

ZenithOptimedia



Prima Serata

Martedì 15 Febbraio 2011



61° Festival di Sanremo

dal 15 al 19 Febbraio 2011



1° Serata Curva d' ascolto Target: Individui



1° puntata 2010 (21.10-24.31): AM 10.717.585
1° puntata 2011 (21.15-24.25): AM 11.959.436

+12%

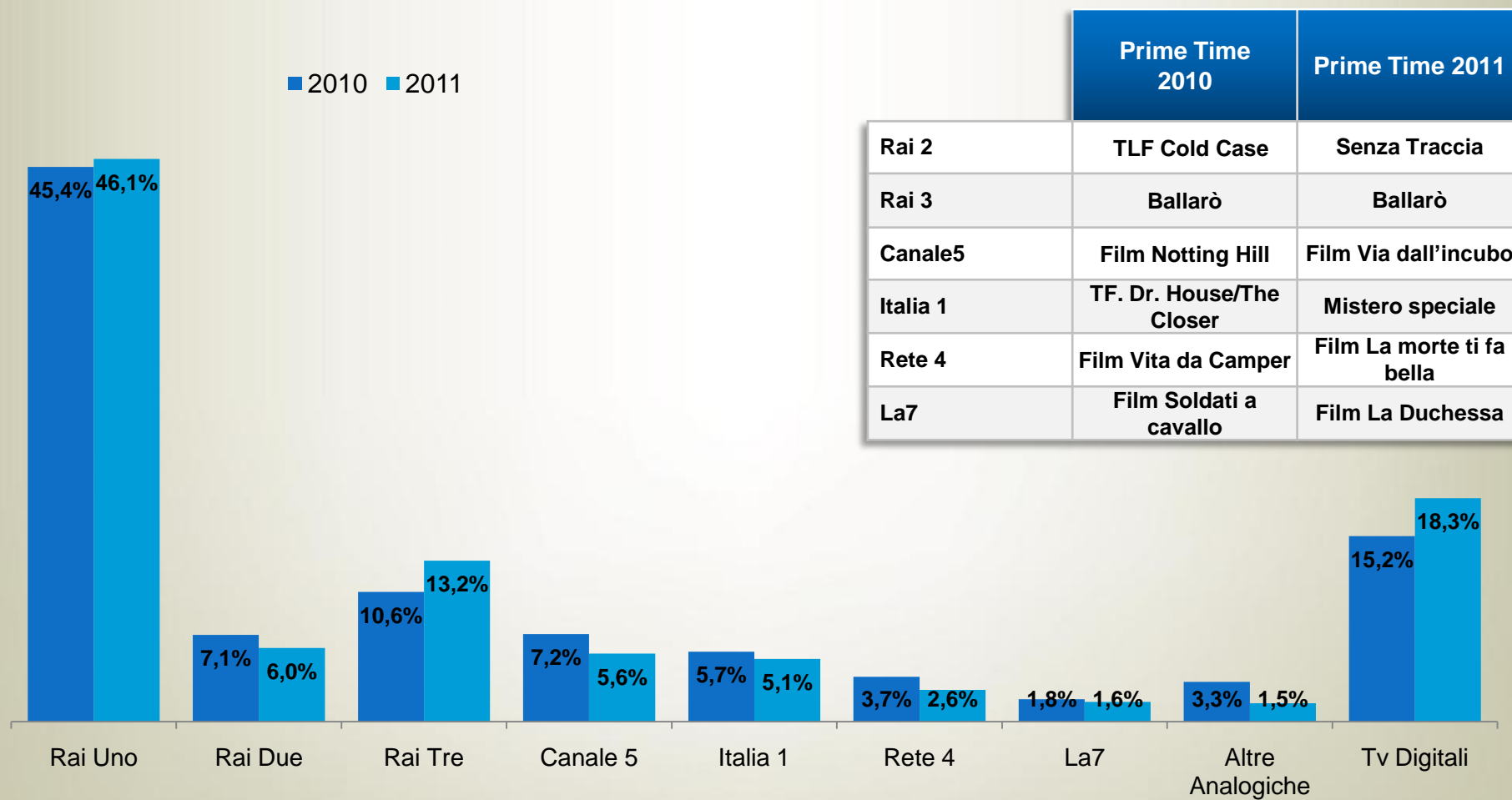
1° Serata Curva d' ascolto Target: Adulti 15-34



1° puntata 2010 (21.10-24.31): AM 1.706.638
1° puntata 2011 (21.15-24.25): AM 2.045.896

+20%

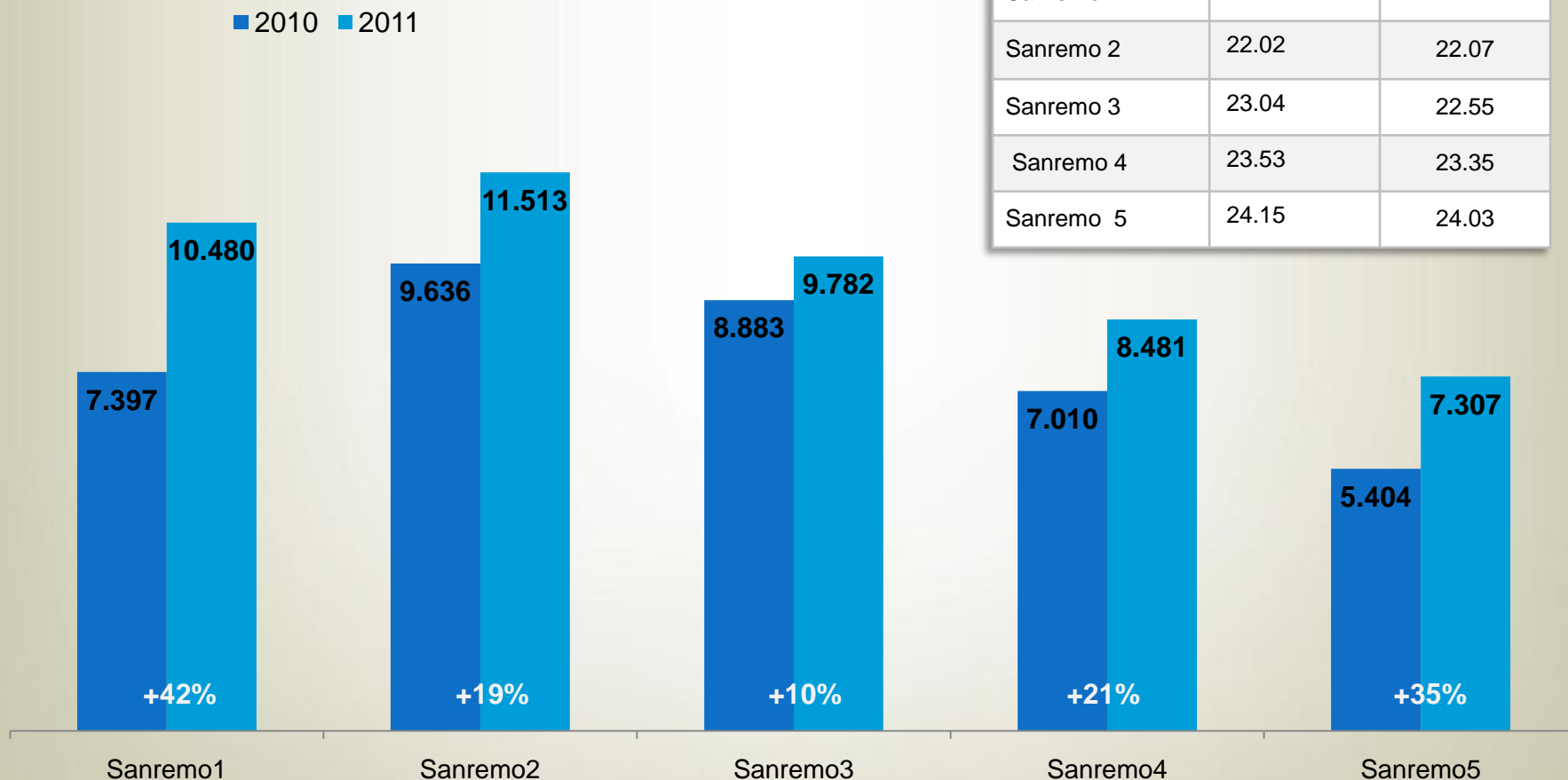
Share per Rete fascia 21.15-24.25



| | Prime Time 2010 | Prime Time 2011 |
|----------|--------------------------|---------------------------|
| Rai 2 | TLF Cold Case | Senza Traccia |
| Rai 3 | Ballarò | Ballarò |
| Canale5 | Film Notting Hill | Film Via dall'incubo |
| Italia 1 | TF. Dr. House/The Closer | Mistero speciale |
| Rete 4 | Film Vita da Camper | Film La morte ti fa bella |
| La7 | Film Soldati a cavallo | Film La Duchessa |

Fonte: Elaborazione ZenithOptimedia su Dati Auditel/TNC
Target: Individui

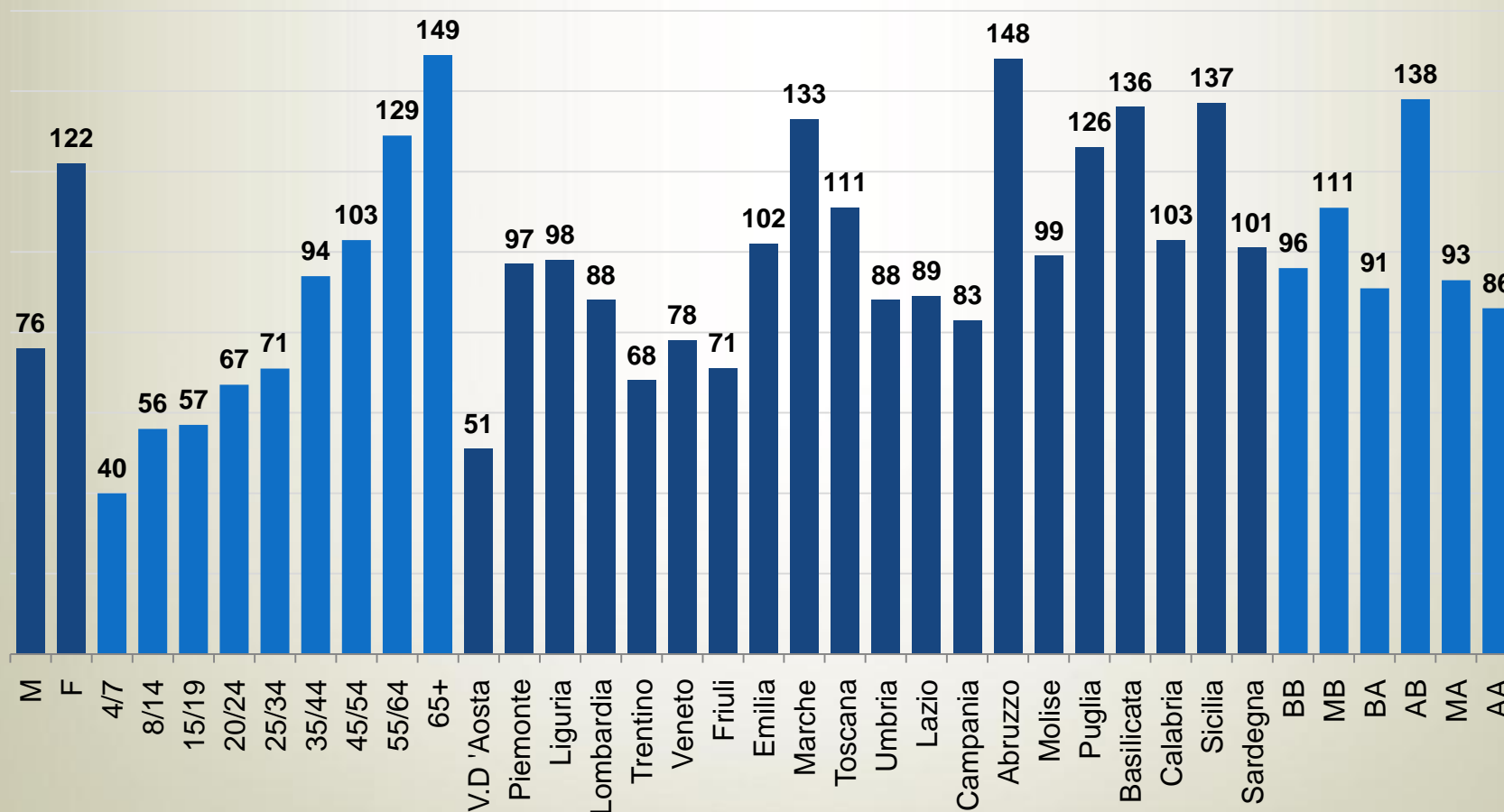
Audience Media Break (.000)



| Ora trasmissione | 2010 | 2011 |
|------------------|-------|-------|
| Sanremo 1 | 21.07 | 21.12 |
| Sanremo 2 | 22.02 | 22.07 |
| Sanremo 3 | 23.04 | 22.55 |
| Sanremo 4 | 23.53 | 23.35 |
| Sanremo 5 | 24.15 | 24.03 |

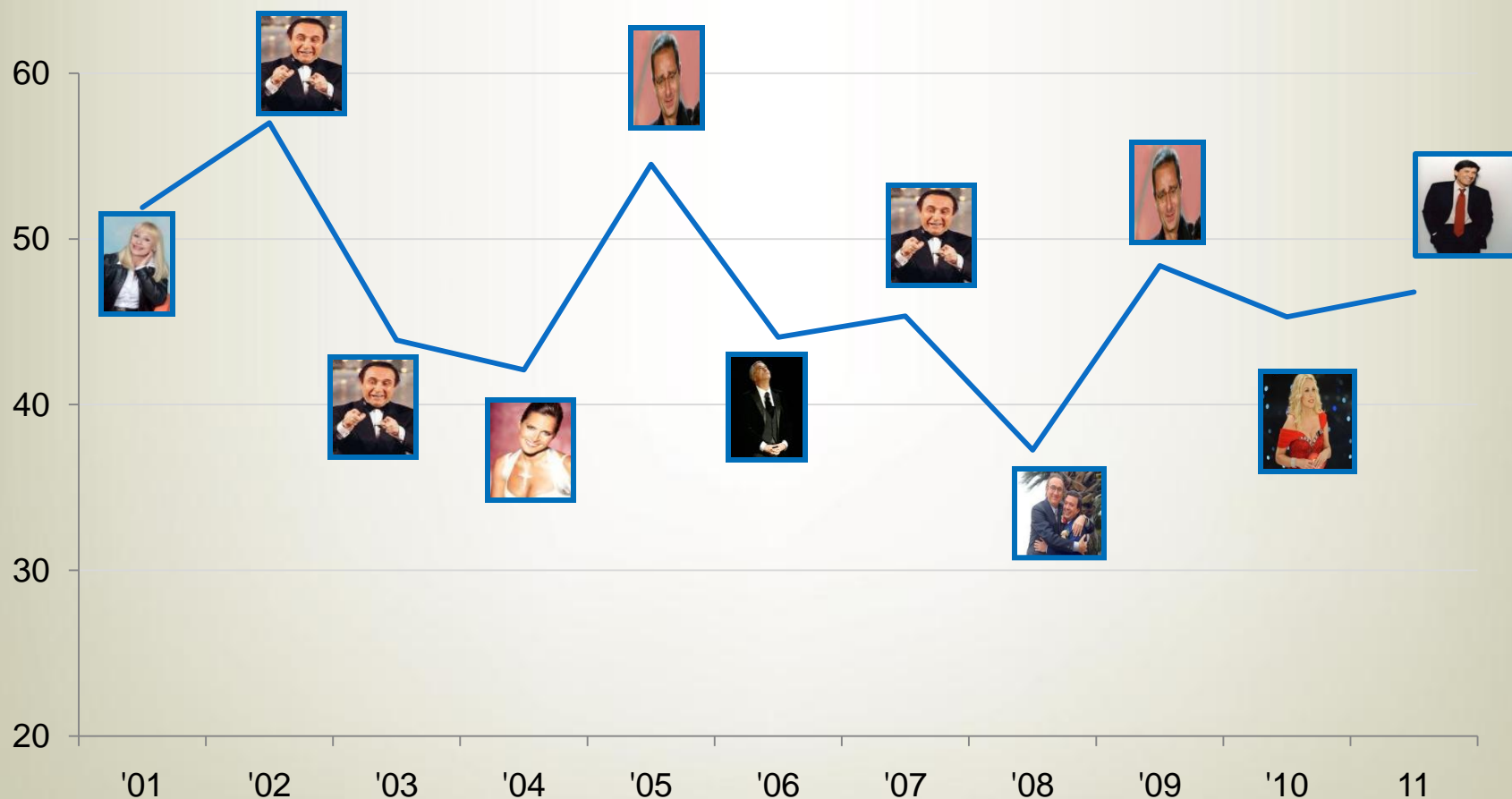
Fonte: Elaborazione ZenithOptimedia su Dati Auditel/TNC
Target: Individui

Profilo Ascoltatori 1° puntata



Fonte: Elaborazione ZenithOptimedia su dati Auditel/TNC
Target: Individui Indice di concentrazione base popolazione

Share 1° serata per anno



Fonte: Elaborazione ZenithOptimedia su dati Auditel/TNC
Target: Individui

Conclusioni

- La prima puntata del 61° Festival di Sanremo guadagna sul target Individui il +12% di ascolti rispetto allo scorso anno. Incremento del +20% sugli Adulti 15-34, grazie anche alla presenza di Elisabetta Canalis, Belen Rodriguez e Luca e Paolo, che hanno richiamato l'interesse degli spettatori più giovani.
- Gli ascolti della kermesse canora non risentono della forte programmazione di Rai 3, con Ballarò che ha dedicato la puntata all'attuale tema politico.
- In crescita tutti i break. Ottime performance per Sanremo 1 e Sanremo 5.

TOP 10

I 10 spot che hanno performato meglio nella 1° serata del festival

| | Product | Start time | Duration | Comm. Time Band | Individui + osp. | RA | Donne +15 | Uomini +15 | Adu 15-34 |
|----|--------------------------------|------------|----------|--------------------|------------------|--------|-----------|------------|-----------|
| | | | | | GRP | GRP | GRP | GRP | GRP |
| 1 | L'OREAL INFAILLIBLE FONDOT.PEN | 22.07.27 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 21,21% | 26,16% | 26,43% | 15,60% | 13,61% |
| 2 | SKY TV DIGITALE HD | 22.10.14 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 20,02% | 24,72% | 24,99% | 14,66% | 13,22% |
| 3 | BERETTA ZERO 24 LINEA | 22.10.44 | 0.00.10 | SANREMO 2 MARTEDI' | 20,02% | 24,72% | 24,99% | 14,66% | 13,22% |
| 4 | FASTWEB FIBRA 100 | 21.15.07 | 0.00.30 | SANREMO 1 MARTEDI' | 19,82% | 25,05% | 24,83% | 14,69% | 10,91% |
| 5 | KINDER BARRETTA CIOCCOLATO | 22.09.44 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 19,74% | 24,35% | 24,68% | 14,40% | 12,94% |
| 6 | PEUGEOT GAMMA AUTO | 22.07.57 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 19,72% | 24,38% | 24,69% | 14,32% | 12,79% |
| 7 | VODAFONE 1 CENT | 22.08.27 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 19,56% | 24,18% | 24,49% | 14,18% | 12,70% |
| 8 | CAMOMILLA ITALIA ABB.DON. | 22.08.58 | 0.00.15 | SANREMO 2 MARTEDI' | 19,51% | 24,05% | 24,42% | 14,17% | 12,70% |
| 9 | LINES SETA E' ASSORBENTI | 22.09.13 | 0.00.30 | SANREMO 2 MARTEDI' | 19,50% | 24,02% | 24,41% | 14,17% | 12,70% |
| 10 | COCONUDA ABBIGL.DONNA | 22.55.37 | 0.00.30 | SANREMO 3 MARTEDI' | 19,39% | 24,02% | 23,86% | 15,37% | 13,13% |