

# Sanremo 2015



sanremo2015  
52° FESTIVAL DELLA CANZONE ITALIANA

Prima serata - 10 febbraio 2015



# Highlights



Rai 1 10 febbraio 2015

Carlo Conti non delude le aspettative e riesce nell'impresa di risollevarne gli ascolti del Festival dopo il calo dell'edizione 2014, la seconda consecutiva di Fazio e Littizzetto.

Sono stati in media quasi 11,8 milioni – pari al 49.3% della platea tv serale – i telespettatori che hanno seguito la prima serata di Sanremo 2015, +7.6% rispetto all'esordio dello scorso anno che aveva registrato meno di 11 milioni di spettatori per il 45.9% di share. Osserviamo che mentre nel 2014 la prima serata era iniziata alle 20.51 per concludersi alle 24.47, nel 2015 il Festival è partito circa venticinque minuti dopo, alle 21.14, e finito alle 24.44.

Il picco di ascolto è stato registrato alle ore 21.45 con 15.678.034 telespettatori e una share del 50%, prima dell'interpretazione di Malika Ayane.



# Highlights



Rai 1 10 febbraio 2015

Rai 1 incassa quindi una sicura vittoria, mentre tutte le altre generaliste accusano una dura sconfitta. L'emittente più vista è stata Canale 5 che tuttavia si è fermata al 5.3% di share con la commedia La leggenda di Al, John e Jack. Più contenuta la perdita di ascolti per Rai 3 e La 7 che hanno mantenuto i talk show Ballarò e Di Martedì ottenendo ciascuna il 4% di share. Le tv digitali nell'insieme registrano il 26,5% di share.

Un'altra nota positiva per l'edizione 2015 è il buon incremento dei telespettatori della fascia 15-34 anni (+19.5% rispetto al debutto dello scorso anno) anche grazie alla presenza di ospiti con un certo appeal sul target giovane come il cantante Tiziano Ferro e la rock band statunitense Imagine Dragons.

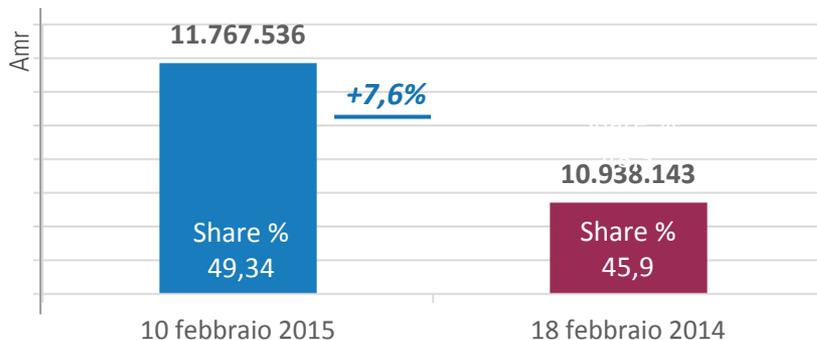
A parte il primo, tutti i break guadagnano ascolti rispetto all'anno precedente anche grazie a una diversa collocazione oraria. Emerge in particolare il secondo break (inizio ore 21.53), che ottiene 12.616.566 di audience guadagnando il +11% di share vs 2014.



# Quasi 12 mio per la prima serata del Festival

Sono stati in media quasi 12 milioni (pari al 49,3% della platea televisiva serale) - i telespettatori che hanno seguito la prima serata del Festival, +7,6% rispetto all'esordio dello scorso anno che aveva registrato poco meno di 11 milioni di spettatori per il 45,9% di share.

Confronto prima serata 2015 vs. 2014



65° Festival della canzone italiana

Prima serata: 10 febbraio 2015

AMR

11.767.536

SHR % 49,34

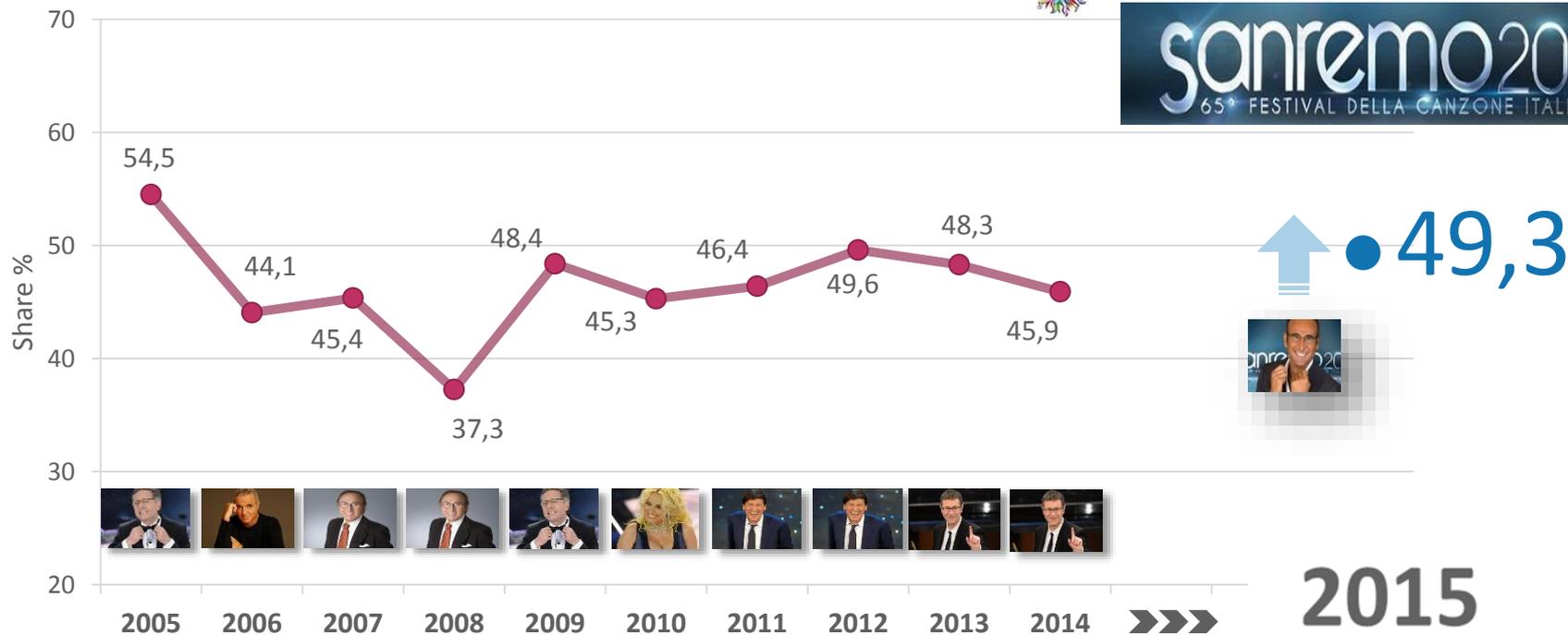
Una prima parte (21.14-23.56) che supera addirittura i 13 mio di ascoltatori. Più in linea la seconda parte della kermesse partita alle 23.59 con 6,5 mio.

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

# Share per anno



Prima serata: 10 febbraio 2015



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

# La sfida del Prime Time



Rai 1 10 febbraio 2015

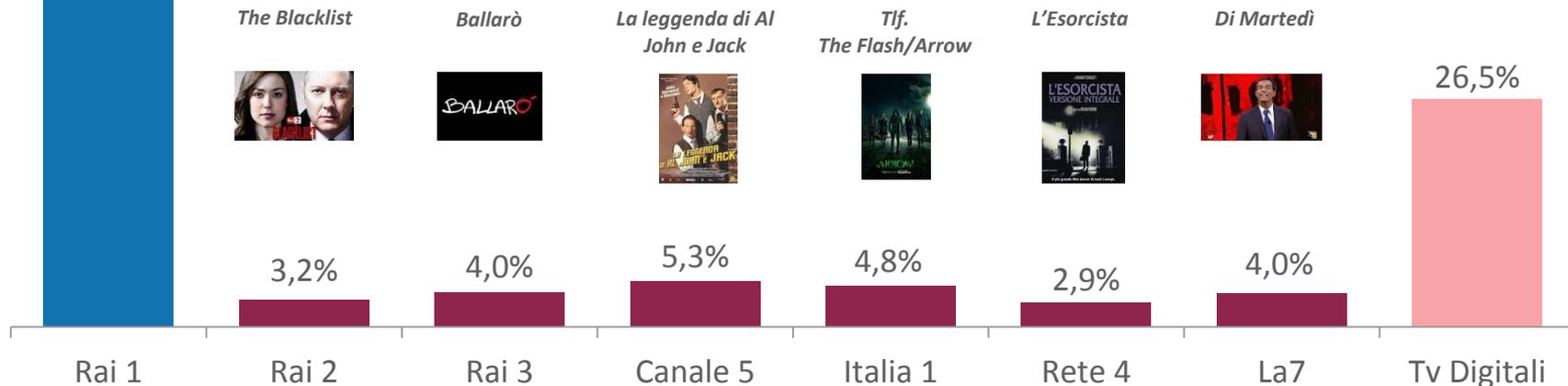
Share per rete – Fascia 20.51-24.47

sanremo2015

49,3%

Sanremo  
2015

Sanremo prende tutto! La contro-programmazione, si dimostra di scarso appealing per il pubblico televisivo.



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

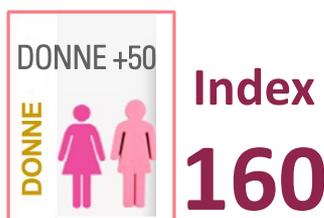
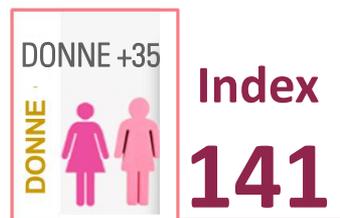
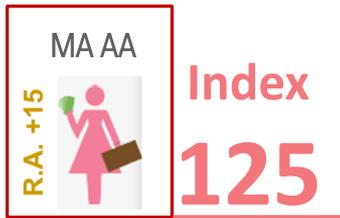
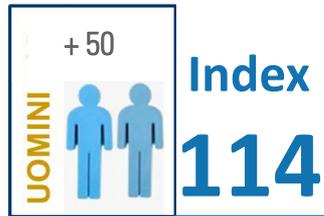
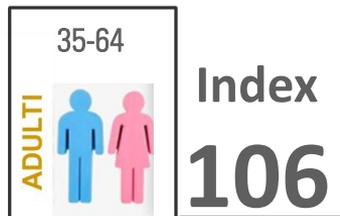
# Profilo d'ascolto

Rai 1 10 febbraio 2015

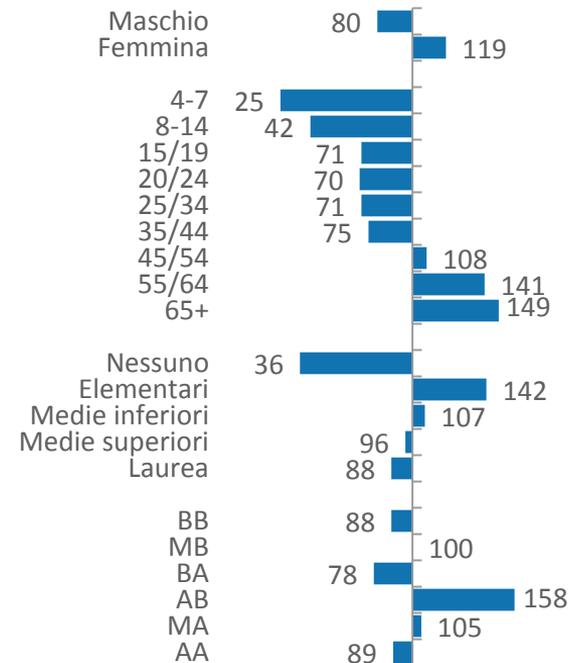


Un pubblico in linea con l'edizione del 2014.

Forte concentrazione sui target maturi e di classe socio-economica media / medio-bassa



## Profilo base individui



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

# Curva d'ascolto

Totale Individui



Rai 1 10 febbraio 2015

Picco d'ascolto registrato alle ore 21.45 con 15.678.034 telespettatori e una share del 50%

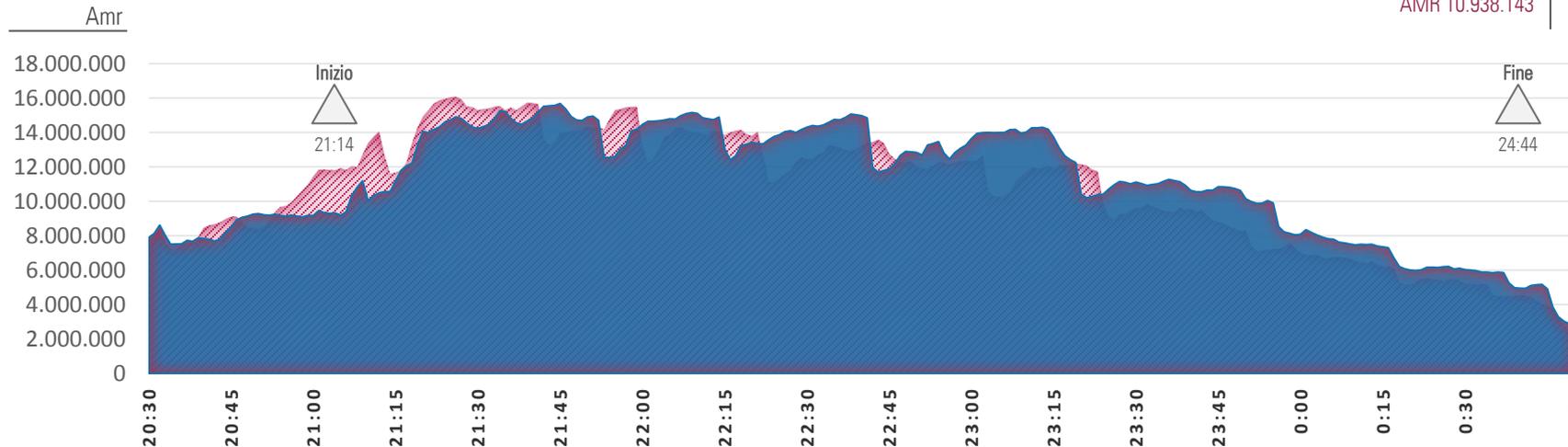
1° serata 2015 (21:14 – 24:44)

AMR 11.767.536

**+7,6%**

1° serata 2014 (20:51 – 24:47)

AMR 10.938.143



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

# Curva d'ascolto

Adulti 15-34 anni



Rai 1 10 febbraio 2015

Cresce l'ascolto sul target giovane (+19,5% vs il 2014). Picco registrato alle ore 22.39 con 2.288.235 telespettatori e una share del 52,7%

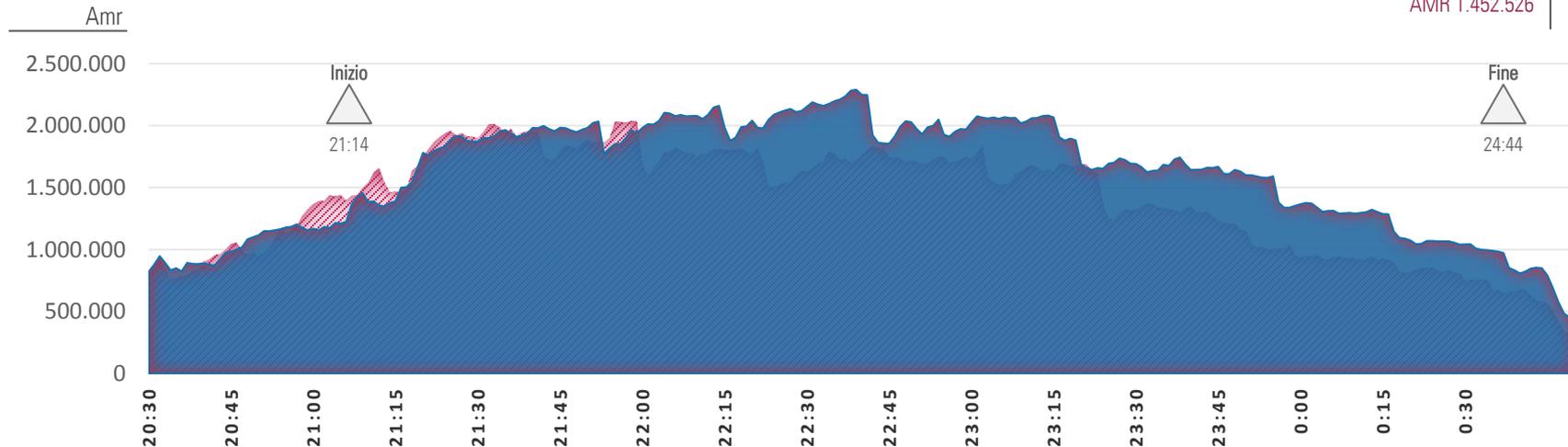
1° serata 2015 (21:14 – 24:44)

AMR 1.735.803

**+19,5%**

1° serata 2014 (20:51 – 24:47)

AMR 1.452.526



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

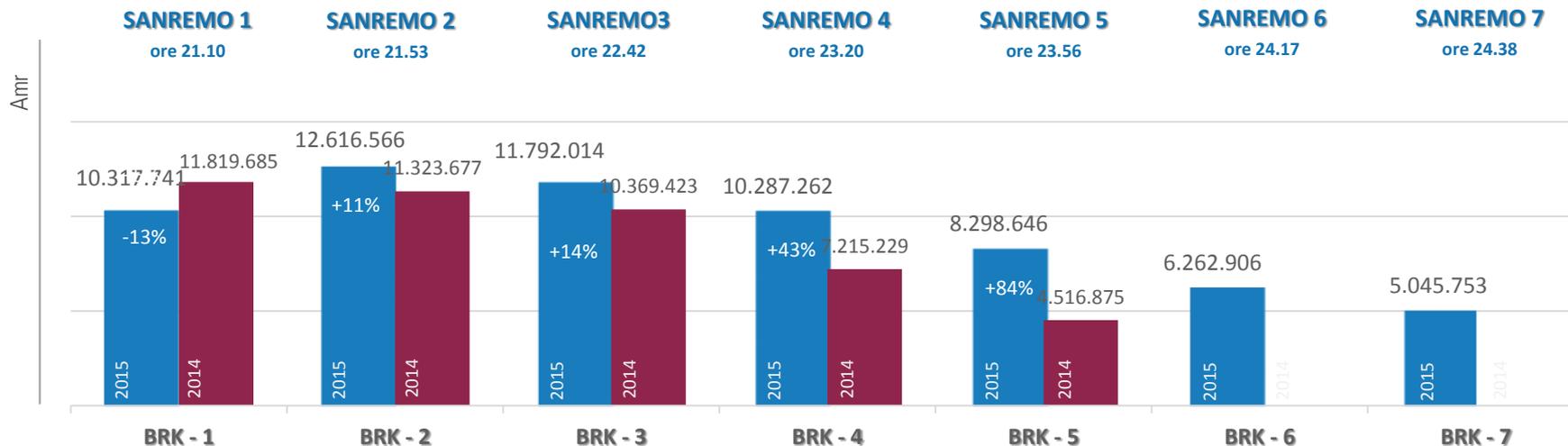
# Break Tabellare



Rai 1 10 febbraio 2015

Soffre leggermente il primo break «Sanremo 1» (-13% vs l'omologo del 2014).  
Ottime performance per gli ulteriori break,

Nel 2014 il festival di Sanremo conteneva solo n.5 break pubblicitari con differente collocazione oraria.



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