



VivaKi RESEARCH & INSIGHT
SANREMO 2016

66esima edizione

Analisi 2ª SERATA - 10 FEBBRAIO 2016

66esima edizione del Festival di Sanremo: il format

DIREZIONE ARTISTICA: Carlo Conti

CONDUZIONE: Carlo Conti, affiancato da Madalina Ghenea, Virginia Raffaele e Gabriel Garko

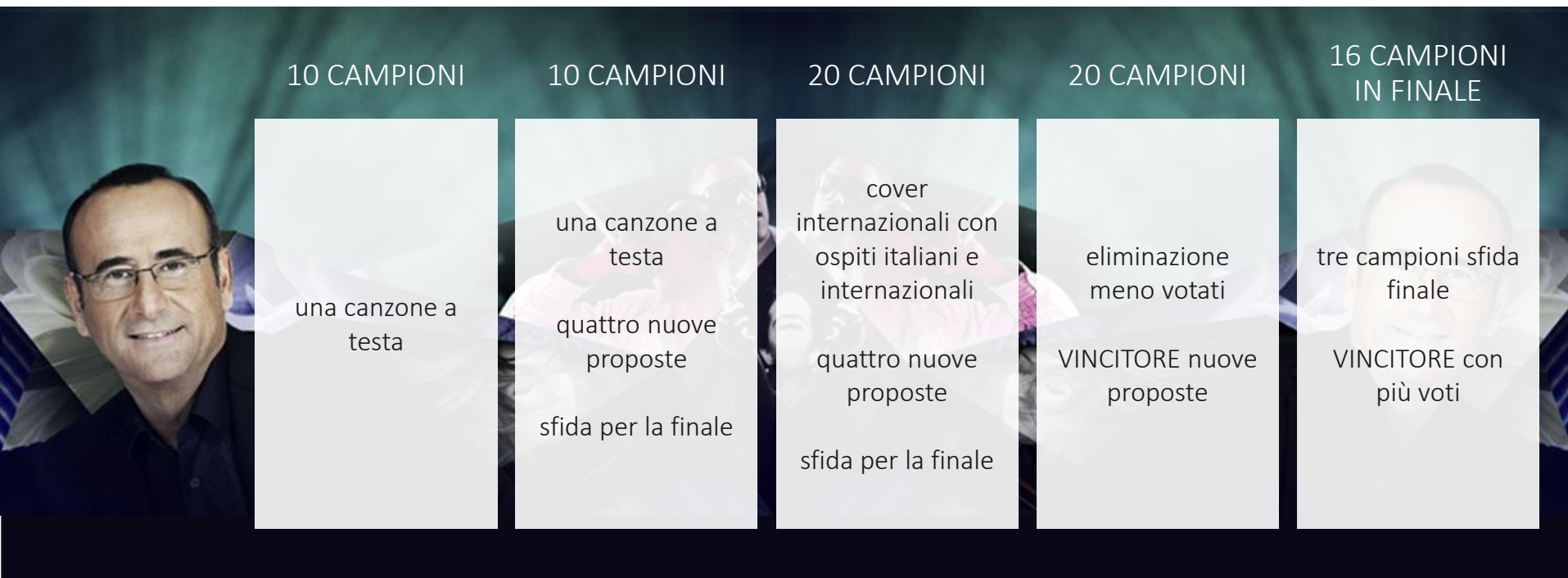
ARTISTI: 20 campioni e 8 nuove proposte

ANTEPRIMA: da martedì 9 a sabato 13 febbraio dalle ore 20:35 alle ore 20:40

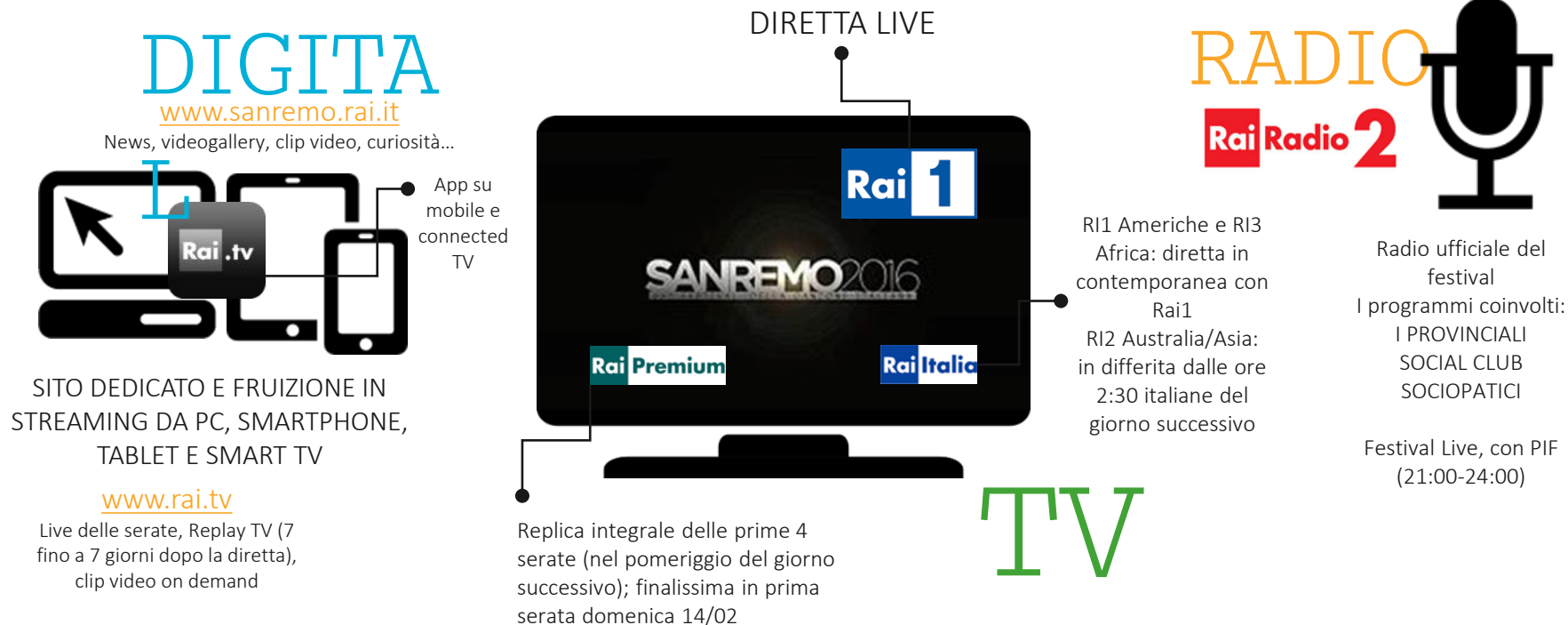
DOPO FESTIVAL: Novità 2016. Dal 9 al 12/02 dalle 24:30 alle 25:30, con Nicola Savino e la Gialappa's



Le 5 serate del Festival di Sanremo 2016



Festival di Sanremo 2016: un evento multiplatforma



Seconda serata – TV highlights



La seconda serata della 66esima edizione del Festival supera tutte le aspettative mostrando, a differenza degli anni passati, un dato di share addirittura superiore a quello registrato nella prima puntata e una crescita significativa delle conversazioni sui social network. Sono stati oltre 10,7 milioni i telespettatori che hanno seguito il secondo appuntamento della kermesse che celebra la canzone italiana, +6.5% di ascolti rispetto al 2015.

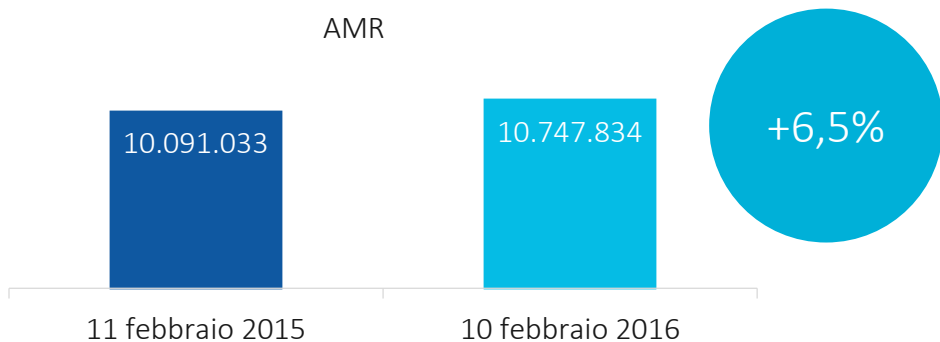
La seconda serata di Sanremo 2016 rimarrà nella memoria di Rai 1 perché, a differenza delle edizioni passate in cui si registrava un fisiologico calo di share nella seconda serata, quest'anno la share si alza passando dal 49.5% registrato martedì 9 febbraio al 49.9% di mercoledì 10 febbraio. Per quanto riguarda la controprogrammazione, significativa la perdita di 8 punti di share di Canale 5 rispetto all'edizione 2015, quando l'ammiraglia Mediaset aveva trasmesso la fiction di successo "Il Segreto".

Da parte del pubblico cresce l'entusiasmo sia per la conduzione, che combina magistralmente musica e divertimento, sia per la scelta degli ospiti: Eros Ramazzotti, Nicole Kidman, il compositore Enzo Bosso e lo chef Antonino Cannavacciuolo sono i personaggi che più hanno commosso e coinvolto la platea. Il picco di ascolti è stato registrato alle ore 21.51 con 14.866.590 spettatori all'ascolto subito dopo l'esibizione di Patty Pravo, che ha anche acceso le conversazioni su Twitter. Rispetto al 2015 crescono gli ascolti dei break Sanremo 1, 2, 4 e 5. La migliore performance è ottenuta dal primo break che mostra un incremento di audience del +20% vs 2015.

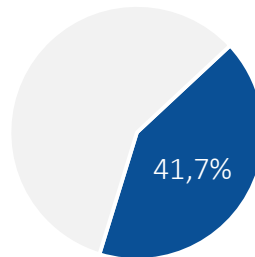
10.7 Mln di spettatori e una share del 49,9 % nella seconda serata



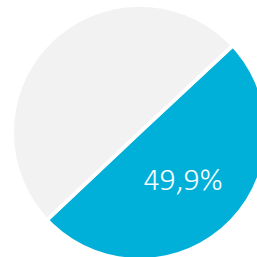
CONFRONTO SECONDA SERATA 2016 vs. 2015 -
AMR



SHARE 2015



SHARE 2016



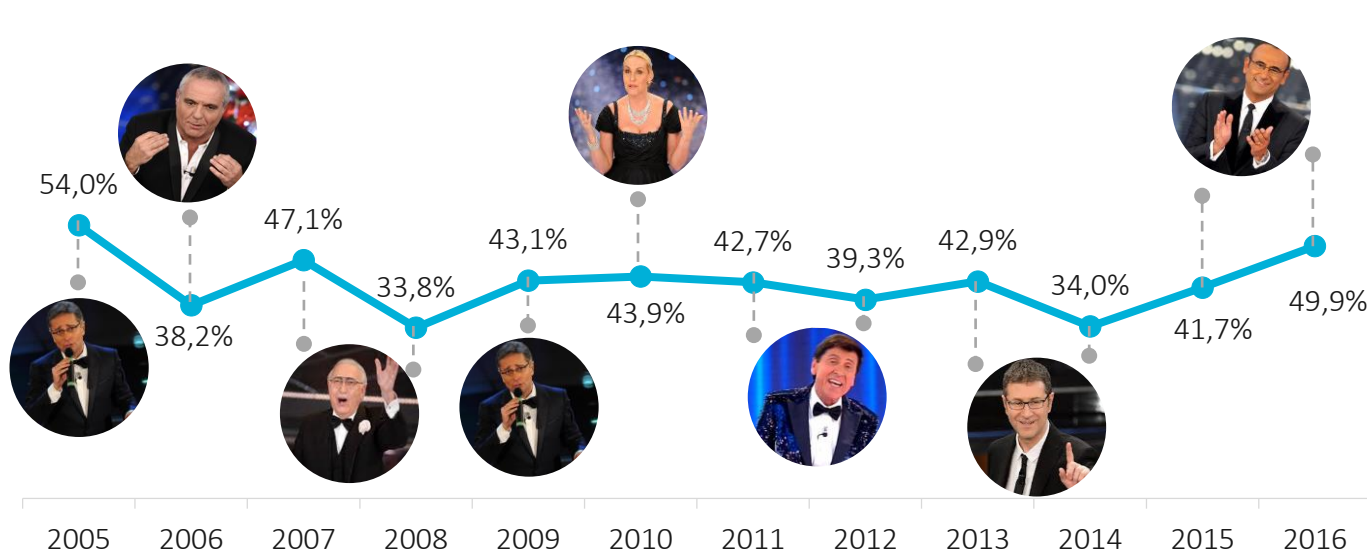
A differenza della prima serata, l'audience risulta in crescita del 6,5%

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

Tra le seconde puntate, la Share più alta degli ultimi 10 anni



TREND SHARE % - SECONDE PUNTATE FESTIVAL



49,9%

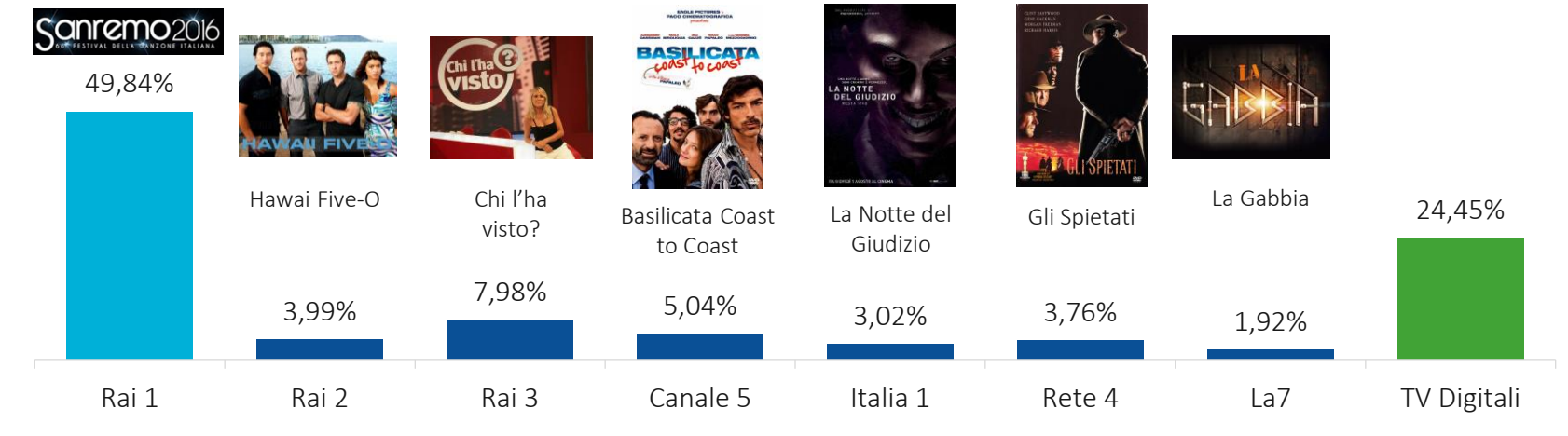
SHARE SECONDA
PUNTATA 2016

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

La sfida del prime time



10 FEBBRAIO 2016 - PROGRAMMAZIONE PRIME TIME

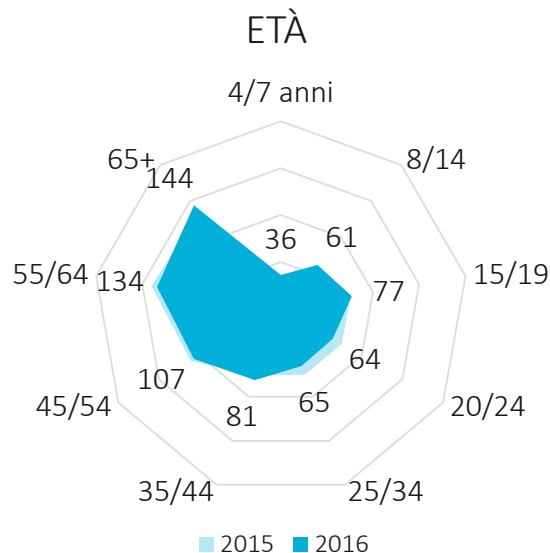
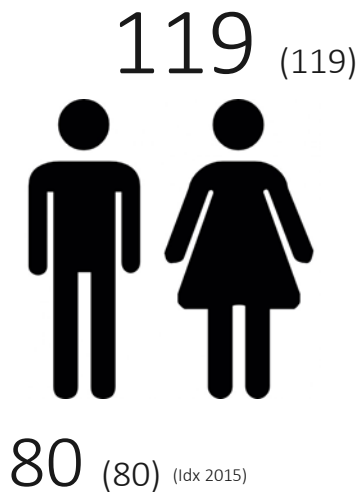


Rai 3 si rivela come la migliore delle generaliste nella controprogrammazione

Fonte: elaborazione VivaKi su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti. Daypart: 21:19:00 - 24:51:59

Profilo d'ascolto – 2ª puntata

RISPETTO AL 2015 E COME NELLA SERATA PRECEDENTE, RISULTA MENO AFFINE LA CLASSE DI ETÀ 20-24

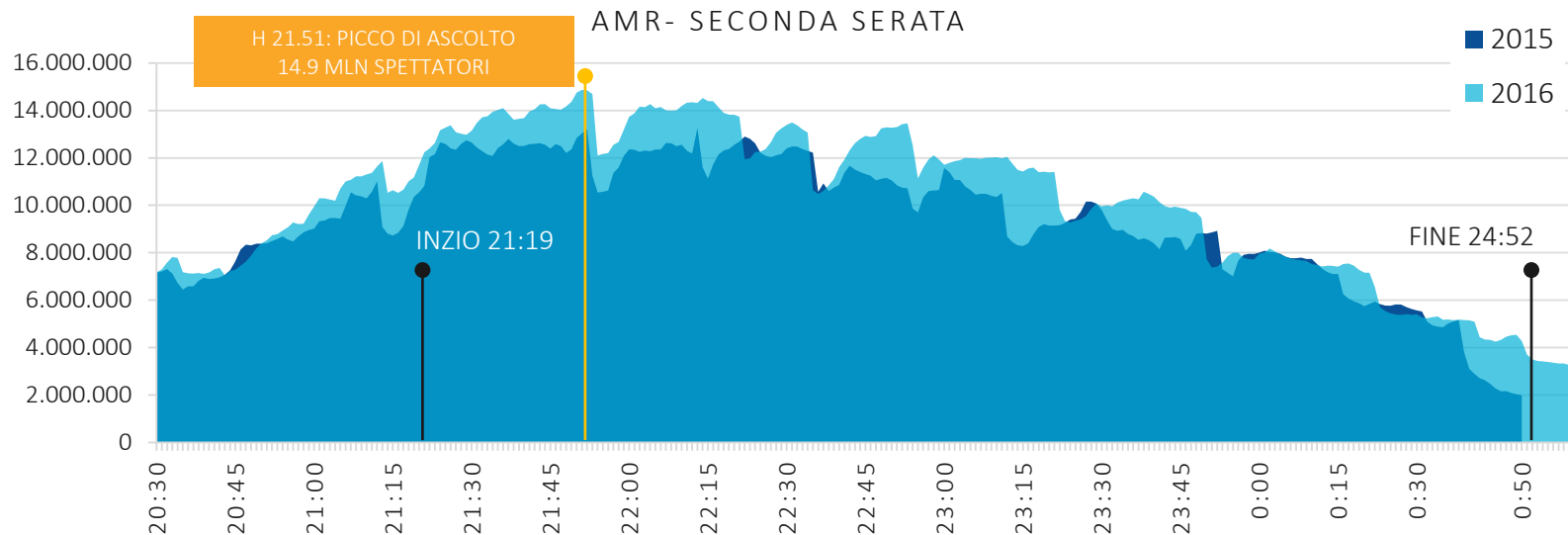


CLASSE SOCIOECONOMICA



Fonte: elaborazione VivaKi su dati Auditel Nielsen TAM - Live+ Vosdal - Target Individui con ospiti. Idx di affinità base individui

Curva di ascolto - Totale Individui – Il picco alle 21.51



2ª SERATA 2015 (21:14 - 24:40): AMR 10.091.033

2ª SERATA 2016 (21:19 - 24:52): AMR 10.747.834

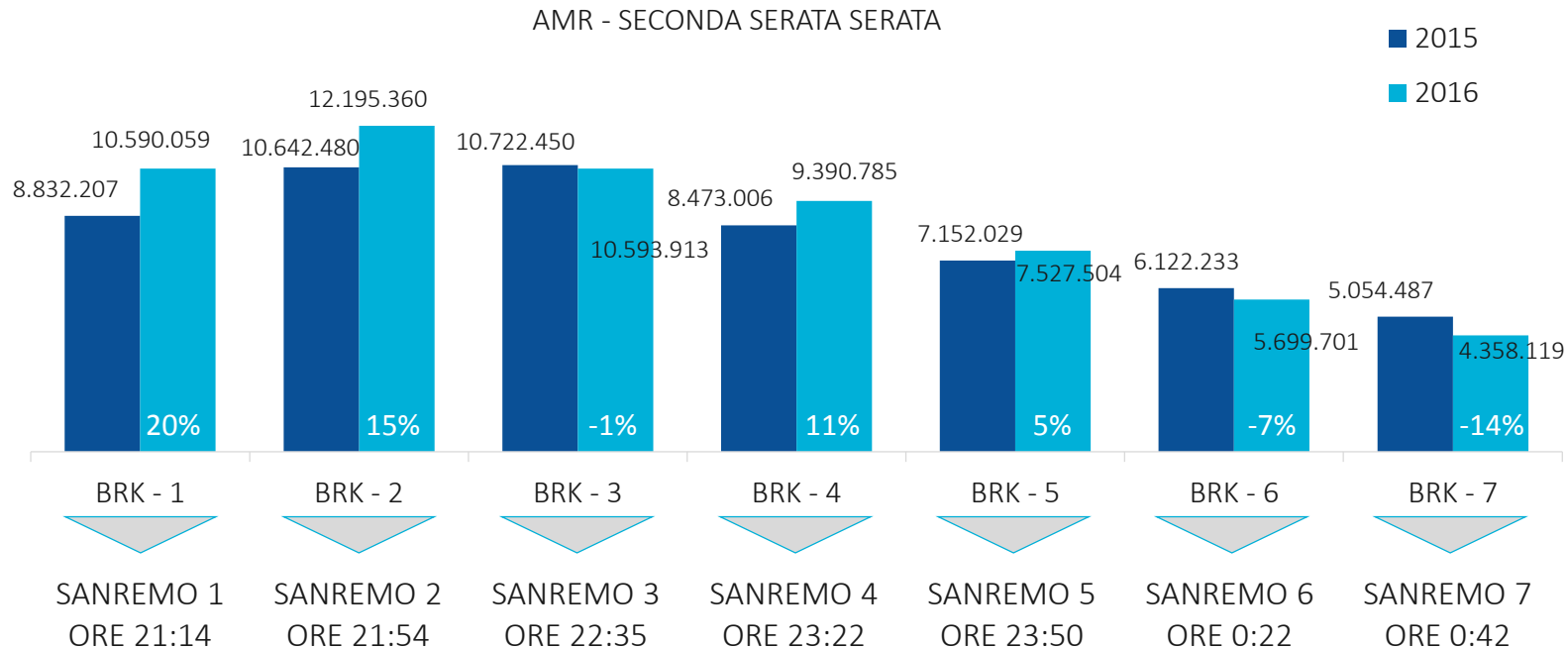
+6.5%

AMR 2ª SERATA
2016 vs. 2015

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

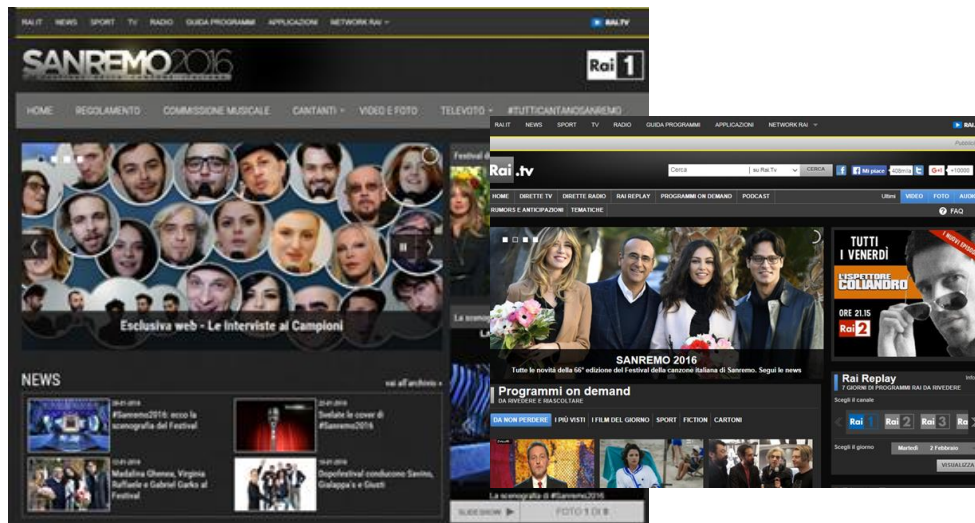
Break tabellare

IL BREAK SANREMO 1 PRESENTA LA MIGLIORE PERFORMANCE RISPETTO AL 2015



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

Sanremo digital platforms



UTENTI UNICI

932.000

PAGINE VISTE

4.915.437

VIDEO EROGATI

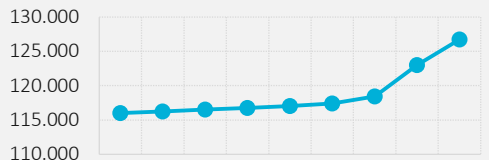
271.744

Fonte: elaborazione VivaKi su dati Rai Pubblicità - marketing Rai

Sanremo nei social

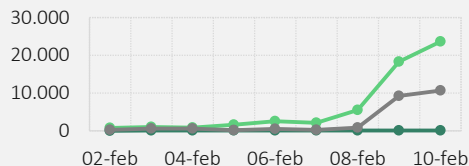


FOLLOWERS TREND @SanremoRai



02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

USER TWEET TREND @SanremoRai



02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

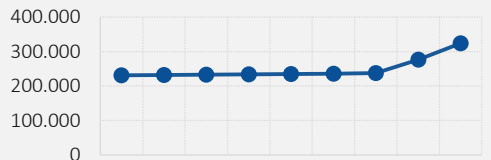
— @Tweets — #Tweets — ReTweets

MOST USED HASHTAG IN TWEETS

#sanremo2016

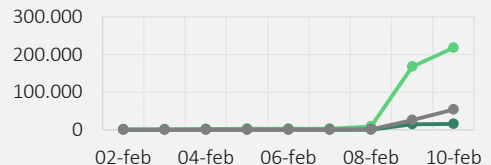


FAN TREND Festival di Sanremo



02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

TREND OF LIKES, COMMENTS & SHARES

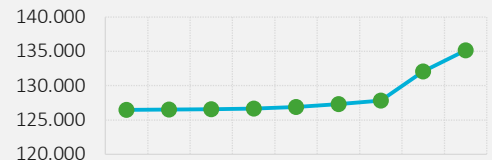


02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

— Likes — Comments — Shares

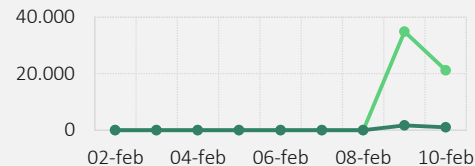


FOLLOWERS TREND Sanremo 2016



02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

INTERACTION TREND



02-feb 04-feb 06-feb 08-feb 10-feb

— Likes — Comments

MOST USED HASHTAG IN POSTS

#sanremo2016

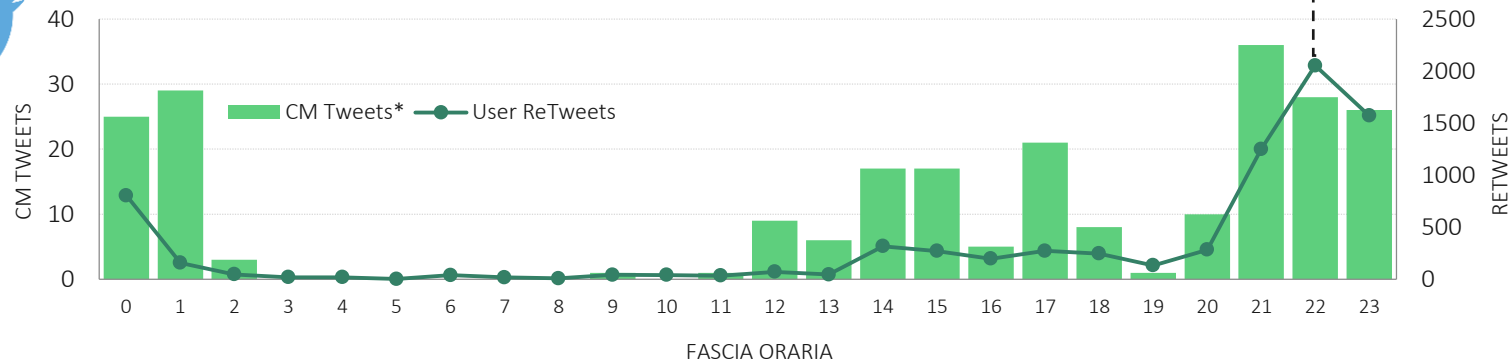
Fonte: elaborazione VivaKi su dati Socialtools

Sanremo su Twitter

Top Tweet per Activation Rate (n. ReTweet/ n. Followers)



MASSIMA ATTIVITÀ IN FASCIA 22:00



Fonte: elaborazione VivaKi su dati Socialtools *Community Manager

© 2016. All rights reserved. VivaKi. Proprietary and Confidential.

GRAZIE!

I NOSTRI CONTATTI

VivaKi Research

Indirizzo: Via Giosuè Borsi 9, 20143 Milano

Email: research@vivaki.it

Telefono: 02/00630.538

