

Rai 1



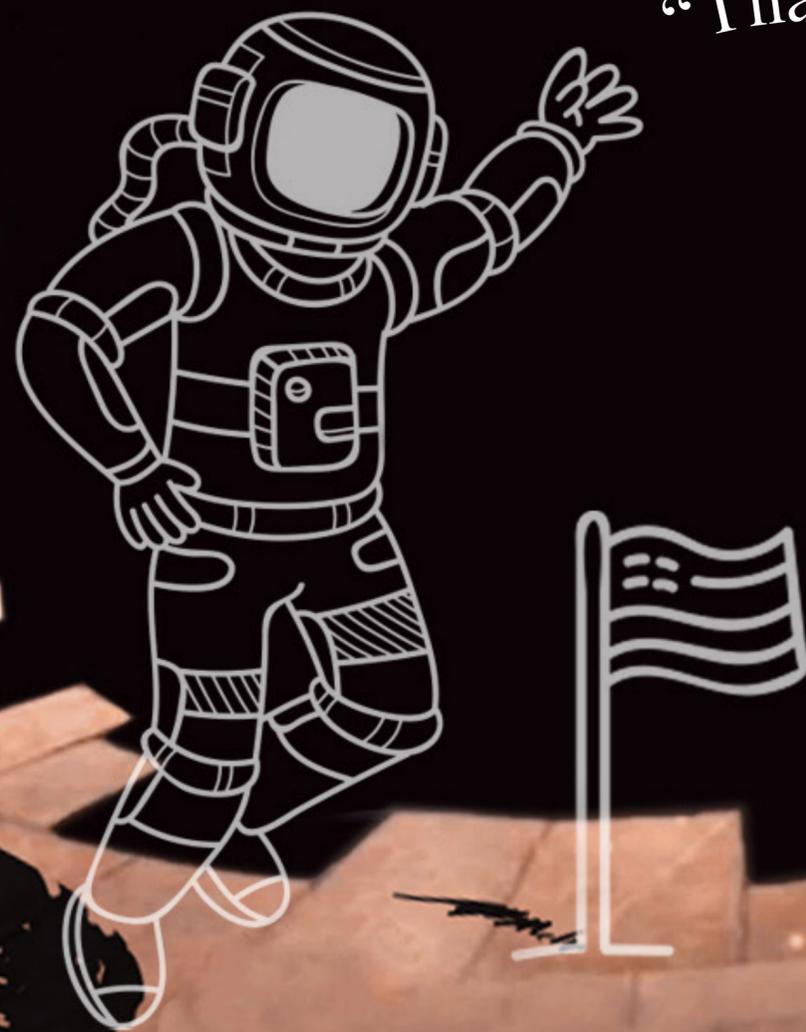
ULISSE
IL PIACERE DELLA SCOPERTA

PUNTATA SPECIALE
**NOTTE
SULLA LUNA**

Rai Pubblicità

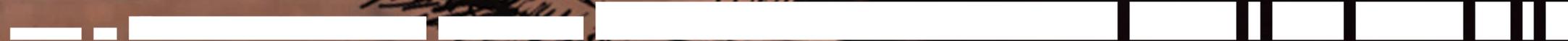


L'evento che ha segnato un secolo



“That’s one small step for a man, but one giant leap for mankind”

Neil Armstrong, 20 luglio 1969





A 50 anni di distanza, il primo allunaggio rimane uno degli episodi più importanti e discussi della storia dell'umanità. Alberto Angela ripercorre le orme dei primi astronauti dell'Apollo 11, con un racconto in prima persona dai luoghi dei fatti, come la base di lancio di Cape Canaveral e lo Space Center di Houston, e con le voci dei protagonisti.

con
con Alberto Angela

alle 21.25
sabato
20 luglio



Il Messaggero

ALBERTO ANGELA TORNA IN PRIMA SERATA SU RAIUNO CON ULISSE: «UNA BELLA SFIDA»

SPETTACOLI > TELEVISIONE
Lunedì 18 Giugno 2018



«Proporre la cultura in prima serata il sabato sera su Rai1 è una bella sfida». Lo dice Alberto Angela, ricevendo nella Sala della Regina della Camera dei deputati il Premio qualità del Moige per il suo programma Meraviglie - La penisola dei tesori. Angela si appresta nella prossima stagione a portare su

Rai1 anche il suo programma del sabato sera su Rai3, di "Ulisse, il piacere della scoperta".



la Repubblica.it

Alberto Angela e la Cappella Sistina, l'arte e la Storia diventano un capolavoro della tv



La prima puntata di 'Ulisse' su RaiUno è stata un viaggio straordinario "in un momento di grazia della storia dell'uomo". Nuovo boom social do, 'Stanotte a Pompei'. Gli ascolti premiano ancora 'Tu si que vales' ma la serata culturale tiene con quasi 4 n. ilioni di ascoltatori

affaritaliani.it

Domenica, 30 settembre 2018 - 10:22:00

Ascolti Tv Auditel: De Filippi al 28%, ma è miracolo Alberto Angela con Ulisse

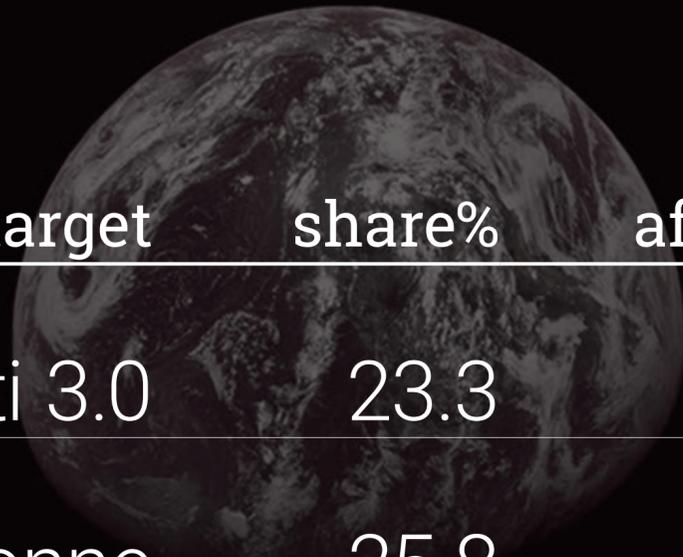
La cultura il sabato in prima serata fa grandi ascolti e regge l'assalto di Tú sí que vales (che inizia col botto)

di Marco Zonetti

ILTEMPO.it

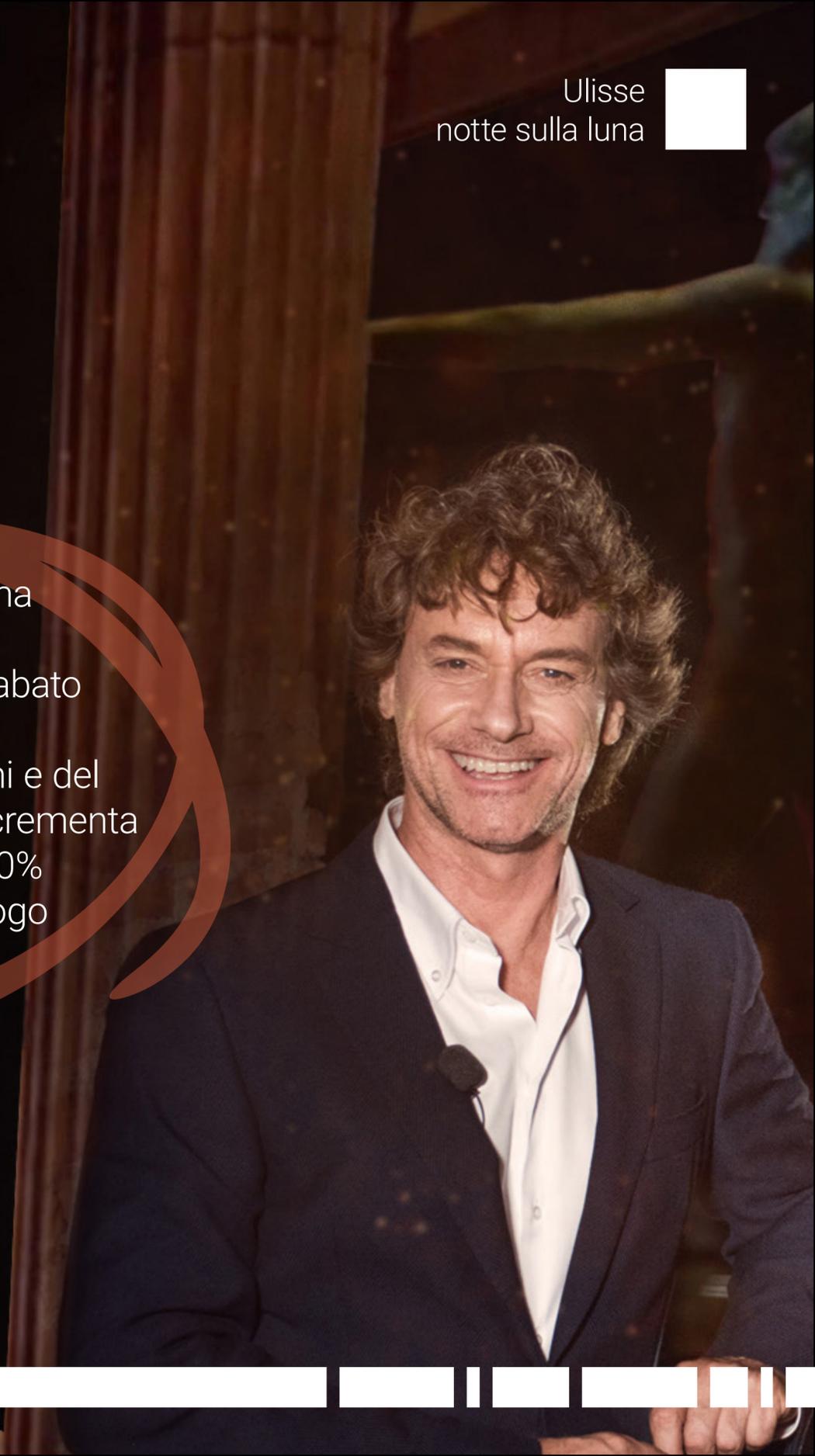
Tu sì que vales fa boom ma la superstar è Alberto Angela

La sfida del sabato sera premia Maria De Filippi. Ulisse su Rai1 raddoppia gli spettatori



focus target	share%	affinità
spendenti 3.0	23.3	106
donne	25.8	115
r.a	23.9	108
laureati	32.0	145

“Il programma si conferma un esperimento riuscito per la prima serata del sabato di Rai 1: con una media complessiva di 3,9 milioni e del 19,8% di share il titolo incrementa gli ascolti dello slot del 20% rispetto al periodo omologo del 2017.”





profilo qualitativo

carattere/comportamento

è fondamentale per me migliorare la mia cultura, le mie conoscenze	190
non potrei rinunciare a fare sport	184
sto meglio quando faccio attività che mi permettono di potermi esprimere creativamente	164
sono interessato all'arte	150
è importante per me poter aiutare gli altri	149
mi interessano le culture di altri paesi	140
obbiettivo nella mia vita è il successo nella professione/nello studio	139
sono disposto a scendere a compromessi riguardo al mio stile di vita per giovare l'ambiente	125
mi piace una vita di sfide, novità, cambiamenti	122

orientamenti d'acquisto

compero solo i prodotti delle marche più note	134
se una cosa mi piace la compero senza badare al prezzo	131
sono disposto a pagare di più per dei prodotti che rispettano l'ambiente	120
vale la pena pagare di più per prodotti di qualità	118
guardo sempre da dove vengono i prodotti che acquisto	112

GFK Tssp 2018b | 3.790.000 heavy viewers | indice di affinità



profilo qualitativo

i valori
dell'heavy viewer



orientamenti alimentari

consumo regolarmente prodotti arricchiti con l'aggiunta di vitamine o sali minerali	180
consumo spesso cibo biologico	162
vale la pena pagare di più per birra/vino/alcolici di qualità	137

abbigliamento/cosmetici

spendo molto per il mio abbigliamento	178
indosso spesso collane/anelli/bracciali di valore	148
mi interessano le novità della cosmetica	134
nella scelta dei prodotti cosmetici faccio molta attenzione alla marca	131

GFK Tssp 2018b | 3.790.000 heavy viewers | indice di affinità



un programma apprezzato da tutti

Qualitel gradimento e attenzione

	gradimento%		attenzione%	
	voto 8-10	voto 6-10	voto 8-10	voto 6-10
individui	76	96	75	94
25-34 anni	85	94	72	90
25-44 anni	83	94	77	91

**l'85% dei 25-34 da voti altissimi per il gradimento
e quasi l'80% dei 25-44 si esprime con voti da 8 a 10 sull'attenzione**

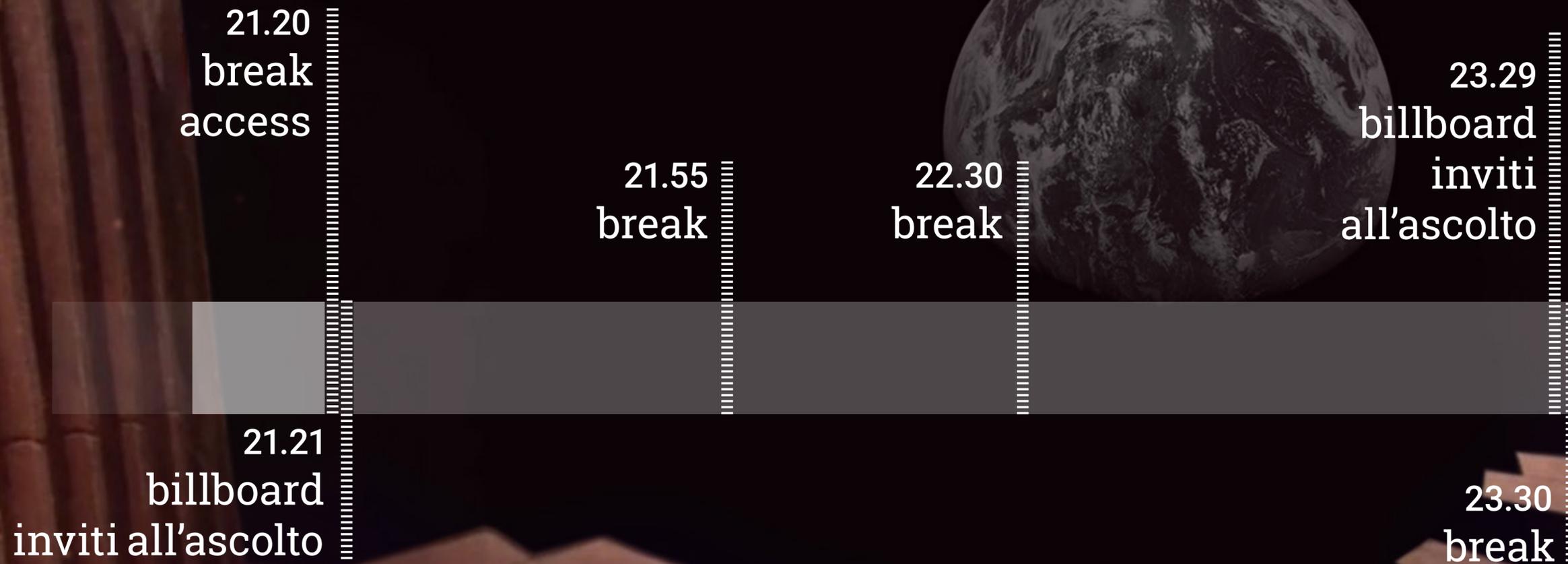
fonte: Qualitel focus gradimento e focus qualità /valori (rilevazione autunno 2018)

Qualitel: ricerca continuativa per la misurazione della qualità percepita e del gradimento dell'offerta editoriale Rai
indagine imposta dal contratto di servizio pubblico e realizzata dall'Istituto Gfk





impaginazione



21.21
billboard
inviti all'ascolto

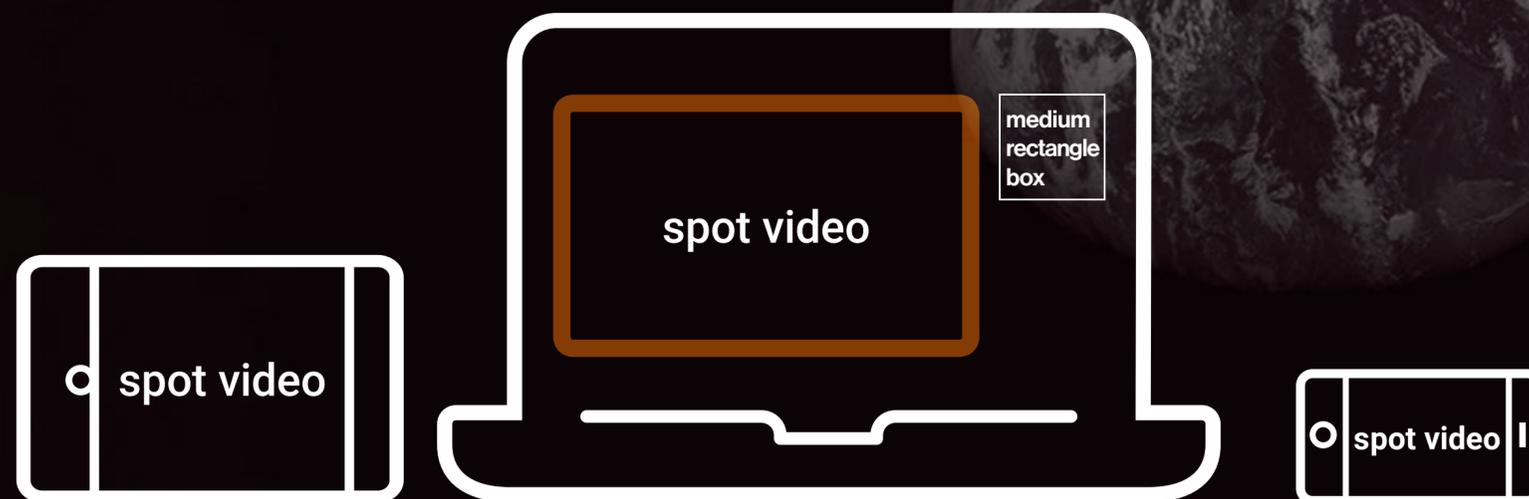
23.30
break

gli orari sono indicativi





impaginazione





modalità di vendita

le sinergie di planning

acquisto a puntata
su formati/posizioni a scelta

sconto cliente
per tutti gli speciali

formati disponibili

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





tariffe

break access		break A		break B	
30"	30" p/u	30"	30" p/u	30"	30" p/u
65.000	71.500	80.000	88.000	54.000	59.400

fuori break access 30"	fuori break A 30"	fuori break B 30"	intro break access 30"	intro break A 30"	intro break B 30"	billboard 4"+4"	inviti all'ascolto 5"+5"
169.000	208.000	70.200	78.000	96.000	64.800	29.000	42.000

disponibile un percorso promotail/su richiesta possibilità inserimento product placement
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

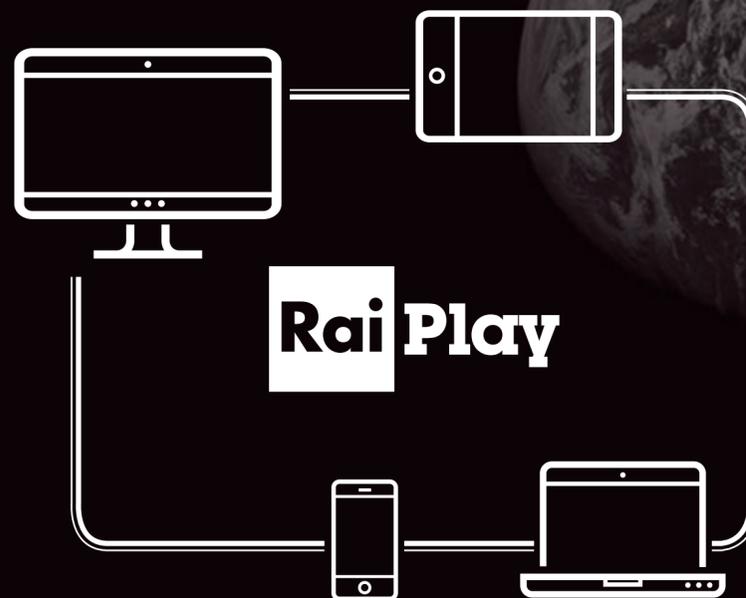




opportunità commerciali



www.raiplay.it e app RaiPlay
diretta streaming
replay tv
puntate integrali
archivio puntate edizioni precedenti
contenuti video tematica cultura



formati banner/video
pianificabili in libera tramite l'acquisto
in fascia oraria di programmazione tv
sulla pagina della diretta
sui contenuti dedicati alla cultura



per conoscere la disponibilità di bacino e per la pianificazione della libera
rivolgersi al magazzino spazi (trafficking@raipubblicita.it) e all'agente di riferimento

