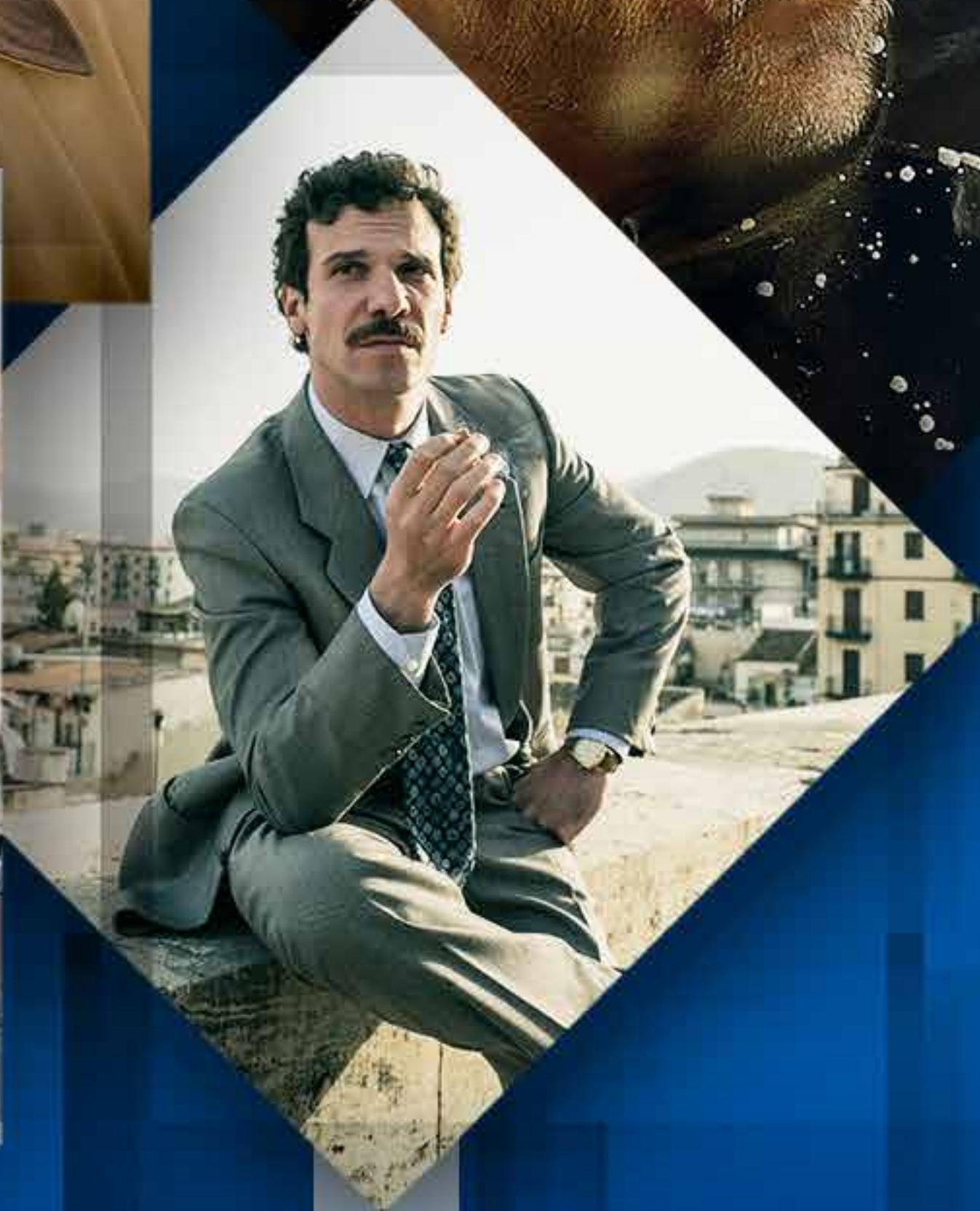


Rai



le grandi fiction
d'inverno

2018

Rai Pubblicità



un prodotto vincente

35

numero di serate di **Rai 1**

+8%

share
vs media del canale

4.600.000

audience media individui

Auditel/Nielsen Tam target individui periodo 10 settembre – 22 novembre 2017



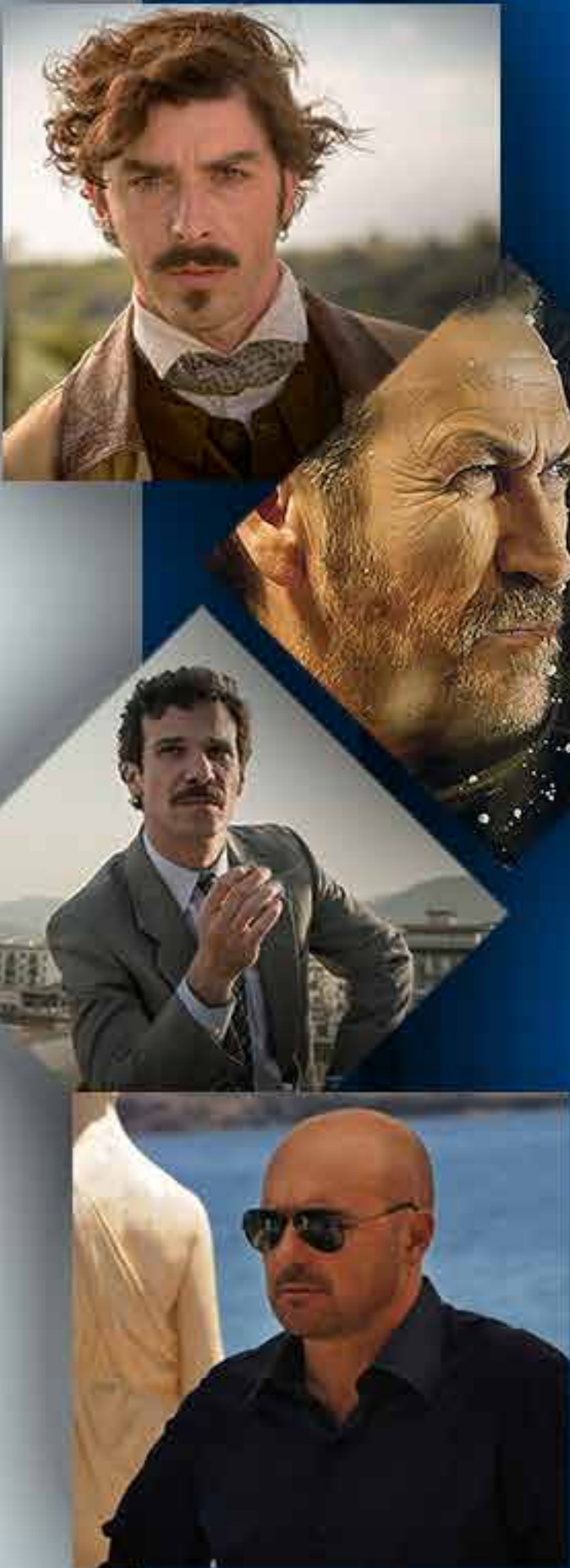


le fiction campioni d'ascolto

		target spendenti	
		ascolto medio	share %
Rai 1	Il commissario Montalbano	4.385.680	27,8
Rai 1	Scomparsa (di Costa F.)	4.296.193	25,6
Rai 1	La musica del silenzio	4.195.317	26,4
Rai 1	In arte Nino	4.010.966	25,5
Rai 1	La strada di casa (miniserie)	3.875.917	23,9
Rai 1	Sotto copertura-La cattura di Zagaria	3.254.676	20,7
Rai 1	Provaci ancora prof! 7	2.978.243	19,6
Rai 1	Sirene (miniserie)	2.666.183	17,2
Rai 1	Il paradiso delle signore (seconda stagione)	2.639.266	17,4
RAI 5	L'isola di Pietro	2.345.652	14,8
RAI 5	Rosy Abate (la serie)	2.311.200	14,9
RAI 5	Le tre rose di Eva 4	1.710.895	11,1
RAI 5	Squadra mobile operazione mafia capitale	1.340.240	8,9
RAI 5	Il Segreto (soap)	1.320.779	9,1

Auditel/Nielsen Tam – target spendenti: no bb/mb periodo 10 settembre – 22 novembre 2017





fiction Rai inverno 2018 profilo qualitativo

desideroso di star bene con se stesso e con gli altri

i miei obiettivi di vita

intraprendere un'attività in proprio	164
avere un aspetto gradevole, curato	144
migliorare la mia cultura, le mie conoscenze	139
essere stimato e ben considerato dagli altri	137

durante il mio tempo libero

vado spesso a ballare/in discoteca	141
la sera frequento spesso locali per bere, mangiare qualcosa, ascoltare musica, stare con gli amici	118

ritengo necessari per una società migliore

lotta contro la droga	123
lotta alla criminalità, alla mafia	120
meno inquinamento, ambiente più pulito	111

heavy viewer

è una persona dinamica e consapevole

valori

	idx affinità
estetico	123
sostenibile	109
dinamico	105

Gfk Tssp 2016b Tssp 2017a heavy viewers – indice di affinità



fiction Rai inverno 2018 profilo qualitativo

ha un'attenzione particolare nei consumi

compro solo i prodotti delle marche più note 108

apprezzo quelle aziende che si impegnano su questioni sociali (ambiente, povertà, cultura...) 106

ci si può fidare totalmente dei prodotti delle industrie più note 106

orientamento verso i cosmetici

uso spesso cosmetici naturali 114

uso abitualmente creme per il viso 110

nella scelta dei prodotti cosmetici faccio molta attenzione alla marca 105

preparato in campo finanziario

in ambito finanziario mi sento piuttosto competente 121

mi ritengo un buon amministratore del mio denaro 113

se dovessi fare un investimento baderei più al rendimento che alla sicurezza 110

orientamenti alimentari

faccio molto uso di alimenti integrali 115

in genere sono informato sulla composizione degli alimenti e sul loro valore nutritivo 108

sono molto attento alla provenienza di quello che mangio 108

in casa mia si spende molto per il cibo 107

orientamenti verso l'abbigliamento

do molta importanza agli accessori (scarpe, occhiali, borse, cravatte...) 115

indosso spesso anelli, bracciali, collane di bigiotteria (non preziosi) 112

quando esco di casa, voglio avere un aspetto elegante 105

Gfk Tssp 2016b Tssp 2017a heavy viewers – indice di affinità



la fiction Rai è un prodotto digital

i risultati autunno 2017

la visione
è sempre più
multiplatforma

totale media views
settembre - novembre

Rai 1	Paradiso delle signore	7.500.000
Rai 1	Provaci ancora prof!	3.400.000
Rai 1	Sotto copertura	3.100.000
Rai 1	Sirene	2.200.000
Rai 2	Coliandro	2.000.000

l'offerta Rai è sempre più integrata

fonte: Web Trekk - totale Vod e streaming multiplatforma
il presente documento è redatto da Rai Pubblicità S.p.A. ed è destinato esclusivamente alla consultazione da parte dei propri clienti/centri media *destinatari* per mera finalità informativa ed illustrativa tale documento ed i relativi contenuti sono da considerarsi riservati e non possono essere riprodotti, in tutto o in parte, inseriti in siti internet né trasmessi, distribuiti o comunicati a soggetti terzi diversi dagli originari *destinatari* in qualsivoglia forma o modo



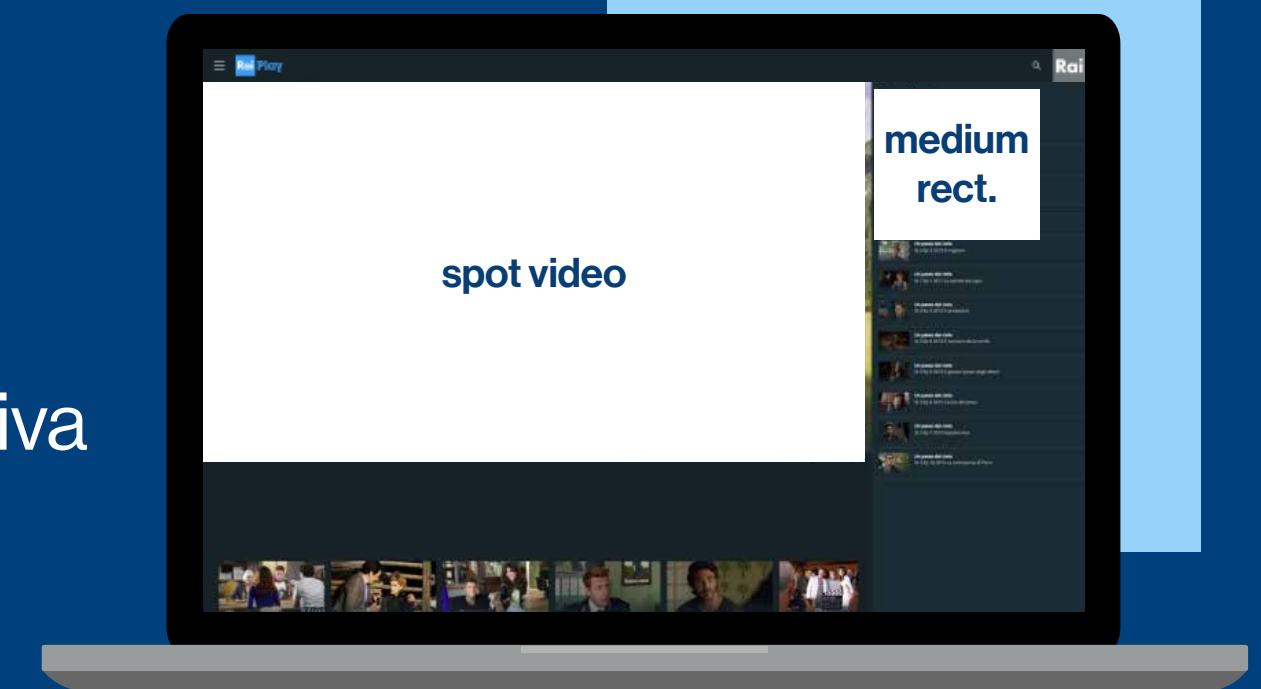
digital | opportunità di comunicazione

i plus

- un solo inserzionista nelle posizioni break pubblicitarie, pre-mid-post roll, in vod, replay tv e in diretta streaming della fiction
- inserimento dei banner sulle pagine di RaiPlay dedicate alla fiction e sulla pagina della diretta streaming nella fascia oraria di messa in onda televisiva

i k.p.i.

- l'endorsement con contenuti editoriali di qualità genera k.p.i. adv sopra media



spot video
dato medio %

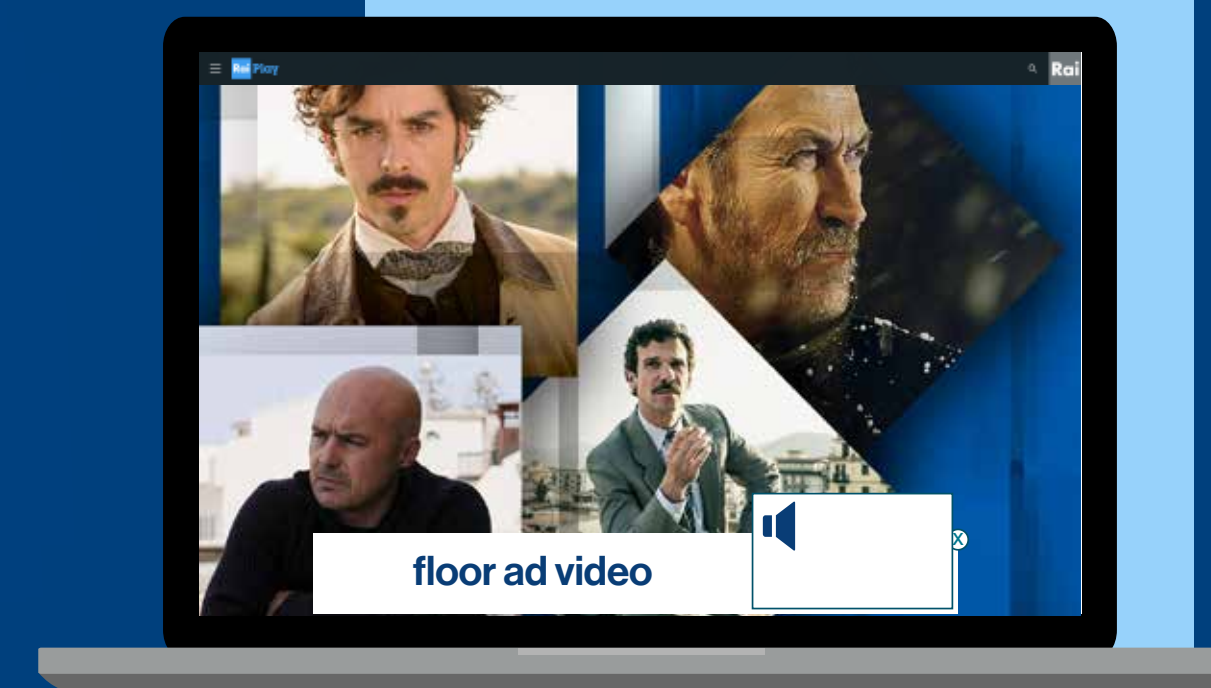
viewability
90

vtr
71

ctr
11

floor ad
dato medio %

viewability
82



fonte: Adserver Rai Pubblicità formato spot video multiplatforma anno 2017,
viewability: per spot e floor ad ComScore AdEffex anno 2017

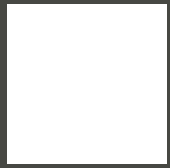


1. Il commissario Montalbano
2. La mossa del cavallo
3. Il cacciatore
4. Rocco Schiavone 2



Rai 1

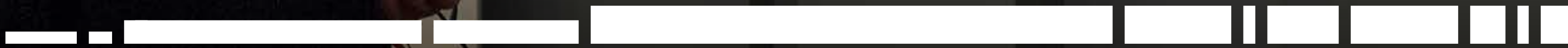
le grandi fiction
d'inverno 2018



1

Il commissario Montalbano

Rai Pubblicità





*In tv vive di vita propria,
in fondo rappresenta
tutti gli italiani.*

Andrea Camilleri

la fiction più vista d'Europa nel 2017

Torna il caso letterario e televisivo che ha segnato la storia culturale italiana e che non conosce il logorio del tempo.

Il personaggio di Montalbano, a diciott'anni dal suo esordio, continua a macinare consensi e ascolti in ogni angolo del mondo.

gli episodi 2017 e i classic



L'appuntamento con Luca Zingaretti prosegue con un ciclo di repliche.

Ad inaugurarle, i due episodi dello scorso anno: *Un covo di vipere*, con la bella Valentina Lodovini coinvolta in uno strano caso di duplice omicidio ai danni della stessa vittima, e *Come voleva la prassi*, l'episodio più visto in assoluto dell'intera saga, in cui la scena del crimine è quella di un party molto esclusivo.

la stampa ne parla

LA STAMPA SPETTACOLI

Ascolti Tv: trionfa "Il Commissario Montalbano"

Oltre dieci milioni e mezzo di telespettatori ieri sera su Raiuno per la fiction



Il Commissario Montalbano chiude le repliche con ascolti record nella sera del Concerto del Primo Maggio

Le repliche de Il Commissario Montalbano chiudono su Rai1 con boom di ascolti nella serata del Primo Maggio. A quando i nuovi episodi?



ANSA.it Cultura

ANSA.it › Cultura › Tv › **Montalbano dei record, fiction più vista degli ultimi 15 anni**

Montalbano dei record, fiction più vista degli ultimi 15 anni

la Repubblica

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 12/2016: 316.086
Diffusione 12/2016: 249.022
Lettori Ed. II 2016: 2.162.000
Quotidiano - Ed. nazionale

Dir. Resp.: Mario Calabresi

08-MAR-2017
da pag. 42
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

"Come voleva la prassi" supera gli 11 milioni di spettatori col 44,1% di share
È il miglior dato di una fiction negli ultimi quindici anni. Da lunedì le repliche

Commissario record

Camilleri: Montalbano in tv vive di vita propria

CULTURE

"Il commissario Montalbano" fa ancora record di ascolti: raggiunto il 44% di share, oltre 11 milioni di spettatori

© 07/03/2017 10:28 CET | Aggiornato 07/03/2017 16:46 CET

profilo qualitativo

adulti consapevoli

ritengo fondamentale per me stesso

migliorare la mia cultura, le mie conoscenze	128
avere un aspetto gradevole, curato	128

ritengo fondamentale per la società

più volontariato nelle opere civili e sociali	173
lotta contro la droga	172

esigente con se stesso e attento all'ambiente

sono disposto a pagare di più per dei prodotti che rispettano l'ambiente	122
è importante per me tenermi aggiornato su ciò che accade nel mondo	122
sono interessato agli eventi internazionali	114
cerco di avere uno stile di vita sano ed equilibrato	113
sono disposto a scendere a compromessi riguardo al mio stile di vita per giovare all'ambiente	111



heavy viewer

un adulto responsabile e consapevole

valori

	idx affinità
sostenibile	132
autorevole	123
estetico	119
familiare	110

Gfk Tssp 2017b – universo 8.026.000 heavy viewers – indice di affinità



profilo qualitativo

adulti consapevoli

tiene molto alla sua forma fisica e mentale

essere in salute significa per me: essere in armonia, in equilibrio con me stesso, corpo e mente	111
mi sento meglio se posso fare attività che servano ad avere un aspetto piacevole e curato	118
in un giorno normale (lavorativo), dedico ai miei hobbies/sport, da 1 ora a 2 ore e 30	126
più volte alla settimana pratico ginnastica con attrezzi in palestra	163

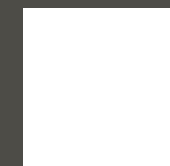
predilige relazioni e cultura

mi piace passare molto del mio tempo libero con amici	107
mi piacciono le vacanze non stanziali, con vari spostamenti	118
preferisco fare vacanze culturali: visitare città, monumenti, musei, ecc.	115



Gfk Tssp 2017b – universo 8.026.000 heavy viewers – indice di affinità





profilo qualitativo

adulti consapevoli

negli acquisti non si accontenta facilmente

se una cosa mi piace la compro senza badare al prezzo	131
vale la pena pagare di più per i prodotti di qualità	121
scelgo prodotti/marche che rispettano l'ambiente/i diritti umani	117
mi piacerebbe potere acquistare prodotti con poco o nessun imballaggio, quindi più ecologici	117
acquisto sulla base della qualità, e non del prezzo	116

orientamenti alimentari

verifico sempre l'apporto nutrizionale dei cibi	117
sono molto attento alla provenienza di quello che mangio	113
vale la pena pagare di più per birra/vino/alcolici di qualità	109
in casa mia si spende molto per il cibo	107

orientamenti verso l'abbigliamento

do prevalentemente consigli ad altri per l'acquisto di capi e accessori d'abbigliamento	124
porto spesso un orologio di valore	123

orientamenti finanziari

do sempre consigli ad altri per l'acquisto di prodotti bancari/assicurativi/finanziari	122
seguo le quotazioni di borsa	128
quando posso, investo in finanza parte dei miei risparmi	121

orientamenti verso la casa

do sempre consigli ad altri per l'acquisto di prodotti pulizia casa	107
compero solo i prodotti delle marche più note	112



Gfk Tssp 2017b | universo 8.026.000 heavy viewers – indice di affinità



target commerciale **abitudini di acquisto del pubblico**

prodotti base alimentari

tonno ricettato/con contorno	210
sughi pronti freschi	169
aromi e spezie	163
condimenti per piatti	161
carne in scatola	157
legumi secchi	144
pelati e pomodorini	139
confetture spalmabili frutta	136
condimenti per piatti	123

latticini

yogurt magro	151
yogurt funzionale	130

bevande

energy brink	168
orzo e sostituiti caffè	160
aperitivi analcolici	142
birre alcoliche	138
bevande gassate (chinotto/gassosa/limonati)	129

surgelati

specialità salate	126
-------------------	-----

fuori pasto

fuori pasto salati	200
merendine fresche	139
gomme da masticare	139
caramelle	125
praline cioccolatini	122

toilettries/cosmetici

deodoranti	138
tonico	132
pulizia viso donna	129
creme viso nutrienti/anti età	127
salviette struccanti	124

abbigliamento

borse (ultimi 12 mesi oltre 3/4borse)	221
--	-----

cellulare

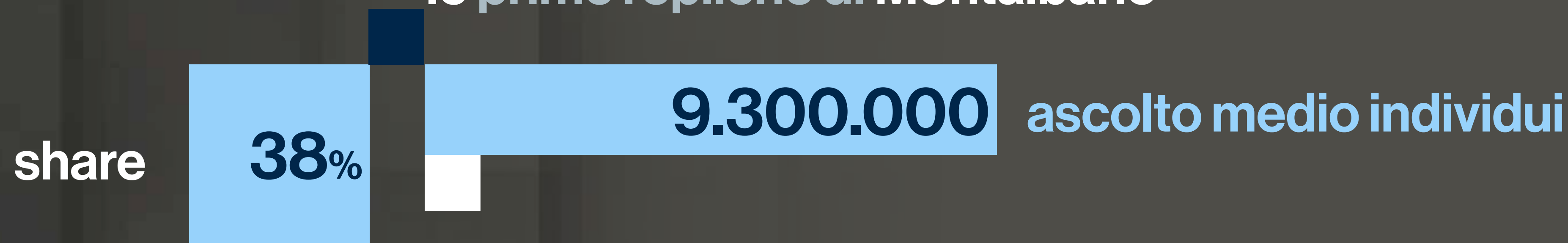
sono intenzionato ad acquistare un nuovo cellulare (entro i prossimi 6 mesi)	121
--	-----

Gfk Tssp 2017b – universo 8.026.000 heavy viewers – indice di affinità

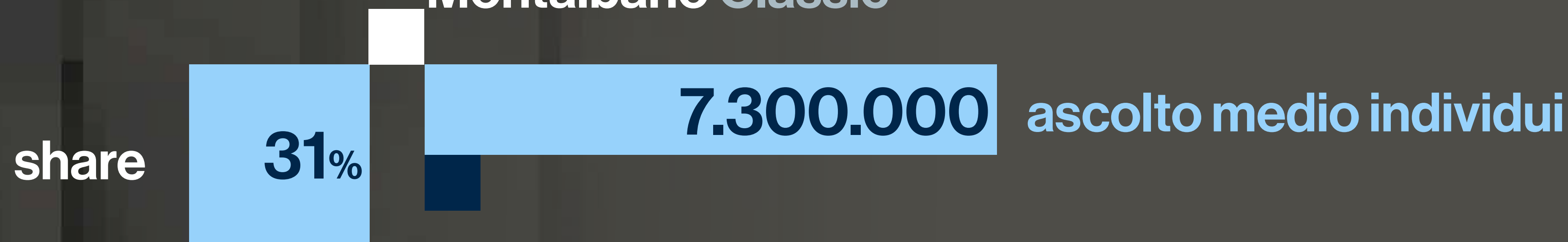


continua il successo

le prime repliche di Montalbano



Montalbano Classic



stime di ascolto per Montalbano prime repliche e Classic allineate agli ascolti reali

Auditel Nielsen Tam - target: individui+ospiti Montalbano prime repliche 2016 – indice di affinità fct di riferimento: Una Faccenda delicata, La Piramide di fango e Montalbano classic inverno 2017



modalità di vendita



**modulo
tematico**

i break interni Rai 1 e Rai Movie

**acquisto
a puntata**

i break access Rai 1
su formati/posizioni a scelta

**sconto
cliente**

formati disponibili

spot
spot p/u
fuori break
billboard*
inviti all'ascolto*

**disponibile
extension digital**

*per i billboard e gli inviti all'ascolto non è previsto l'abbinamento a Rai Movie

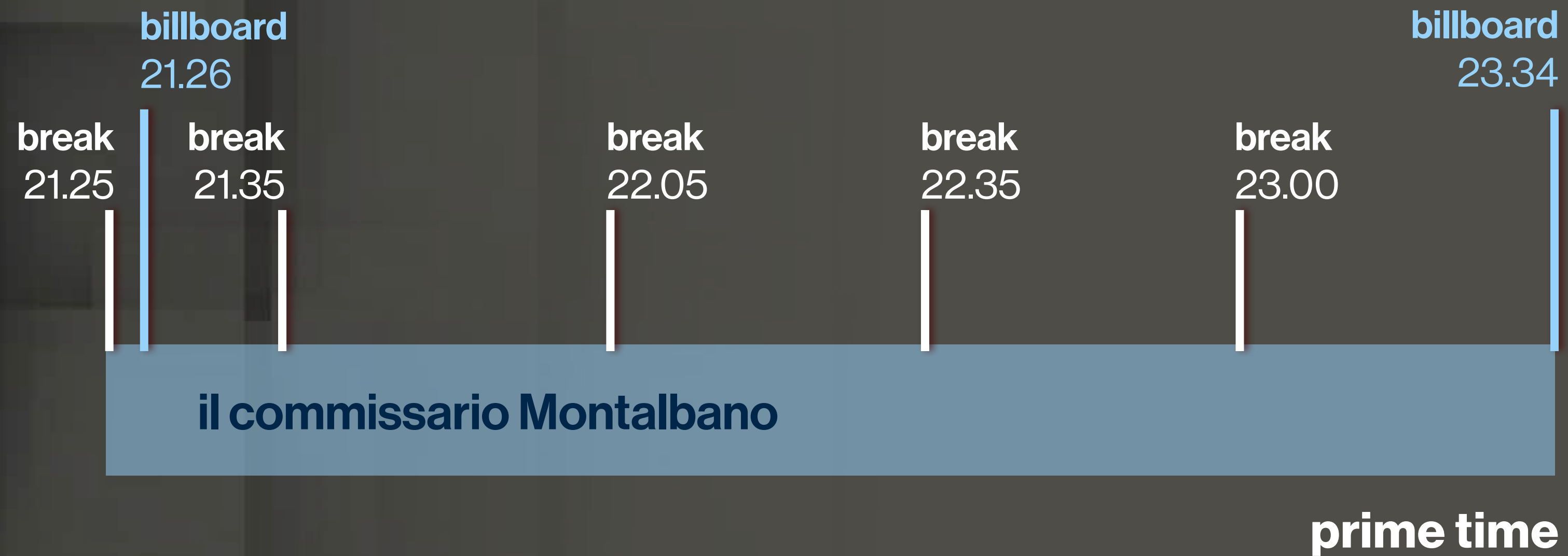
modulo tematico fiction + Rai Movie

aumenta la sinergia tra i canali attraverso l'acquisto abbinato per ottimizzare engagement, cpg, copertura e frequenza



		spot	quota tv specializzate	saving cpg ra 25-54 vs sola tv generalista
modulo Montalbano 2017	Rai 1 Rai Movie	17	18%	-6%
modulo Montalbano classic	Rai 1 Rai Movie	17	22%	-7%

tv | impaginazione



gli orari possono subire variazioni



tv | offerta commerciale

	passaggi	spot 15"	spot p/u 15"	fuori break 10"	fuori break 15"	fuori break 45"
Montalbano 2017 access	il6e12/3	1	123.000,00	141.450,00	135.300,00	147.600,00
Montalbano 2017 Rai 1+Rai Movie*		1+16	176.220,00	201.342,00	193.838,00	211.458,00

tariffe €

inviti
billboard
4"+4"
all'ascolto
5"+5"

tariffe €

Montalbano 2017	il6e12/3	86.000,00	127.000,00
------------------------	----------	-----------	------------

*composizione passaggi di Rai Movie: 6 mattina, 6 pomeriggio, 2 second prime time, 2 early night - 16 passaggi complessivi
per gli eventi speciali non si applicano le promozioni di periodo | disponibile un percorso promotail
qualsiasi scelta specifica di punto ora comporta un sovrapprezzo del 20%
per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita



tv | offerta commerciale

	passaggi	spot 15"	spot p/u 15"	fuori break 10"	fuori break 15"	fuori break 45"
Montalbano classic access	dal19/3	1	99.000,00	113.850,00	108.900,00	118.800,00
Montalbano classic Rai 1+Rai Movie*		1+16	143.220,00	163.392,00	157.538,00	171.858,00

tariffe €

inviti
billboard
all'ascolto
4"+4"
5"+5"

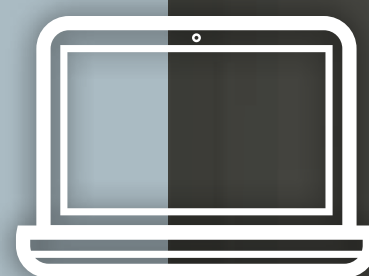
tariffe €

Montalbano classic	dal19/3	68.000,00	101.000,00
---------------------------	---------	-----------	------------

*composizione passaggi di Rai Movie: 6 mattina,6 pomeriggio, 2 second prime time, 2 early night - 16 passaggi complessivi
per gli eventi speciali non si applicano le promozioni di periodo | disponibile un percorso promotail
qualsiasi scelta specifica di punto ora comporta un sovrapprezzo del 20%
per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita



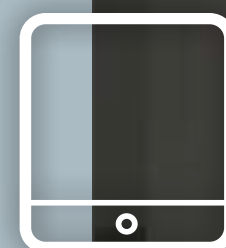
digital | offerta editoriale



Per tutti gli appassionati del commissario Montalbano, tornano su RaiPlay le repliche da vedere e rivedere, scegliendo fra le modalità di fruizione ed i device che si preferiscono.



- **streaming live**
- **vod**
- **replay tv** per i 7 giorni successivi alla programmazione tv.



digital | offerta commerciale

pianificazione tabellare

Gli inserzionisti potranno legare il proprio brand alla fiction *Il commissario Montalbano* attraverso l'acquisto di un pacchetto dedicato, che prevede l'impaginazione pubblicitaria su tutti i contenuti relativi alla fiction, offrendo una completa copertura del prodotto e l'engagement del target.

pacchetto settimanale disponibile per max 4 clienti

repliche

formato	* impressions a cliente	tariffa lorda settimanale a cliente (€)
spot video multiplatforma		
floor ad video	172.000	31.000,00
medium rectangle box		

* traffico a cliente valido per il periodo dal 6 marzo al 6 maggio 2018

la validità dell'offerta potrebbe essere soggetta a variazioni di periodo in base alla modifica della programmazione televisiva i formati presenti sulla pagina di fruizione del live di Rai 1 (sia spot video che banner) saranno impaginati dalle ore 21.00 alle ore 23.59 delle sole serate di programmazione della trasmissione



Rai 1

le grandi fiction
d'inverno 2018

5

La mossa del cavallo

Rai Pubblicità





*Tutto succede,
in questo teatro di manovre ingannatrici,
senza che nulla appaia accadervi.*

Salvatore Silvano Nigro

nella recensione del libro *La mossa del cavallo*

Dopo i due episodi inediti de *Il commissario Montalbano*, un film per la tv per celebrare il genio di Andrea Camilleri e uno dei suoi libri più famosi, considerato oggi un vero e proprio classico della letteratura moderna



Una tragedia esilarante, un avvincente poliziesco ambientato nella Sicilia del XIX secolo.

Nei panni del ragioniere Giovanni Bovara, un brillante Michele Riondino si troverà invischiato in un *triatro* dell'assurdo, una scacchiera su cui dovrà giocare una pericolosissima partita per la sua incolumità.

Nato a Vigàta, in Sicilia, ma genovese di adozione, viene mandato nell'isola come *Ispettore Capo dei Mulini* dopo che i due che l'avevano preceduto sono morti ammazzati.

Integerrimo, condurrà il suo mandato fino a che non sarà ingiustamente accusato di un omicidio di cui è casualmente testimone, per la gioia di politici e mafiosi non contenti della sua impeccabile condotta.

L'unica maniera per difendersi dalla paradossale situazione in cui si viene a trovare, è scavalcare i suoi nemici con una mossa arguta: recuperare il dialetto paterno e *parlari le lengua dei so' persecutori*.

Il film è prodotto da Palomar e diretto da Gianluca Maria Tavarelli, regista della fiction rivelazione dello scorso anno: *Maltese - Il romanzo del commissario*.



la stampa ne parla

R.it

Palermo

"La mossa del cavallo" di Camilleri diventa un film nel Ragusano



**PLAY4
MOVIE**

La mossa del cavallo,
al via le riprese con Michele Riondino

CULTURA E SPETTACOLO

Camilleri raddoppia: Montalbano e "I racconti di Vigata" su Rai 1 in primavera

corriere **Q**uotidiano.it

SET CINEMATOGRAFICO

"La mossa del cavallo" di Camilleri diventa film e nel Ragusano si 'vestono' abiti ottocenteschi

Inviato da desk2 il 10 Ottobre, 2017 - 10:46

Scicli set cinematografico per un film su Rai Uno "La mossa del cavallo"

stime di ascolto



30% share

7.500.000 ascolto medio individui

profilo
composizione

74%

spendenti

60%

donne

29%

25-54

stima Rai Pubblicità, target individui

modalità di vendita



**acquisto
a puntata**

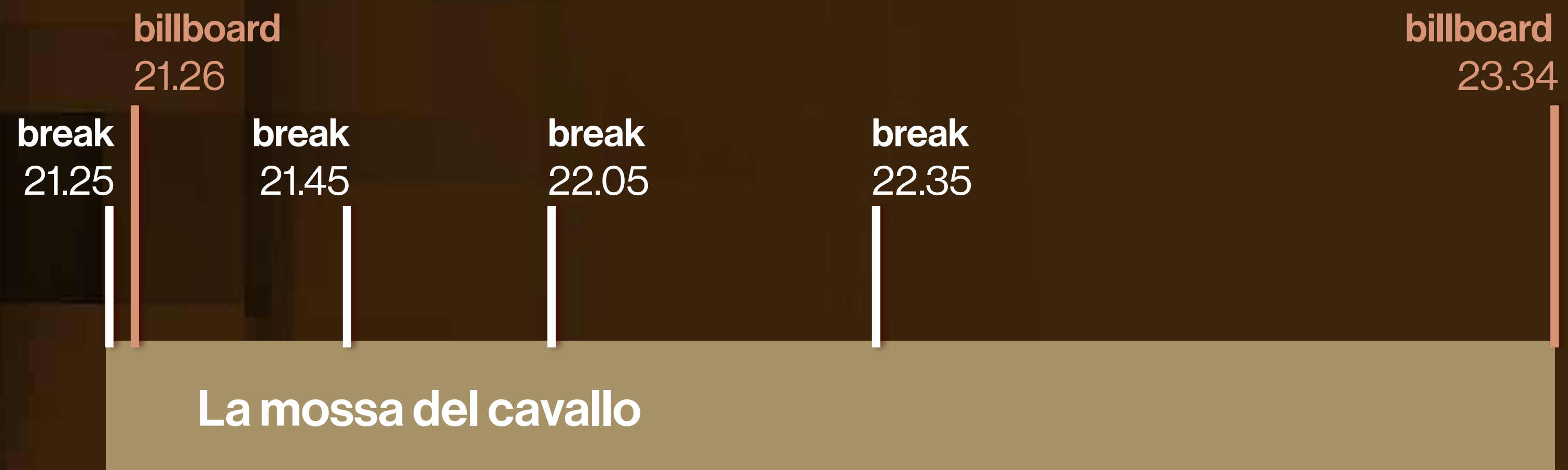
su formati/posizioni a scelta

**sconto
cliente**

formati disponibili

spot
spot p/u
fuori break
billboard
inviti all'ascolto

impaginazione



prime time

gli orari possono subire variazioni



tv | offerta commerciale



Fiction Camilleri Access

Fiction Camilleri

passaggi	spot 15"	spot 15" p/u	fuori break 10"	fuori break 15"	fuori break 45"
----------	----------	--------------	-----------------	-----------------	-----------------

tariffe €

1 105.000,00 120.750,00 115.500,00 126.000,00 311.850,00

1 124.800,00 143.520,00 137.280,00 149.760,00 370.656,00

billboard 4"+4"	inviti all'ascolto 5"+5"
-----------------	--------------------------

tariffe €

Fiction Camilleri

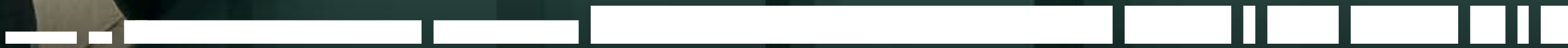
72.000,00 107.000,00

per gli eventi speciali non si applicano le promozioni di periodo | disponibile un percorso promotail
 qualsiasi scelta specifica di punto ora comporta un sovrapprezzo del 20%
 per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita

6



Il cacciatore





*Nel 1993 lo Stato era in guerra
e io junto a la mità de li mei jorni
mi trovava dintro un bosco scuru scuru
ca nun trovavo chiù la via che torna*



Un nuovo crime per raccontare le pagine più cruente della lotta tra lo Stato e la mafia siciliana nei primi anni '90. La storia di Saverio Barone, ispirata alla vita del procuratore Alfonso Sabella, uno dei magistrati più attivi d'Italia nella lotta al cancro mafioso. Una coproduzione internazionale – Cross Production, Beta Film e Rai Fiction- per narrare le vicende legate agli arresti di temibili boss come Leoluca Bagarella, Giovanni Brusca, Vito Vitale e Pietro Aglieri.

**prima serata
dal 14 marzo
al 18 aprile**

6 puntate

Le bombe di Firenze, Bologna e Milano, le stragi di Capaci e Via D'Amelio, il rapimento e l'omicidio del piccolo Giuseppe, 12 anni, figlio del pentito Santo Di Matteo, che segnò un punto di non ritorno nella storia della mafia siciliana.

Francesco Montanari, il Libanese di Romanzo Criminale, diventa per Rai 2 il Cacciatore, un segugio ossessionato dalle sue prede, protagonista di un mafia story cruento e sincopato.



la stampa ne parla

AGRIGENTONOTIZIE Sezioni

SciaccaNotizie *A cura di Redazione*

Sciacca / Sciacca

La storia del magistrato Alfonso Sabella diventa una fiction, Santo D'Aleo nel cast

La serie racconterà gli anni cruenti della mafia siciliana ma anche le grandi catture nell'epoca del magistrato bionese

LIBERO 24x7

Milano Roma Napoli Firenze Genova Bari **Palermo** Bologna Torino Venezia Altre città

Cronaca Economia Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia

A Palermo le riprese de 'Il cacciatore', la fiction tv sul magistrato Alfonso Sabella



Pesce sarà Giovanni Brusca ne 'Il cacciatore di mafiosi'

Tutto di Tutto

Il Cacciatore: la grande novità di Rai 2

ottobre 8, 2017 da tuttoditutto

stime di ascolto



12.5%

share

3.100.000

ascolto medio individui

profilo
composizione

52%

ra

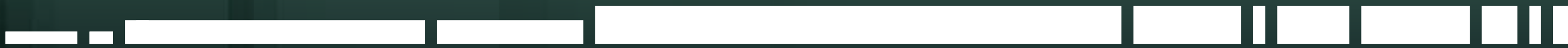
34%

25-54 anni

72%

spendenti

stima Rai Pubblicità, target individui





modalità di vendita

**modulo
tematico**

i break interni Rai 2 e Rai Movie

**acquisto
a puntata**

il break access Rai 2
su formati/posizioni a scelta

**sconto
cliente**

formati disponibili

spot
spot p/u
fuori break
billboard*
inviti all'ascolto*

**disponibile
extension digital**

*per i billboard e gli inviti all'ascolto non è previsto l'abbinamento a Rai Movie



modulo tematico fiction + Rai Movie

aumenta la sinergia tra i canali attraverso l'acquisto abbinato per ottimizzare engagement, cpg, copertura e frequenza



modulo Il cacciatore

Rai 2

Rai Movie

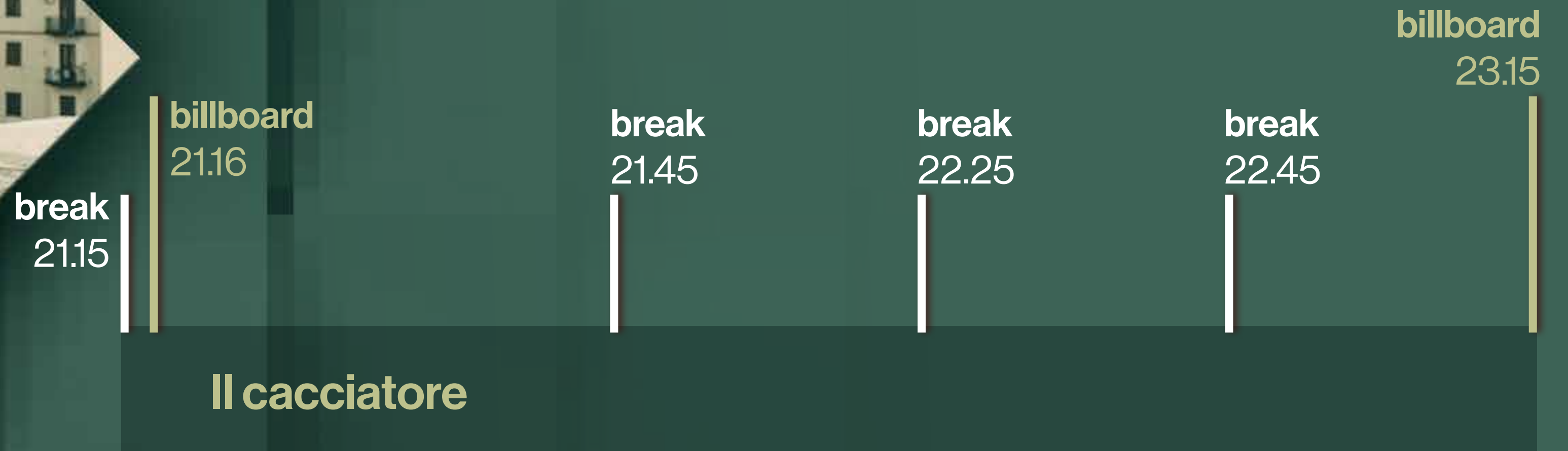
spot quota tv specializzate saving cpg ra 25-54 vs sola tv generalista

6

14%

-5%

tv | impaginazione



prime time

gli orari possono subire variazioni



tv | offerta commerciale

	passaggi	spot 15"	spot 15" p/u	fuori break 10"	fuori break 15"	fuori break 45"
Il cacciatore access	1	37.800,00	43.470,00	41.580,00	45.360,00	112.266,00
Il cacciatore dal 14/3 al 18/4 Rai 2+Rai Movie*	1+5	58.286,40	66.665,04	64.113,00	69.942,00	173.109,60

tariffe €



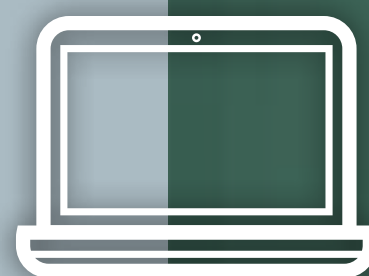
	billboard 4"+4"	inviti all'ascolto 5"+5"
Il cacciatore	28.000,00	41.000,00

tariffe €

*composizione passaggi di Rai Movie: 2 mattina, 1 pomeriggio, 2 early night; 5 passaggi complessivi
per gli eventi speciali non si applicano le promozioni di periodo | disponibile un percorso promotail
qualsiasi scelta specifica di punto ora comporta un sovrapprezzo del 20%
per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita



digital | offerta editoriale



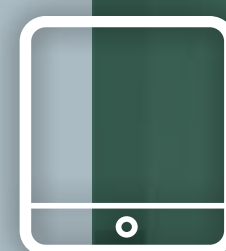
È in arrivo su RaiPlay la fiction *Il Cacciatore*, ispirata ad una storia vera ed ambientata negli anni '90.



L'utente potrà fruire delle puntate scegliendo fra le modalità:



- **streaming live**
- **vod**
- **replay tv** per i 7 giorni successivi alla programmazione tv in una logica multidevice per far sì che non ci si perda neppure un secondo della fiction ovunque ci si trovi.



digital | offerta commerciale

pianificazione tabellare

Gli inserzionisti potranno legare il proprio brand alla fiction *Il Cacciatore* attraverso l'acquisto di un pacchetto dedicato, che prevede l'impaginazione pubblicitaria su tutti i contenuti relativi alla nuova fiction, offrendo una completa copertura del prodotto e l'engagement del target.

pacchetto settimanale disponibile per max 4 clienti



formato	* impressions a cliente	tariffa lorda settimanale a cliente (€)
spot video multiplatforma	200.000	36.000,00
floor ad video		
medium rectangle box		

* traffico a cliente valido per le settimane del periodo 14 marzo - 22 aprile 2018

la validità dell'offerta potrebbe essere soggetta a variazioni di periodo in base alla modifica della programmazione televisiva i formati presenti sulla pagina di fruizione del live di Rai 2 (sia spot video che banner) saranno impaginati dalle ore 21.00 alle ore 23.59 delle sole serate di programmazione della trasmissione



6

Rocco Schiavone 2



*Schiavone è un personaggio anarchico
che ha capito che la vita eterna non esiste
e che si deve morire.*

Marco Giallini

Ormai si sa, Schiavone è un disgraziato, è guardia e ladro contemporaneamente, perseguitato dalle *rotture di cojoni*: un infallibile detective con un metodo a dir poco discutibile.

Ma cosa si nasconde dietro il Vicequestore più burbero, cinico e maleducato del piccolo schermo?

Continua la saga di successo nata dalla penna di Antonio Manzini, con quattro nuovi episodi: nuovi e vecchi casi collegati a doppio filo con il suo torbido passato di figlio della Trastevere violenta degli anni '70, ora esiliato ad Aosta per motivi disciplinari.

Una co-produzione internazionale che ha preso vita sul piccolo schermo, italiano e non, grazie alla talentuosa interpretazione di Marco Giallini.

prima serata
dal 25 aprile
4 puntate

la stampa ne parla

Rai News

SPETTACOLO

L'autore a 'Pordenonelegge'

aa ✉ 🖨

Manzini: nuove riprese 'Rocco Schiavone' anche a Cividale

Non solo Aosta e Roma nella seconda stagione della serie tv, dopo il grande successo dello scorso autunno su Rai 2

PANORAMA Panorama d'Italia News Economia Mytech Cinema Musica Tv Cultura Scienza

Serie TV

Rocco Schiavone, al via le riprese della seconda stagione

Torna la fiction cult di Rai 2 con Marco Giallini tratta dai romanzi di Antonio Manzini. Rocco Schiavone 2 girata tra Roma e Valle d'Aosta

R.it SPETTACOLI

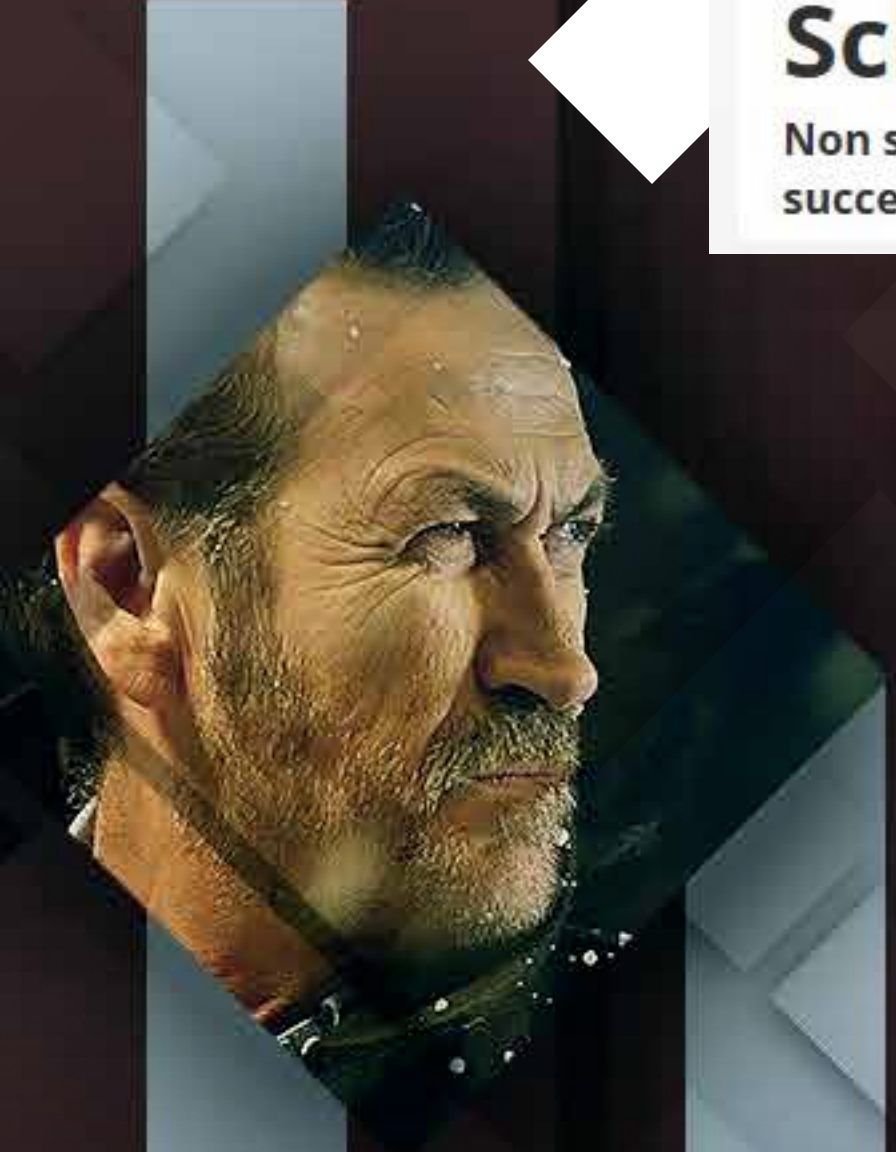
Rocco Schiavone, il vicequestore anarchico, è Giallini: "Sa che si muore, un po' come me"

di SILVIA FUMAROLA

CULTURA & SPETTACOLI IL SECOLO XIX

OTTIMI ASCOLTI | 10 novembre 2016

"Rocco Schiavone", buona la prima: Marco Giallini conquista tutti



profilo qualitativo

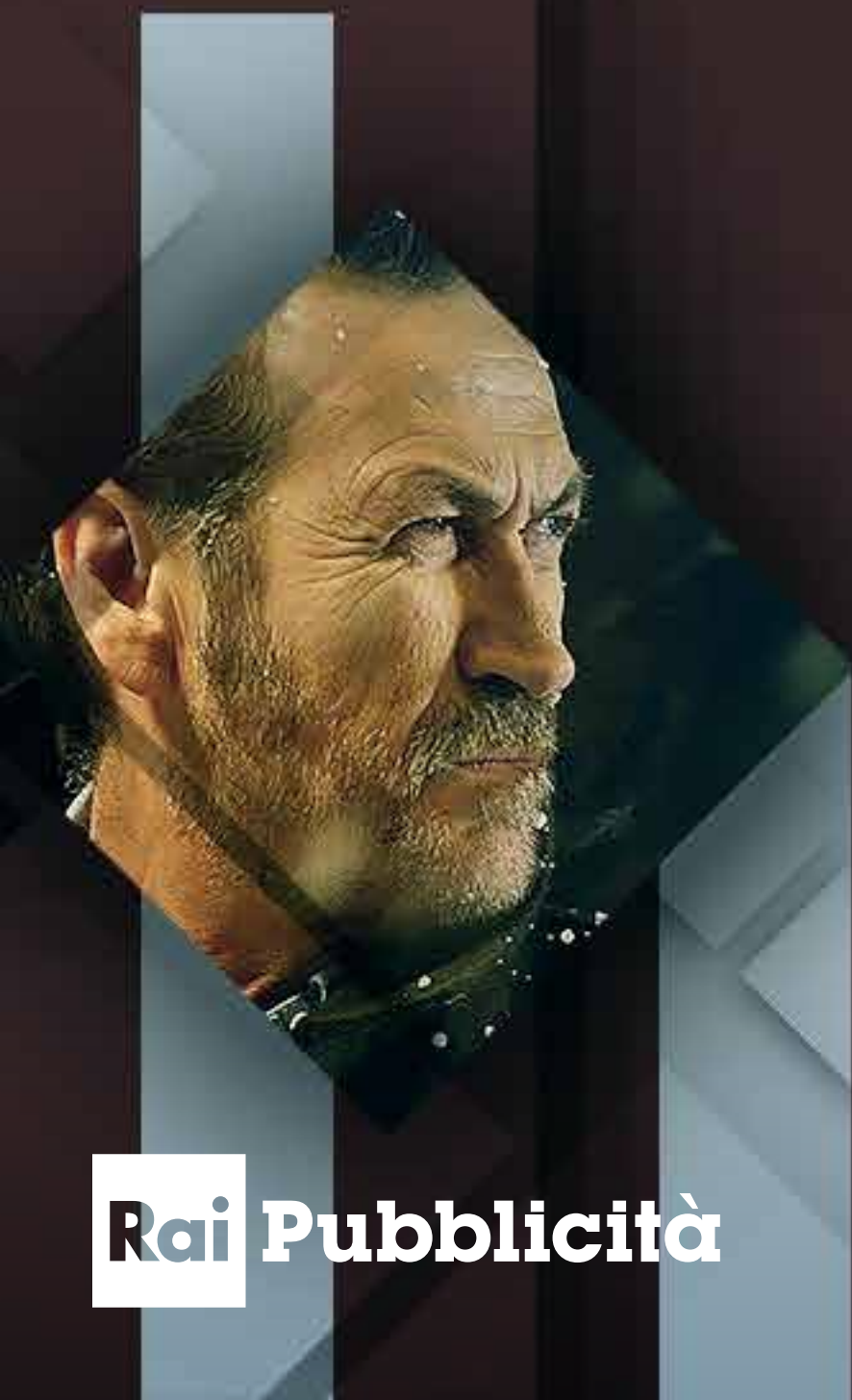
colto, informato e impegnato con ambizione e responsabilità

fondamentali nella vita

fare sport	230
migliorare la mia cultura, le mie conoscenze	158
stare con amici	142
essere stimato e ben considerato dagli altri	139

aspetti sociali importanti

lotta contro la droga	200
più attenzione al problema del risparmio energetico	169
meno inquinamento, ambiente più pulito	160
lotta alla criminalità, alla mafia	144
lotta contro la corruzione nello stato	139



heavy viewer

persona colta, dinamica
con posizione socioeconomica alta,
consapevole e con forti valori sociali

valori

	idx affinità
formativo	115
autorevole	113

Gfk Tssp 2017 b – universo 3.987.000 heavy viewers

profilo qualitativo

colto, informato e impegnato

non solo interessato a se stesso

è importante per me aiutare gli altri	166
in 1 anno ho donato da 101 euro a 150 euro	315

a quali associazioni

aiuti a persone povere/bisognose in Italia	193
ricerca medico scientifica (cancro, leucemia, sclerosi multipla)	150
aiuti per le emergenze umanitarie (guerre, epidemie, catastrofi naturali, ecc.)	144

tratti personali

sono interessato agli eventi internazionali	114
so dirigere gli altri	113
sono interessato all'arte	111

nel mio tempo libero ho assistito/visitato

conferenze o manifestazioni culturali	167
libreria	141
musei/mostre	138
siti archeologici	130
eventi sportivi dal vivo	126
monumenti/chiese	124

mi piace anche

dedicarmi alla lettura	145
guardare un film/dvd	124
uscire la sera frequentare locali per bere o mangiare qualcosa, ascoltare musica, stare con gli amici	110

Gfk Tssp 2017 b – universo 3.987.000 heavy viewers



profilo qualitativo

colto, informato e impegnato per gli acquisti qualità e marca

orientamento d'acquisto

vale la pena pagare di più per i prodotti di qualità	128
per me e per la mia casa compero solo cose di ottima qualità	127
compero solo i prodotti delle marche più note	126

orientamento verso la casa

in genere spendo molto per l'arredamento della mia casa	142
in casa ho molti prodotti per la pulizia della casa	115
faccio molta attenzione all'igiene dei pavimenti	110

orientamenti verso l'abbigliamento

indosso spesso anelli/bracciali/collane di bigiotteria (non preziosi)	111
porto abitualmente i jeans	110

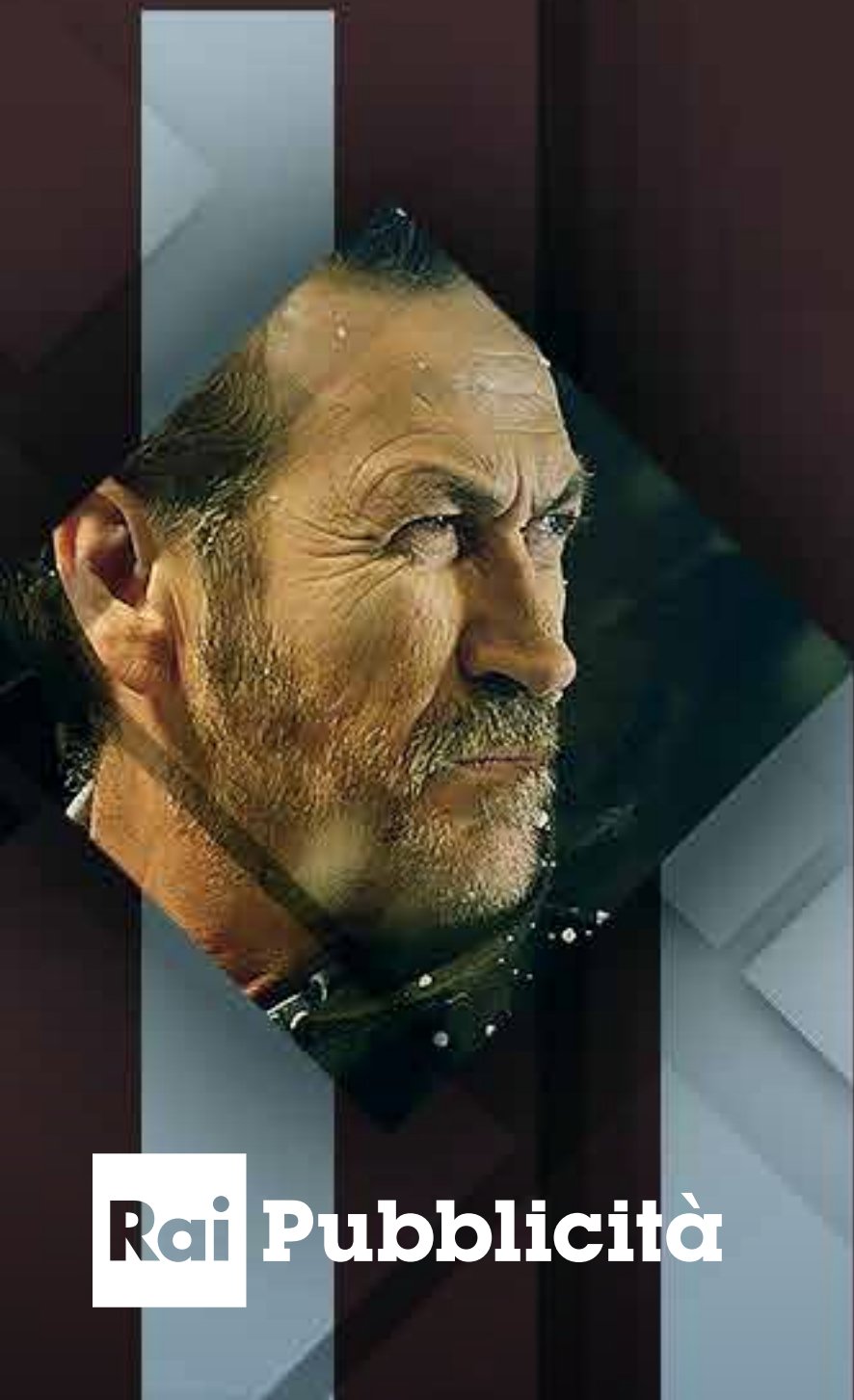
orientamenti finanziari

quando posso, investo in finanza parte dei miei risparmi	151
mi piace tenermi informato sui nuovi prodotti finanziari e sulle possibilità di investimento	149
se dovessi fare un investimento baderei più al rendimento che alla sicurezza	123

orientamenti comportamentali auto

spenderei di più per un'auto con caratteristiche ecologiche	124
bado che la mia auto rispetti l'ambiente	118

Gfk Tssp 2017 b – universo 3.987.000 heavy viewers



target commerciale **abitudini di acquisto del pubblico**

prodotti base alimentari

specialità sostitutivi pane	176
salumi interi/tranci	149
grissini	147
cereali prima colazione	145
preparati primi piatti	133
sughi pronti fresci	133
patè e spalmabili	130

surgelati

preparati sughi e salse	215
vegetali naturali frutta	129
pizza	114

bevande

tea	148
spumante italiano secco	146
cola	142
integratori/acque aromatizzate	137
aranciata	113
birre alcoliche	121

fuori pasto

gelati vaschette	148
gomma da masticare	137
dessert/creme/budini	128
caramelle	117

casa

deodorante ambiente	185
cera pavimenti e deceranti	121

vari

pacchetti soggiorno e/o viaggio da tour operator	131
--	-----

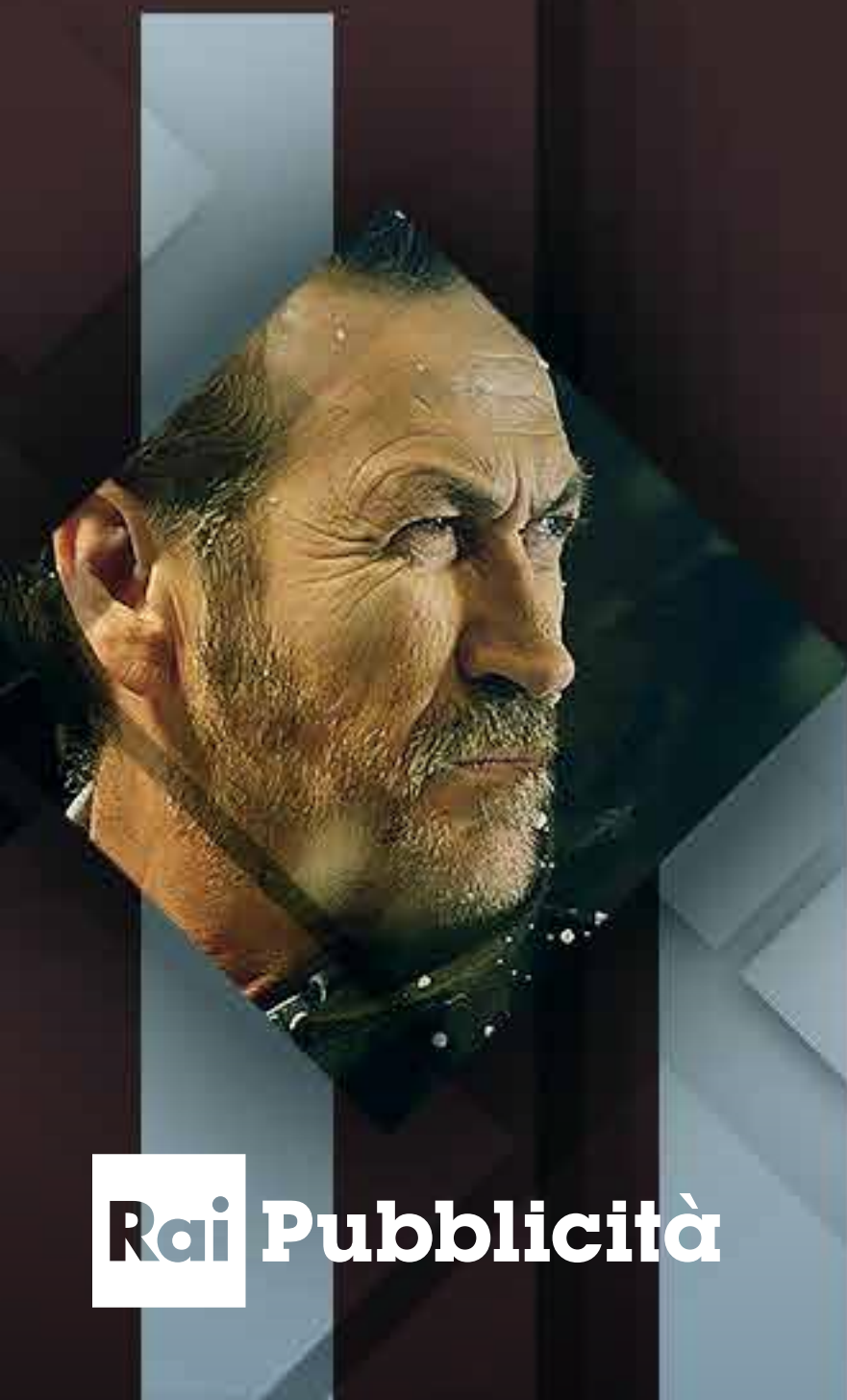
abbigliamento

capi sportivi 5-6 (nei 12 mesi)	327
---------------------------------	-----

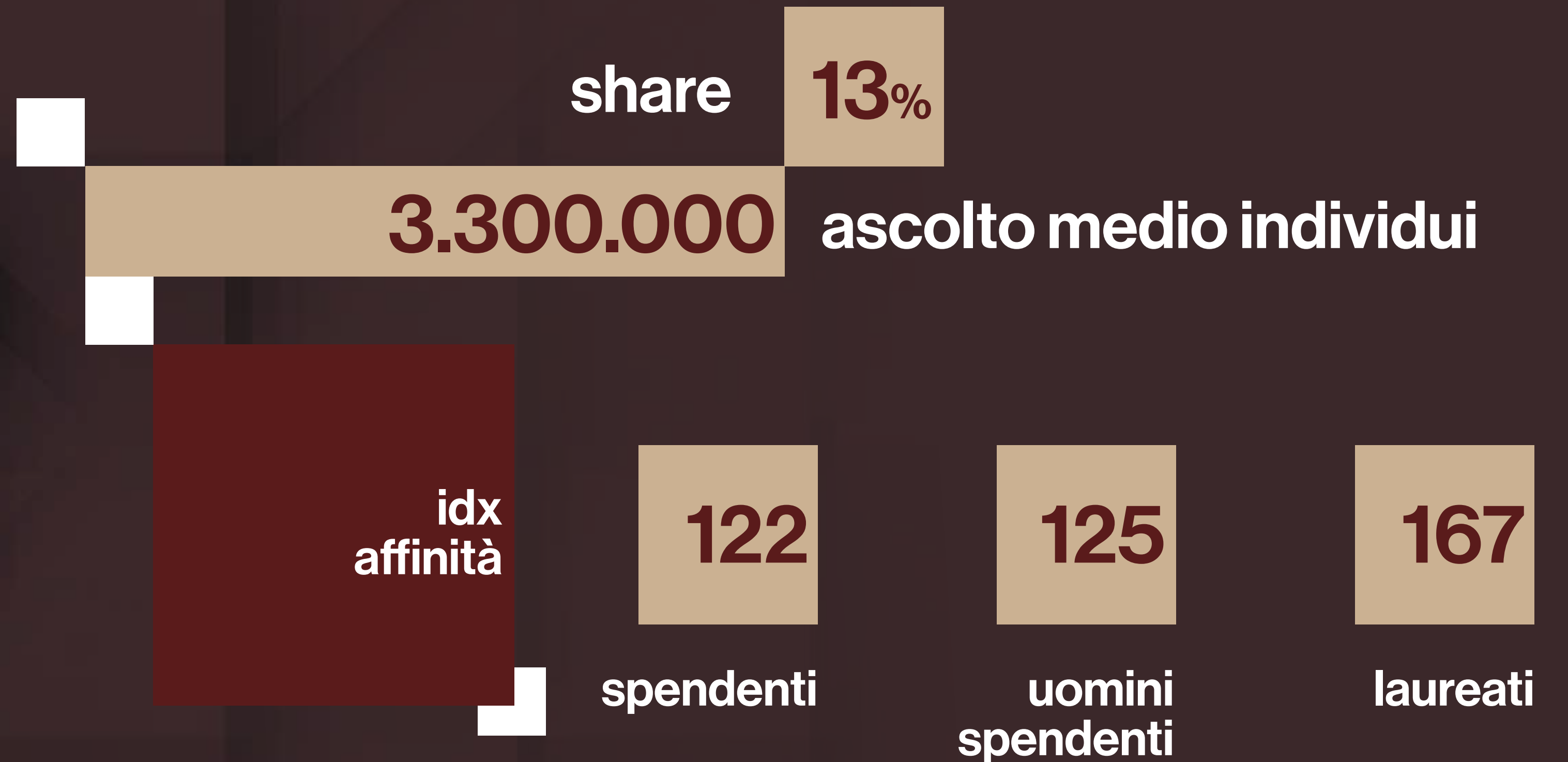
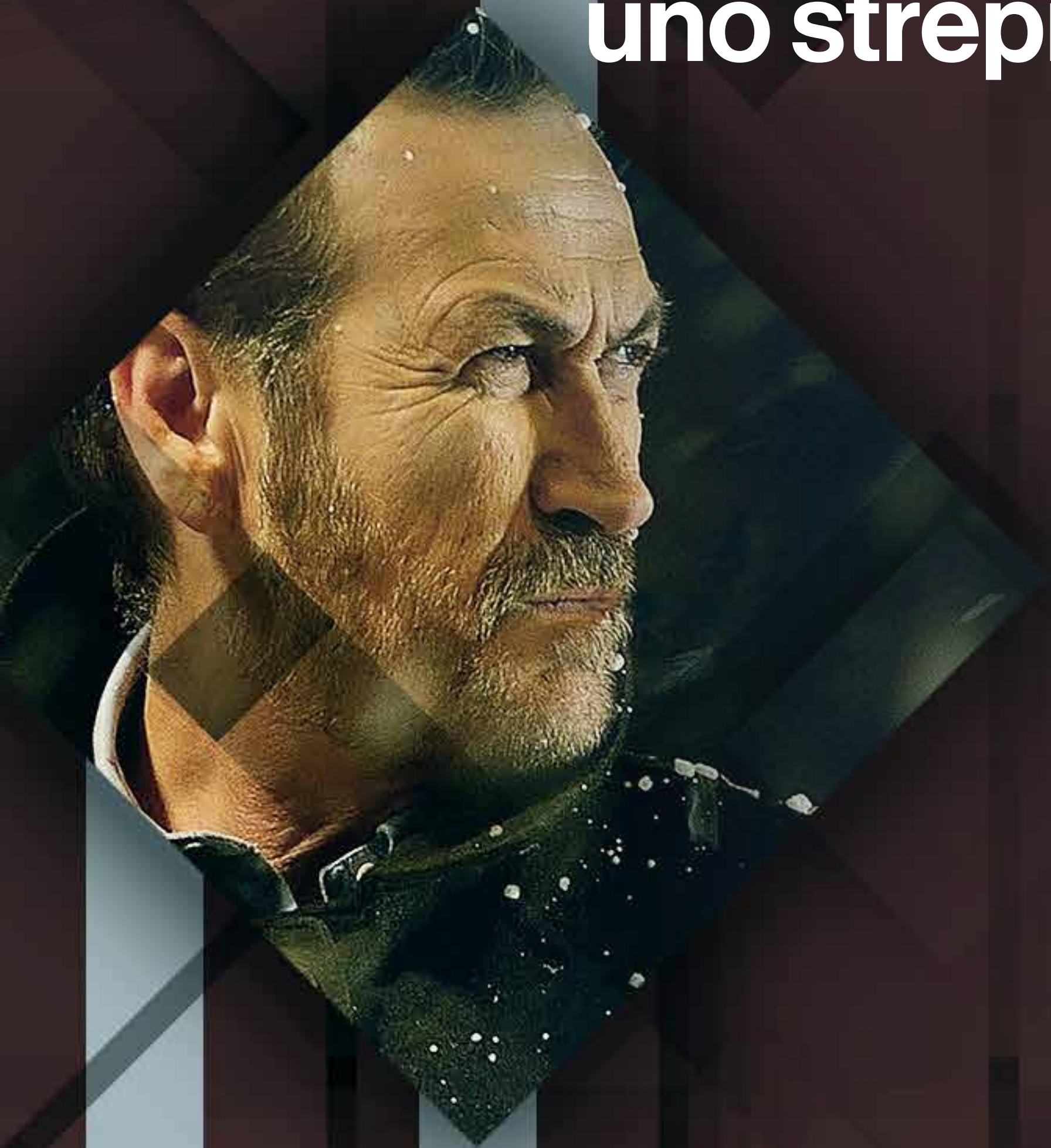
cellulare

acquistero' un nuovo cellulare (entro 12 mesi)	141
sono disposto a spendere fino a 400 euro	167

Gfk Tssp 2017 b – universo 3.987.000 heavy viewers



uno strepitoso successo per la prima edizione



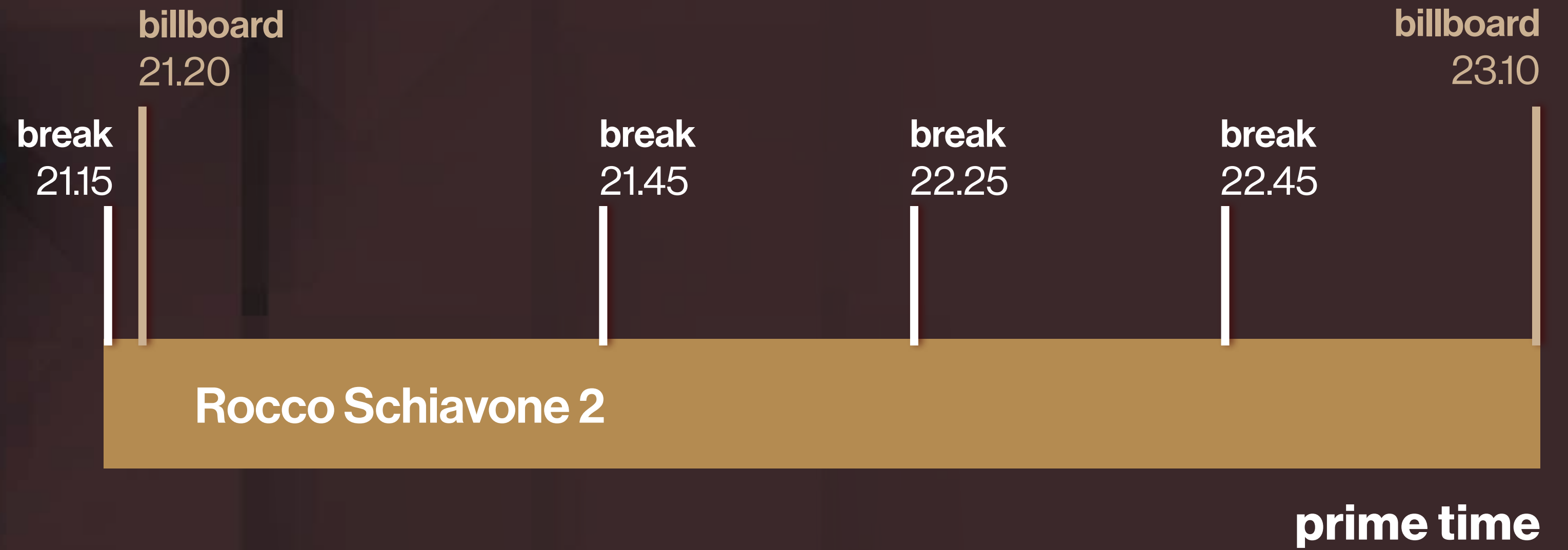
Auditel Nielsen Tam - target: individui+ospiti - fct di riferimento Rocco Schiavone edizione novembre 2016



modalità di vendita



tv | impaginazione



gli orari possono subire variazioni



tv | offerta commerciale

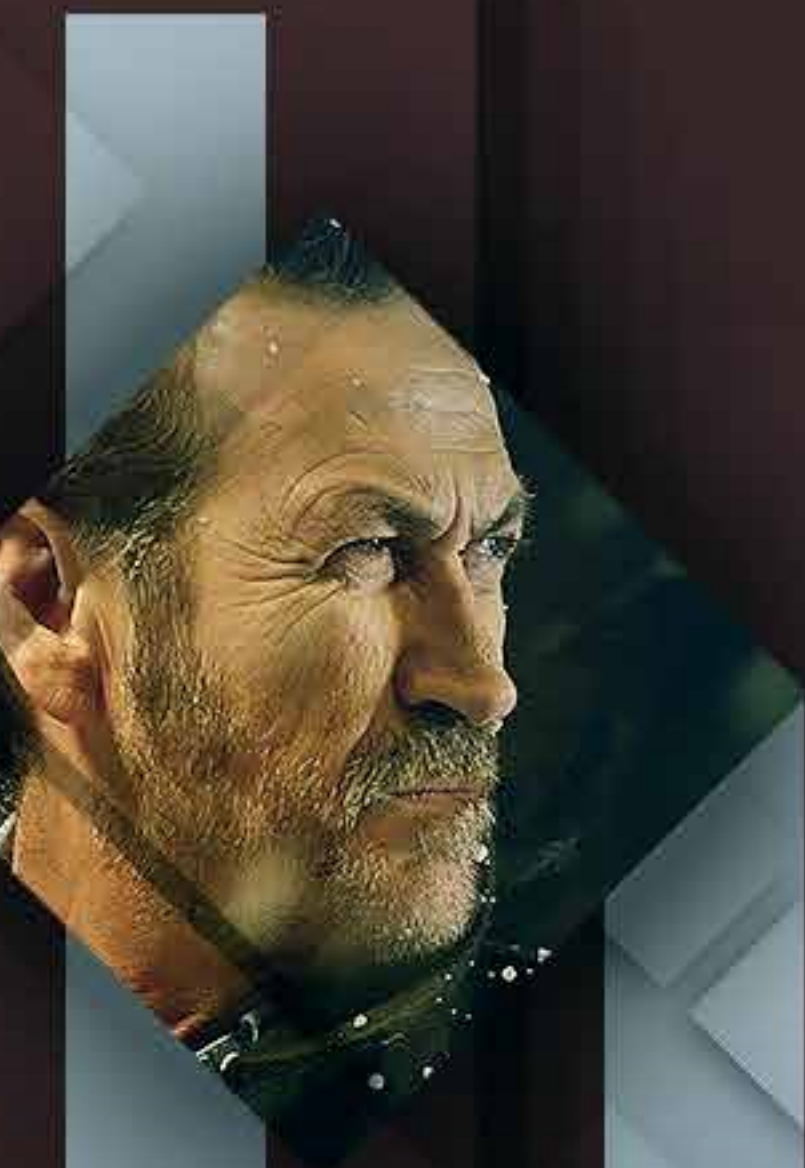
	passaggi	spot 15"	spot 15" p/u	fuori break 10"	fuori break 15"	fuori break 45"
Rocco Schiavone access	1	39.600,00	45.540,00	43.560,00	47.520,00	117.612,00
Rocco Schiavone	1	60.000,00	69.000,00	66.000,00	72.000,00	178.200,00

tariffe €

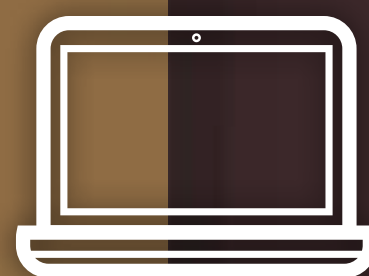
	billboard 4"+4"	inviti all'ascolto 5"+5"
Rocco Schiavone	31.000,00	46.000,00

tariffe €

per gli eventi speciali non si applicano le promozioni di periodo | disponibile un percorso promotail
qualsiasi scelta specifica di punto ora comporta un sovrapprezzo del 20%
per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita



digital | offerta editoriale



Tornano su Raiplay le vicende del Vicequestore Rocco Schiavone con la seconda stagione, da vedere e rivedere scegliendo fra le modalità di fruizione che si preferiscono:

- **streaming live**
- **vod**
- **replay tv** per i 7 giorni successivi alla programmazione tv i contenuti saranno disponibili sempre in una logica multiplatforma per essere sempre fruibili, ovunque ed in qualsiasi momento.

digital | offerta commerciale

pianificazione tabellare

Gli inserzionisti potranno legare il proprio brand alla fiction attraverso l'acquisto di un pacchetto dedicato, che prevede l'impaginazione pubblicitaria su tutti i contenuti relativi alla fiction, offrendo una completa copertura del prodotto e l'engagement del target.

pacchetto settimanale disponibile per max 4 clienti

**nuovi
episodi**

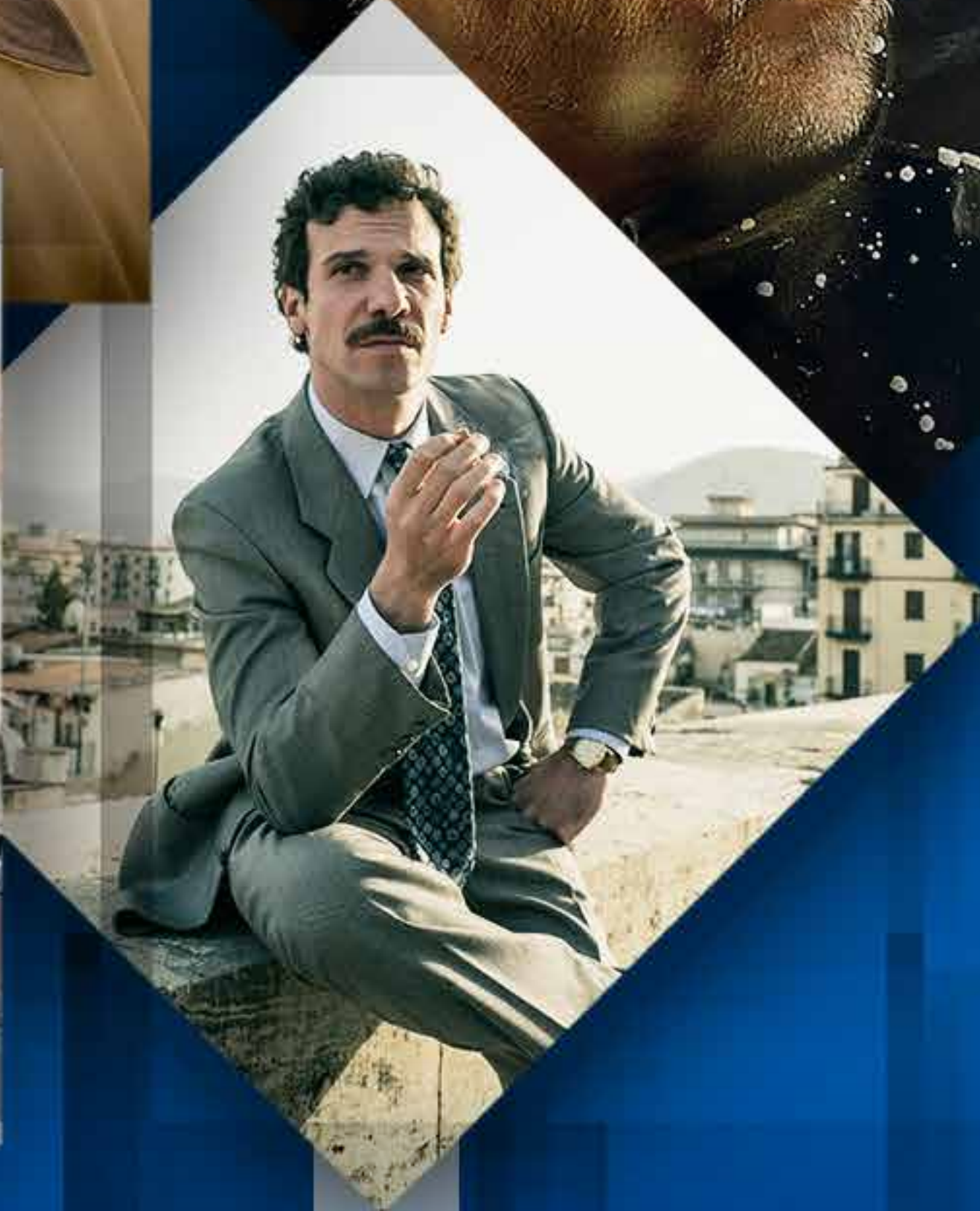
formato	* impressions a cliente	tariffa lorda settimanale a cliente (€)
spot video multiplatforma		
floor ad video	200.000	36.000,00
medium rectangle box		

* traffico a cliente valido per il periodo 25 aprile – 21 maggio 2018

la validità dell'offerta potrebbe essere soggetta a variazioni di periodo in base alla modifica della programmazione televisiva
i formati presenti sulla pagina di fruizione del live di Rai 2 (sia spot video che banner)
saranno impaginati dalle ore 21.00 alle ore 23.59 delle sole serate di programmazione della trasmissione



Rai



le grandi fiction *d'inverno*

2018

Rai Pubblicità