



PM RESEARCH

SANREMO 2018

Analisi Terza Serata

08|02|2018

68° edizione del Festival della canzone italiana

06-10 febbraio 2018

Claudio Baglioni

Direttore
artistico e
conduttore,
insieme a
Michelle
Hunziker e
Pierfrancesco
Favino

i brani in gara

20 campioni e 8
nuove proposte

la classifica sarà
determinata dal pubblico
(televoto), dalla giuria
della sala stampa e dalla
giuria degli esperti

copertura mediatica

Rai 1 in tutta Europa
Rai Italia negli altri continenti
Rai Premium in replica



Radio 2 è la radio ufficiale del
Festival



RaiPlay, per la diretta live e
on-demand

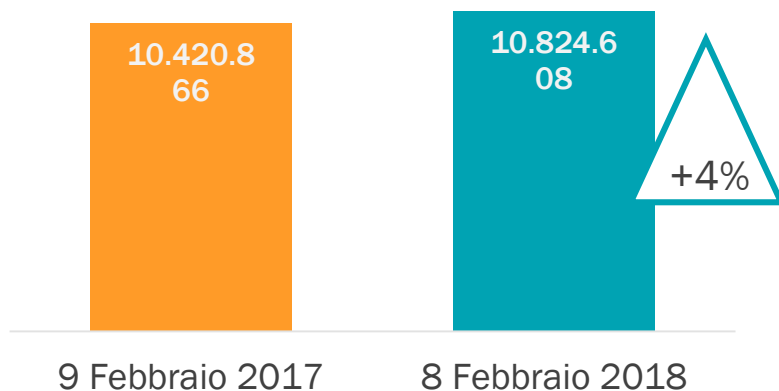


SANREMO IN TV highlights terza serata

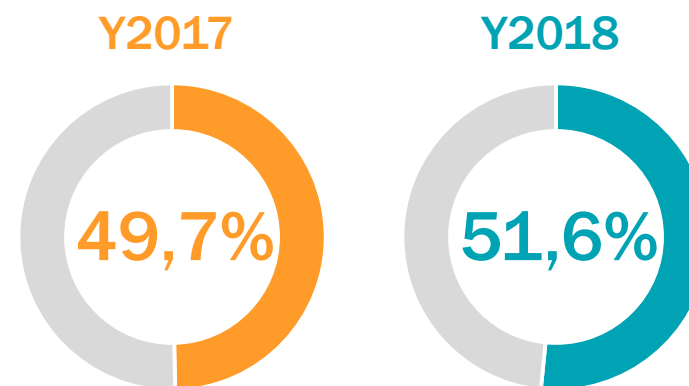
- Terza serata e terzo successo per il Festival targato Baglioni: 51.6% di share, 1.9 punti in più rispetto al 2017 con un bacino televisivo che è rimasto perfettamente allineato. Nella storia recente della kermesse solo l'altro «capitano coraggioso» Gianni Morandi aveva superato il 50% nel terzo appuntamento.
- Con 10.8Mio di spettatori nell'arco della serata si è registrata una crescita del 4% nel confronto con lo scorso anno. Le 15.8Mio di persone che alle 21.52 hanno ricevuto la sorpresa di vedere Virginia Raffaele nuovamente sul palco dell'Ariston hanno rappresentato il picco di audience.
- L'anteprima «Sanremo Start» con l'esibizione delle restanti nuove proposte ha portato in dote l'8% di ascolti in più rispetto al 2017, lanciando il primo break verso un ottimo +10%. Se da un lato i restanti break della prima parte sono rimasti abbastanza in linea col passato, gli ultimi sono cresciuti notevolmente con i picchi del Sanremo 7 (+17%) e del Sanremo 8 (+15%).

SANREMO 2018 - SPETTATORI TERZA SERATA

AMR (audience minuto medio)

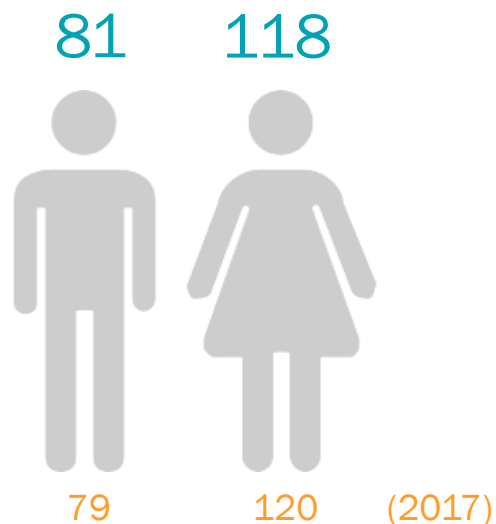


Share %

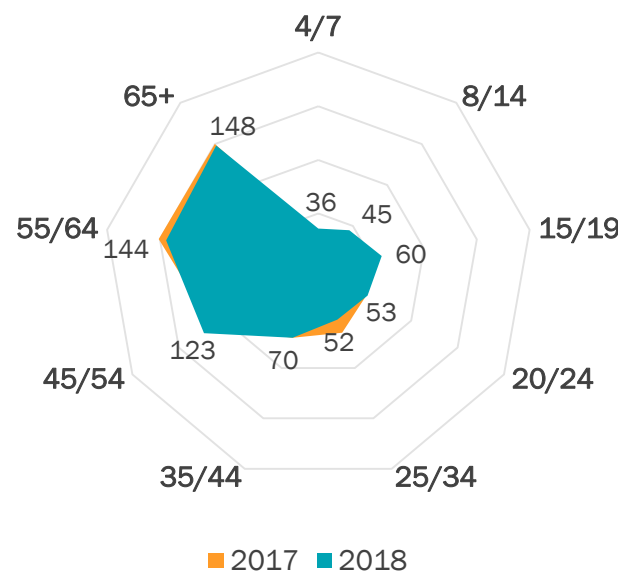


Audience in crescita del 4% che, grazie ad una platea televisiva stabile rispetto al 2017, si traducono in 1.9 punti di share in più

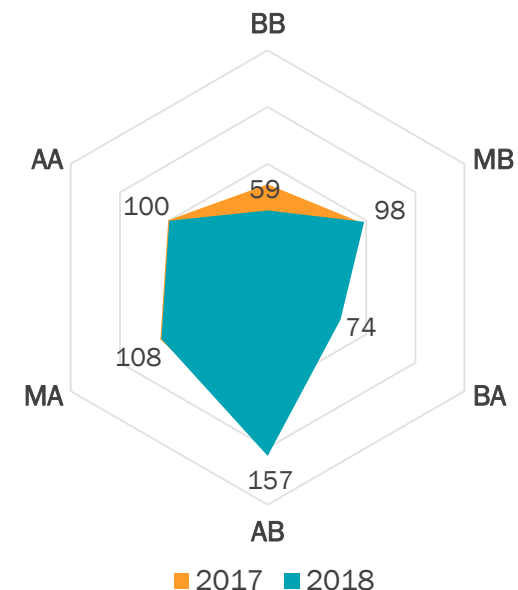
SANREMO 2018 - PROFILO TERZA SERATA



Quasi invariata la
composizione di genere

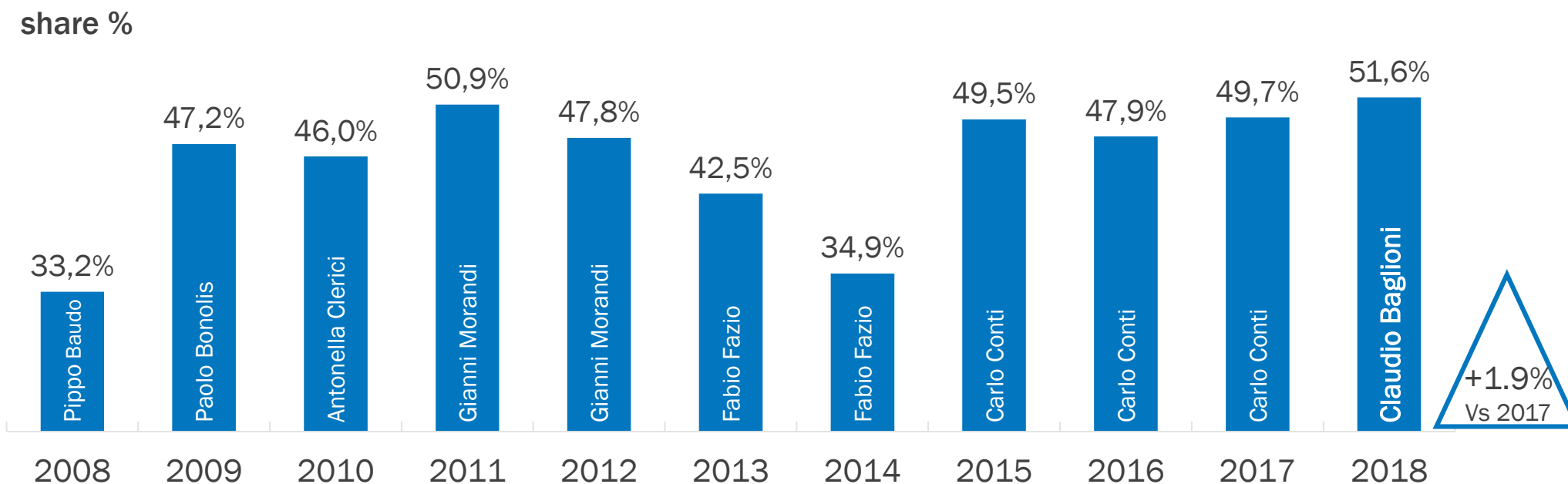


Lieve calo di affinità
soprattutto tra i 25-34



Festival apprezzato dalle
classi più pregiate

SHARE TERZE SERATE A CONFRONTO



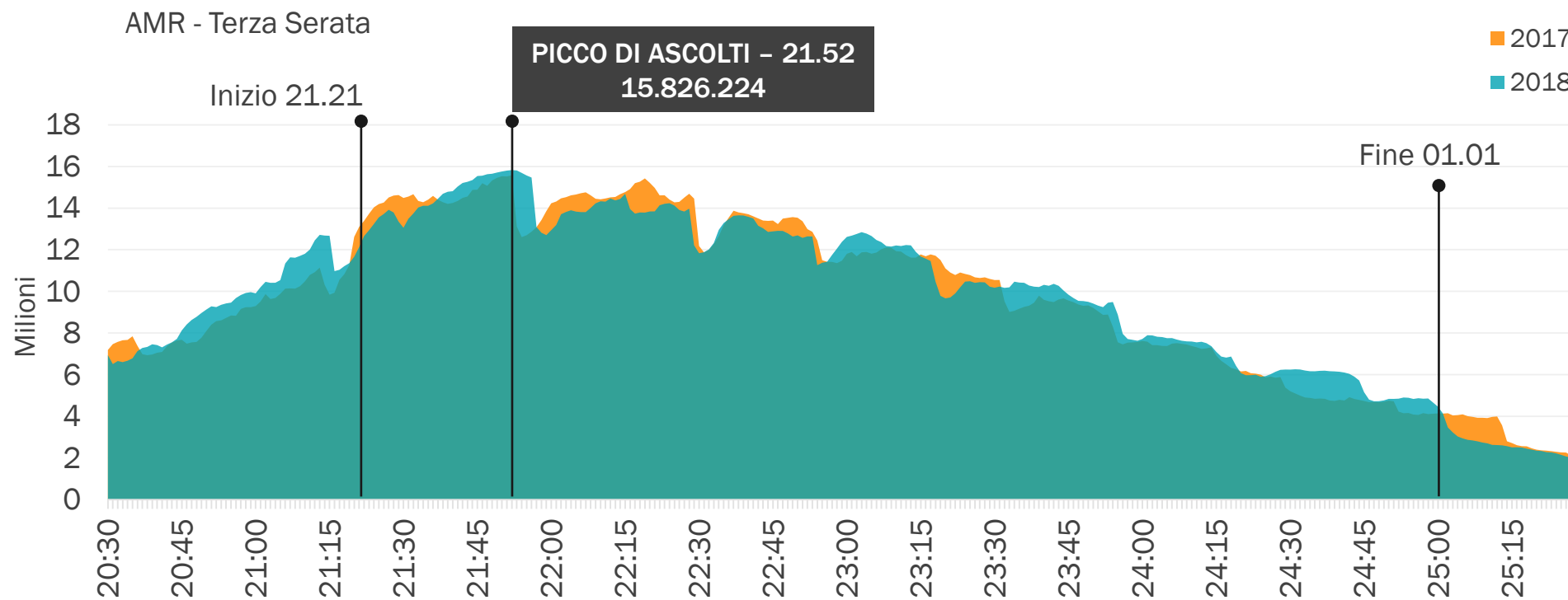
Seconda serata su tre che ha superato ampiamente il 50% di share. L'ultimo a riuscirci fu l'altro «capitano coraggioso» Morandi nel 2011

SANREMO 2018 - LA SFIDA DEL PRIME TIME



Molto cinema sulle reti generaliste che accentua «i soliti sospetti»: durante Sanremo la controprogrammazione è inesistente

SANREMO 2018 - CURVA D'ASCOLTO TERZA SERATA

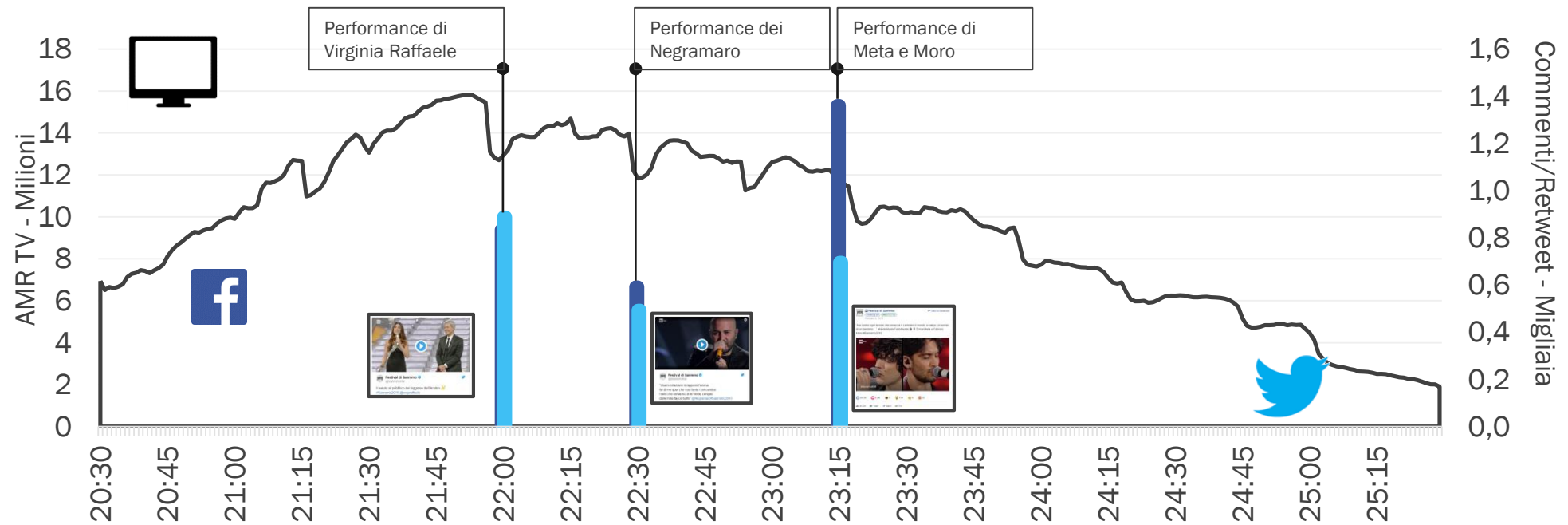


TERZA SERATA 2017 (21.20 - 25.13): 10.420.866

TERZA SERATA 2018 (21:21 - 25:01): 10.824.608

CURVA D'ASCOLTO TERZA SERATA: TV E SOCIAL

AMR E N. DI COMMENTI SUI SOCIAL

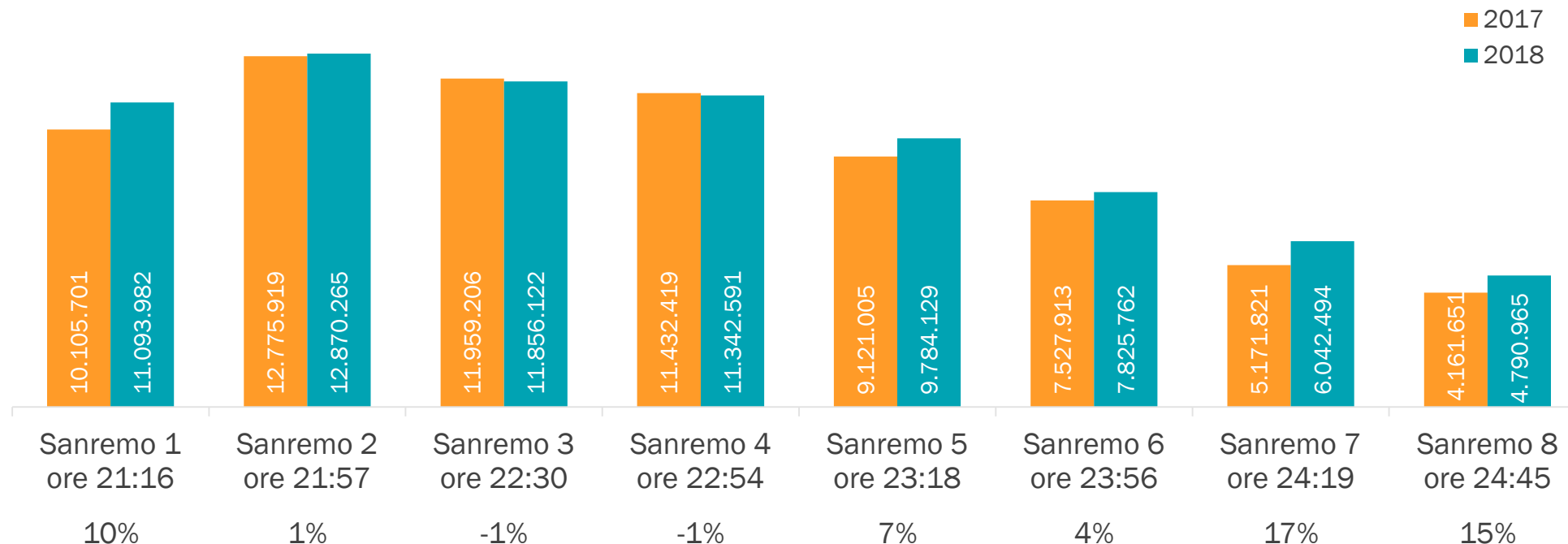


TERZA SERATA 2018 (21:21 – 25:01): 10.824.608

FB

TWITTER

SANREMO 2018 - BREAK TABELLARE TERZA SERATA



Ottimo risultato per il break d'apertura (+10%) grazie ad un Sanremo Start al +8%. Allineate le restanti pause della prima parte, volano rispettivamente al +17% e +15% gli ultimi due

A large, semi-transparent blue Twitter bird logo is positioned on the left side of the slide. In the bottom right corner, a portion of a black calculator with a yellow 'C' button is visible.

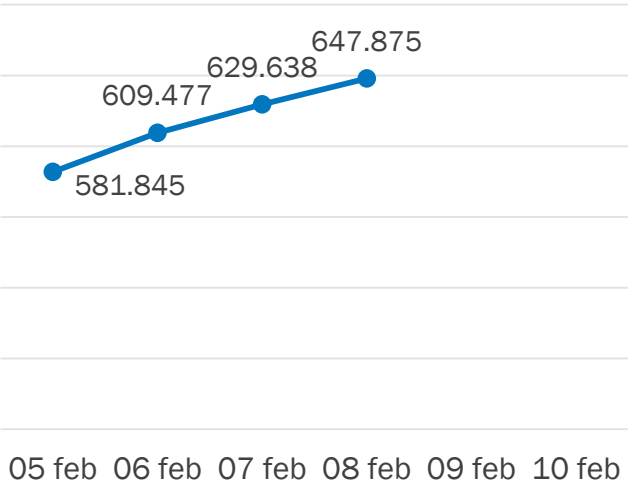
SANREMO SUI SOCIAL highlights terza serata

- Anche per la terza serata del Festival di Sanremo si registra un trend di decrescita delle interazioni della pagina Facebook. Questa ha registrato nella giornata circa 18mila nuovi fan, dato in crescita rispetto alla terza serata dell'anno precedente. In netto calo le interazioni pari circa a 39mila tra like, commenti e share.
- Continua su Twitter anche nella terza serata la crescita della pagina in termini di nuovi followers: oltre 1.000 in più rispetto al giorno precedente. Entrambi i post di successo sui due canali social hanno visto protagonisti il duo Ermal Meta e Fabrizio Moro, scampati all'accusa di plagio e protagonisti della serata con la canzone «Non mi avete fatto niente».

SANREMO SU FACEBOOK



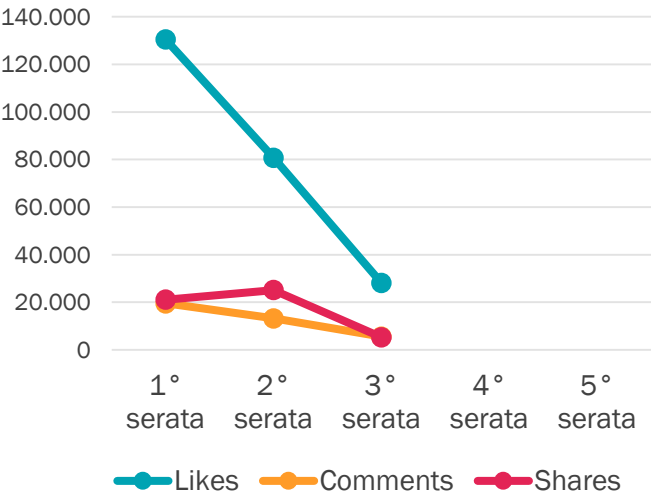
TREND FANS



KEYWORDS CLOUD



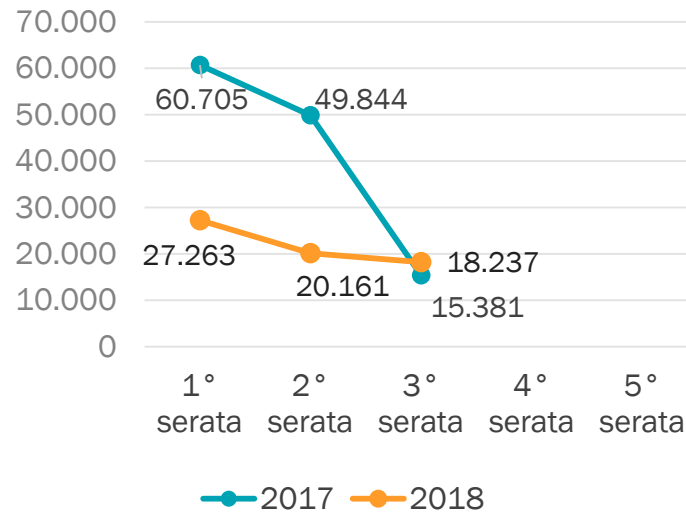
TREND INTERAZIONI



SANREMO SU FACEBOOK: 2018 vs.2017



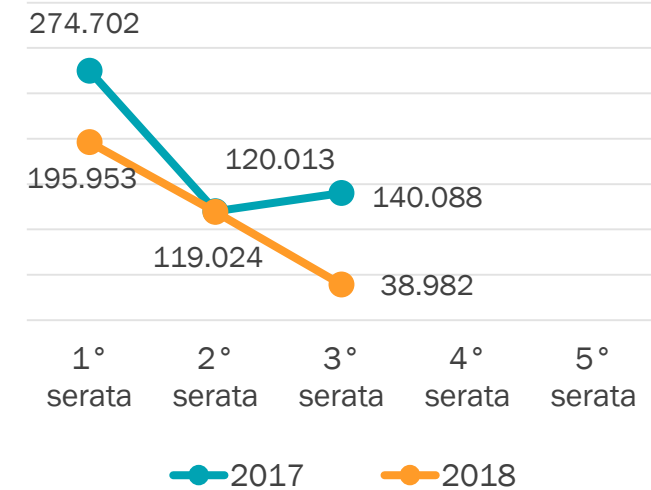
TREND NEW FANS



BEST POST



TREND INTERAZIONI*

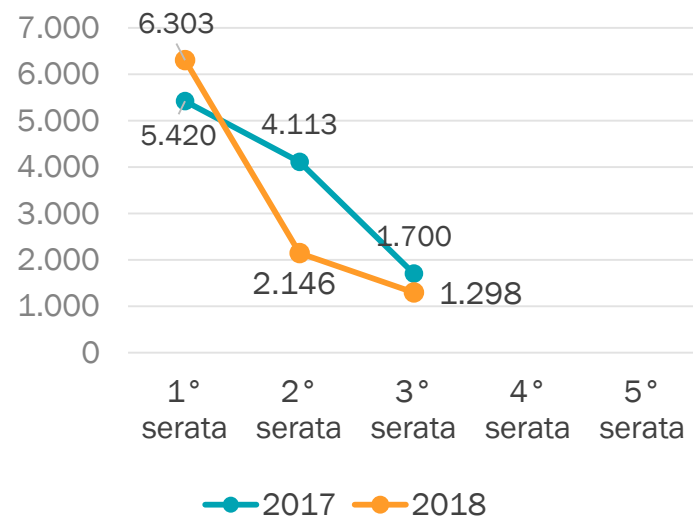


*likes+comments+share



SANREMO SU TWITTER: 2018 vs.2017

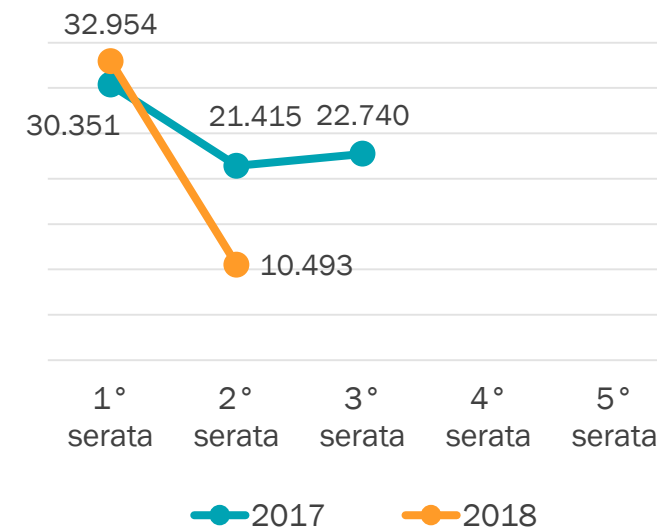
TREND NEW FANS



BEST TWEET



TREND INTERAZIONI*



*@Tweets+#Tweets+ReTweets



PUBLICIS
MEDIA

