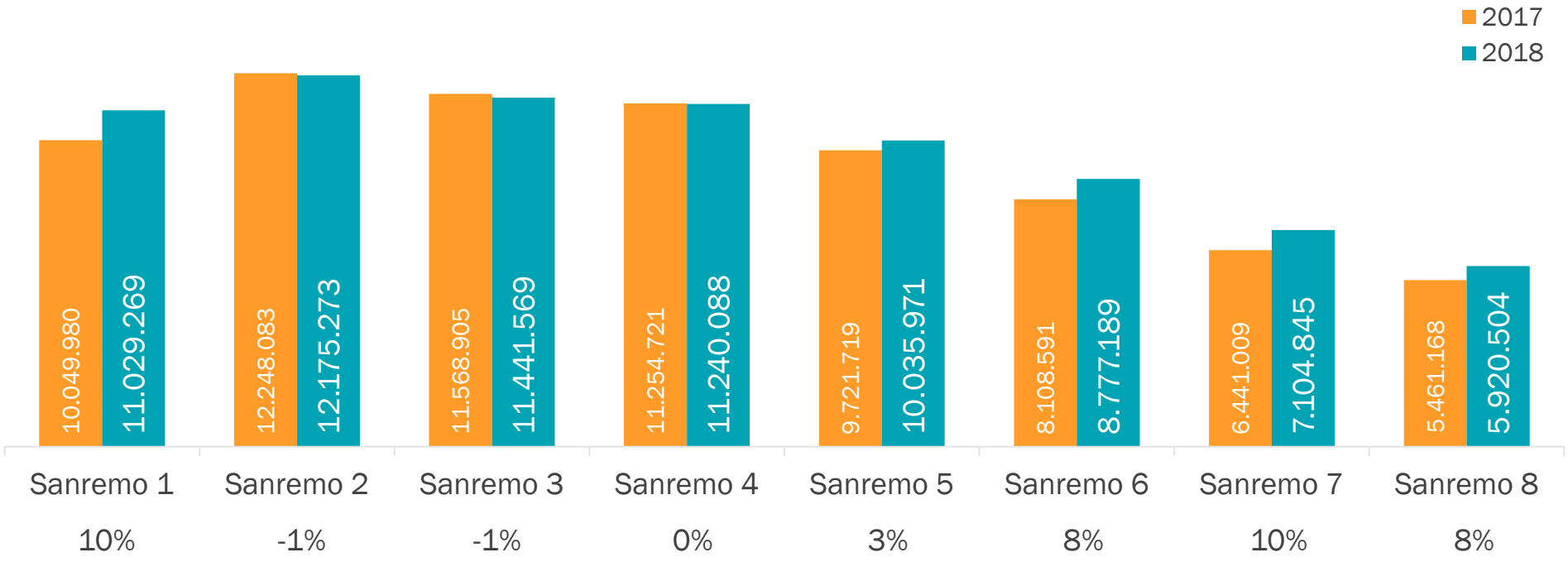
Forte appeal tra le classi più elevate

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui con ospiti – Affinità

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

SANREMO 2018 - BREAK



Sanremo 1 ha ottenuto la performance migliore (+10%) grazie all'anteprima *Sanremo Start* che è cresciuta del 13%. Gli ultimi tre break hanno guadagnato, rispettivamente, il +8%, +10% e +8%.

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazioni Publicis Media su dati Auditel; Individui con ospiti – Ascolto Live+Vosdal

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

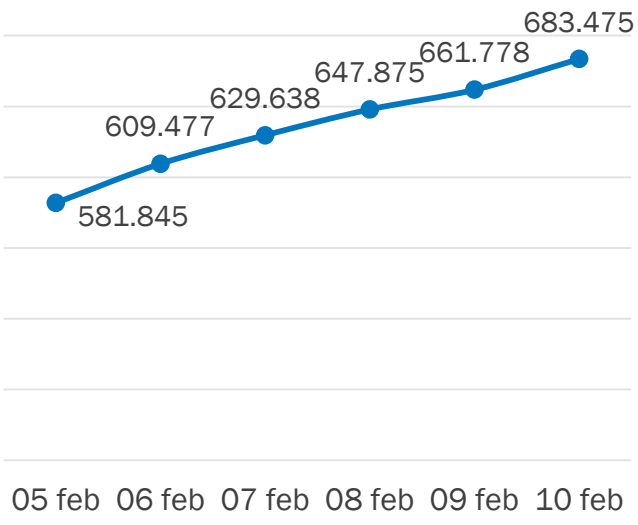
SANREMO SOCIAL highlights

- Sanremo registra il picco più alto di interazioni in occasione della serata di chiusura, dato superiore ai numeri verificatisi nell'edizione del 2017. La pagina Facebook ha raccolto nel corso dell'edizione circa 100mila nuovi fan, dato in costante progressione nel corso delle serate.
- Il fenomeno in netta ascesa nel corso dell'ultima serata è stato quello delle condivisioni, di particolare successo il post con un contenuto video relativo al toccante monologo di Pierfrancesco Favino.
- Anche su Twitter il Festival chiude con numeri record, anche in comparazione con l'anno precedente: il numero di interazioni dell'ultima serata è stato di molto superiore sia rispetto alle altre quattro che rispetto al 2017. È sempre il monologo di Favino ad avere il risultato più alto in termini di retweet.

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

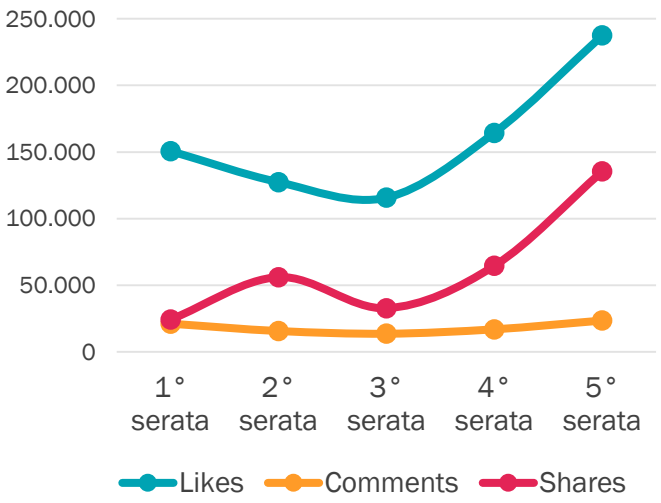
SANREMO SU FACEBOOK

TREND FANS



KEYWORDS CLOUD

TREND INTERAZIONI



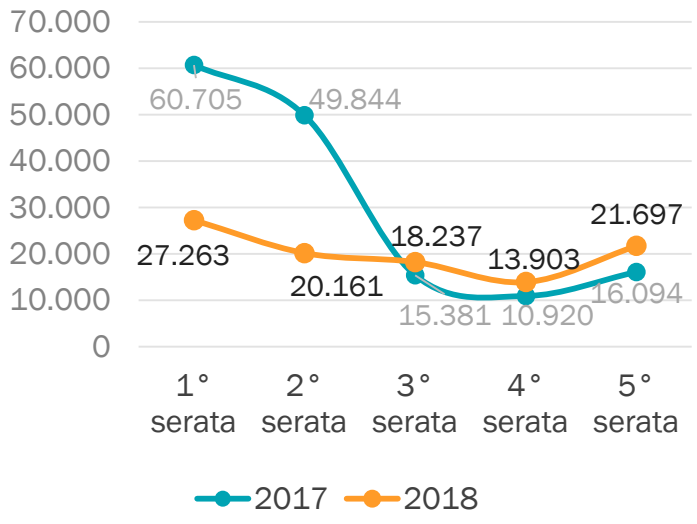
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazione Publicis Media su dati SocialTools

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

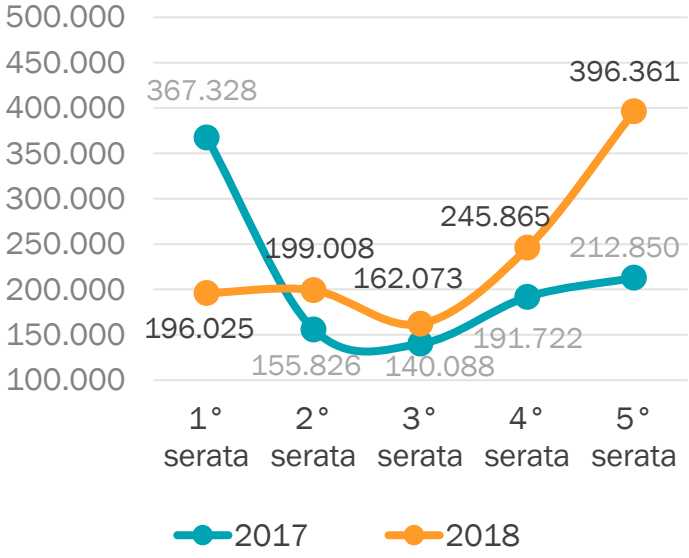
SANREMO SU FACEBOOK: 2018 vs.2017

TREND NEW FANS



BEST POST

TREND INTERAZIONI*



*likes+comments+share

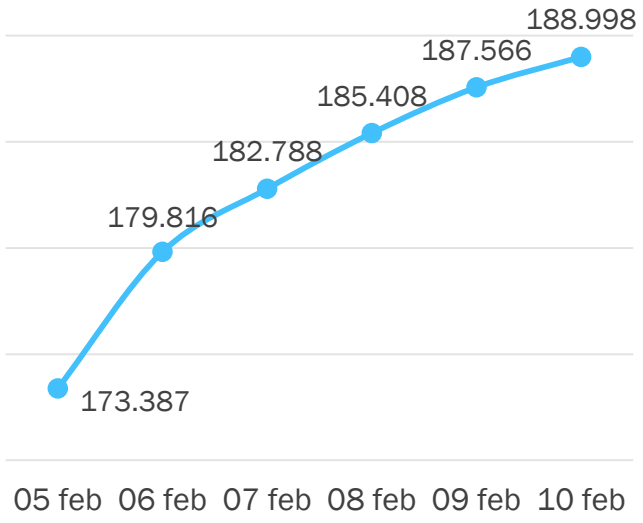
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazione Publicis Media su dati SocialTools

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

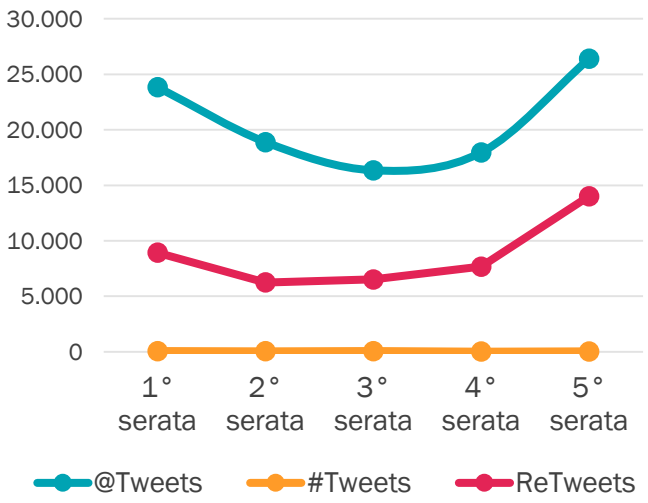
SANREMO SU TWITTER

TREND FOLLOWERS



KEYWORDS CLOUD

TREND INTERAZIONI



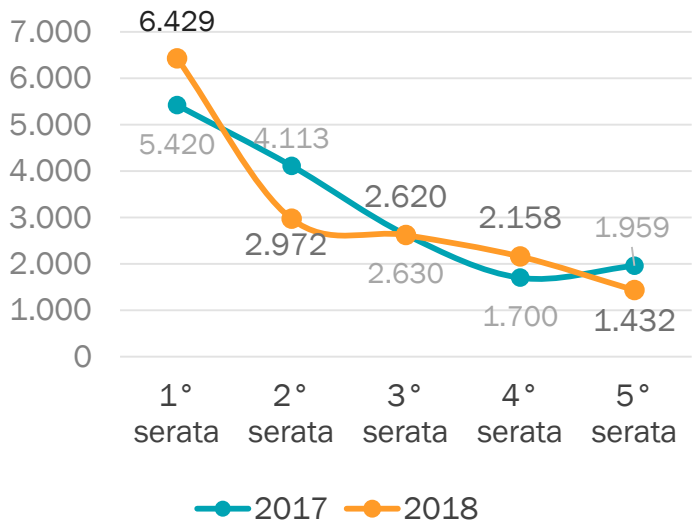
PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazione Publicis Media su dati SocialTools

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.

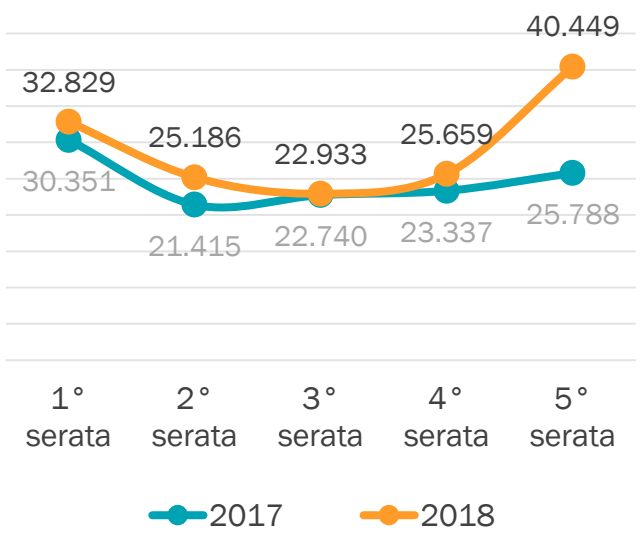
SANREMO SU TWITTER: 2018 vs.2017

TREND NEW FANS



BEST TWEET

TREND INTERAZIONI*



*@Tweets+#Tweets+ReTweets

PUBLICIS MEDIA

Fonte: elaborazione Publicis Media su dati SocialTools

© 2018. All rights reserved. Publicis Media. Proprietary and Confidential.