

Rai



il racconto continua
fiction primavera 2019

Rai Pubblicità





la fiction Rai

ascolti autunno-inverno 2018/19

vs stagione 2017-2018

+5%

individui

+5

25-54 anni

+10%

donne 15-24

vs concorrenza

+73

individui

+105%

spendenti

«la fiction Rai mantiene alta la qualità di produzione, si rinnova e punta sempre più verso una dimensione internazionale»

periodo 9 settembre 2018 - 20 gennaio 2019 | fonte Auditel/Nielsen Tam | spendenti 3.0: media, medio alta, alta





la leadership di Rai 1

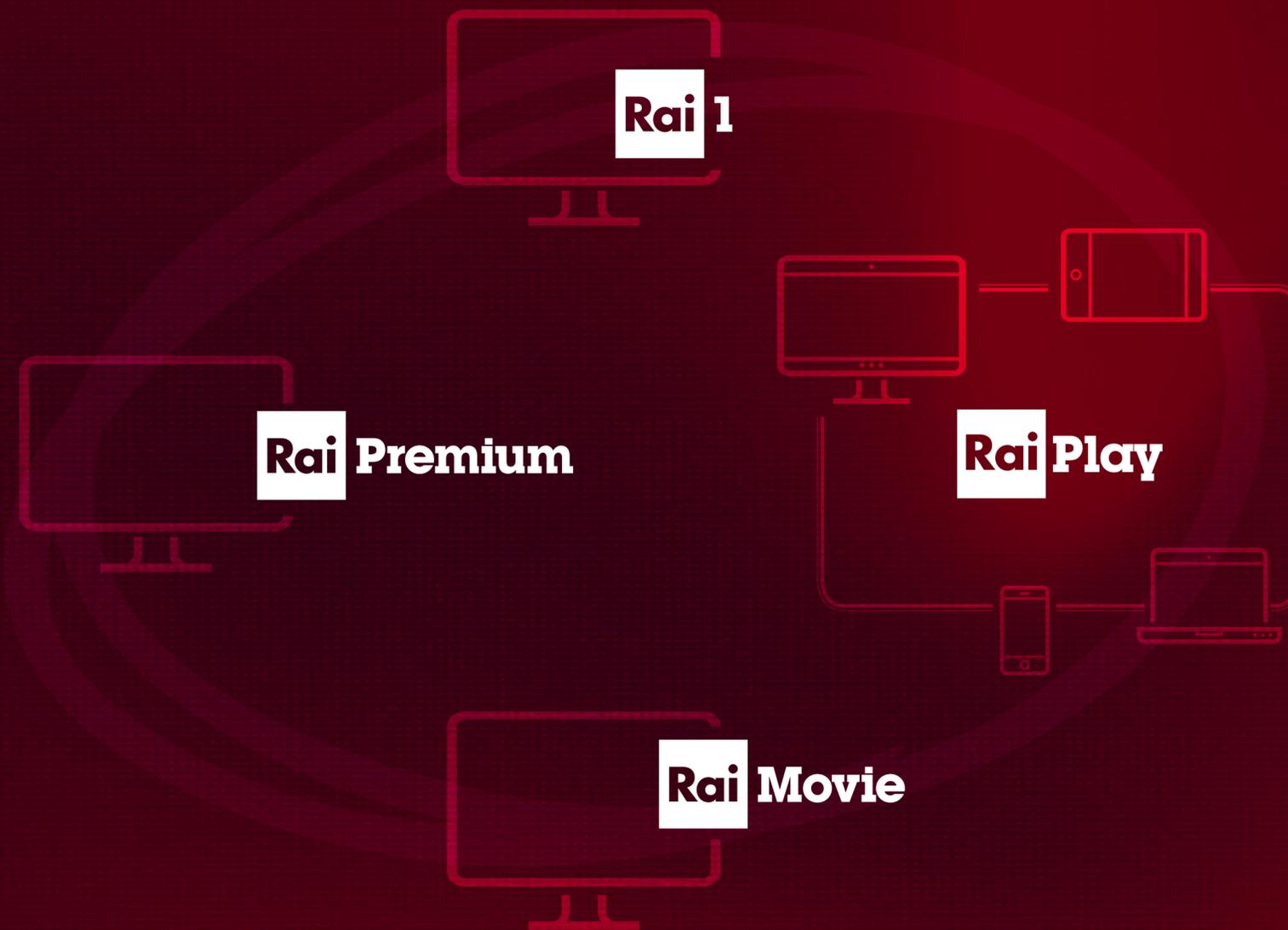
ascolti autunno-inverno 2018/19



periodo 9 settembre 2018 - 20 gennaio 2019 | fonte Auditel/Nielsen Tam | spendenti 3.0: media, medio alta, alta



offerta crossmediale



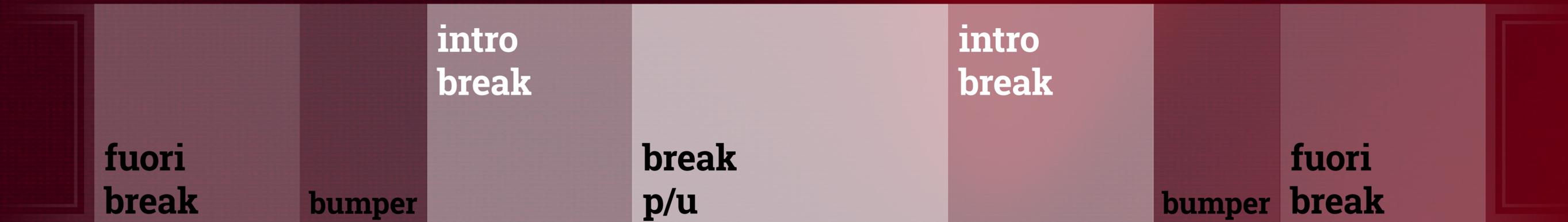
- diretta streaming
- replay tv
- puntate integrali
- extra
- backstage
- interviste e archivio





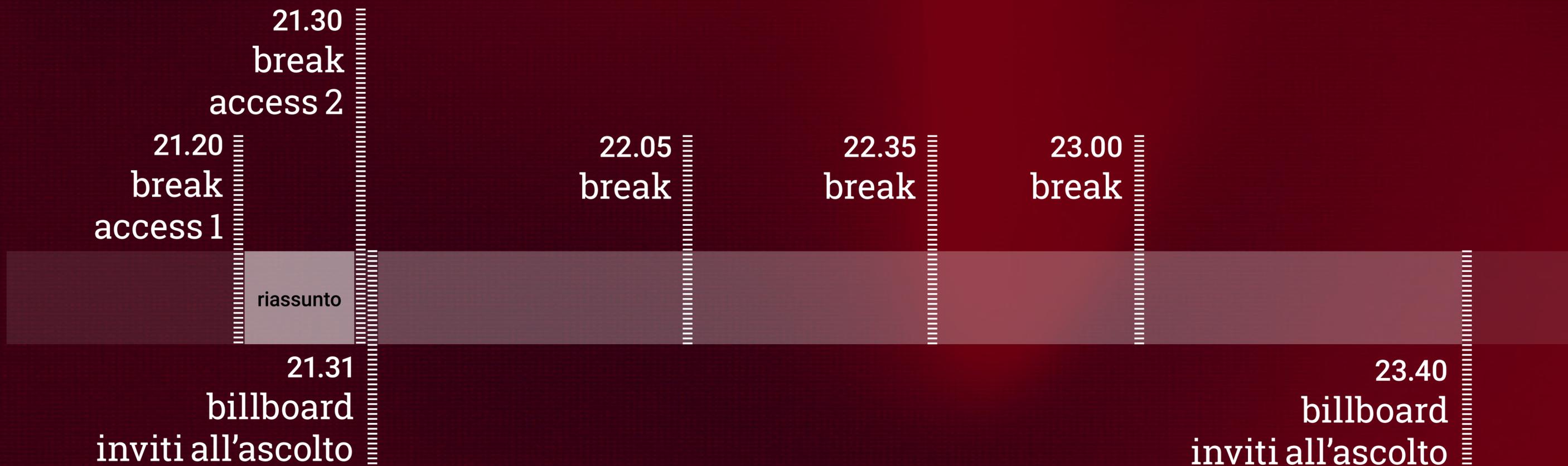
intro break

grafica ad hoc in posizione privilegiata
sinergia con i bumper di canale che evidenzia la comunicazione commerciale





impaginazione

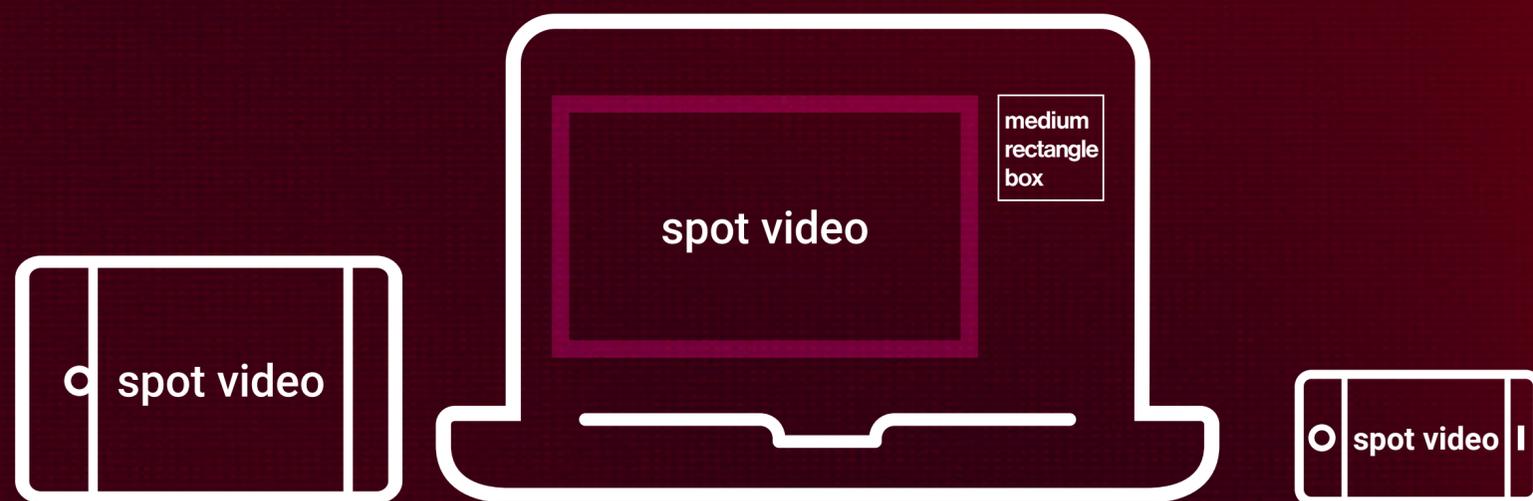


gli orari sono indicativi





impaginazione



- erogazione multiplatforma
- pre-roll sulla diretta streaming
- un solo spot video

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

	spot video dato medio
90% viewability	70% VTR

fonte: adserver Rai Pubblicità formato spot video multiplatforma Anno2018 | viewability: per spot ComScore AdEffex Anno 2018

modalità di vendita

le sinergie di planning

acquisto a puntata

su formati/posizioni a scelta

formati disponibili

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

modulo easy

break interni
venduti con il modulo easy all time
dei canali Rai Gold

Montalbano classic

Rai Movie

Mentre ero via

Rai Premium

extension digital

disponibile un'offerta modulata
per ogni singola fiction



sconto cliente
per tutti gli speciali



opportunità commerciali



formati banner/video

pianificabili in libera

→ in fascia oraria di programmazione tv sulla pagina della diretta
sui contenuti dedicati alla specifica fiction

suggerimenti

consigliamo anche l'acquisto del modulo Fiction & Movie
nella settimana coinvolta dalla puntata



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





Mentre ero via

la forza di una donna



Dopo Un'altra vita e Sorelle, un nuovo racconto su una donna che prova a riprendere in mano la sua vita dopo un evento inatteso.

Un incidente spezza in due la vita di Monica.

Al risveglio dal coma scopre che sono morti sia il marito Gianluca che Marco, un avvocato con cui Monica aveva forse una relazione segreta.

Inizia così l'avventura della protagonista, un viaggio interiore nel suo passato e nel suo presente, per riconquistare gli affetti e un'identità propria.

Una nuova emozionante storia firmata Rai e Endemol Shine Italy con un'intensa Vittoria Puccini.

con

Vittoria Puccini,
Giuseppe Zeno
e Stefania Rocca

6 puntate

alle 21.25

giovedì

dal 28 marzo al 18 aprile

dal 2 al 9 maggio

Rai 1



Rai Play





profilo qualitativo

carattere/comportamento

vado spesso ballare/discoteca	140
negli ultimi tre mesi ho visitato mostre di architettura/design	132
ho visitato mostre in altre città italiane	120
è importante tenermi aggiornato su ciò che accade nel mondo	117
mi piace ricevere gente a casa mia	117
attività che servano ad avere un aspetto piacevole e curato	115
arricchire le proprie conoscenze, cultura, conoscere sé stessi	112
faccio sforzi concreti per ridurre l'energia che utilizzo	110

orientamenti d'acquisto

per la mia casa compero solo prodotti notti	170
guardo sempre da dove provengono i prodotti	119
nella scelta dei cosmetici faccio molta attenzione alla marca	116
se una cosa mi piace la compero senza badare al prezzo	113
sono disposto a pagare di più per prodotti che rispettano l'ambiente	113
spendo molto per i miei cosmetici	110

i valori dell'heavy viewer



GfK Tssp 2017c | 3.519.000 heavy viewers | indice di affinità
valori dati reali MediaSoft Kimono



gradimento e attenzione

		individui	14-24 anni	25-54 anni
voto 6/10	gradimento%	94	78	86
	attenzione%	87	93	74

la fiction è molto apprezzata in particolare dai più giovani
il 78% dei 14-24 esprimono il loro gradimento con voto 8/10

fonte: Qualitel focus gradimento e focus qualità /valori

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 | fiction di riferimento sorelle





Montalbano classic

gli episodi indimenticabili





I fan del personaggio nato dalla penna di Andrea Camilleri possono esultare ancora, dal 1° aprile potranno rivedere alcuni tra gli episodi più belli di questa serie-evento targata Palomar, che ogni anno tiene incollati davanti alla tv milioni di italiani. Si parte con i 2 episodi inediti del 2018, La giostra degli scambi e Amore, per proseguire poi con una collection di titoli degli anni precedenti.

con
Luca Zingaretti

10 puntate
alle 21.25
lunedì dal 1° aprile al 20 maggio
mercoledì 3 aprile
giovedì 16 e 23 maggio





trend ascolti

Montalbano
si conferma la prima fiction
italiana in assoluto
per ascolti con un trend
in continua crescita

		share%	
2011	Il campo del vasaio	32,6	
	La danza del gabbiano	31,2	
	La caccia al tesoro	31,4	
2013	L'età del dubbio	32,5	
	Il sorriso di Angelica	34,2	
	Il gioco degli specchi	35,2	
	Una voce di notte	36,4	
	Una lama di luce	38,1	
2016	Una faccenda delicata	39,1	
	La piramide di fango	41,0	
2017	Un covo di vipere	40,8	
	Come voleva la prassi	44,1	
2018	La giostra degli scambi	45,1	
	Amore	42,8	



ascolto cumulato

Le puntate inedite del 2018 hanno ottenuto una media complessiva di 11 milioni di telespettatori pari al 43,9% di share sugli individui e al 48,5% sugli spendenti, incrementando gli ascolti del +1,3% rispetto agli episodi inediti del 2017.

In share i valori incrementano di +1,5 punti sugli individui e di +2,6 punti sui 25-54

11.100.000

audience media

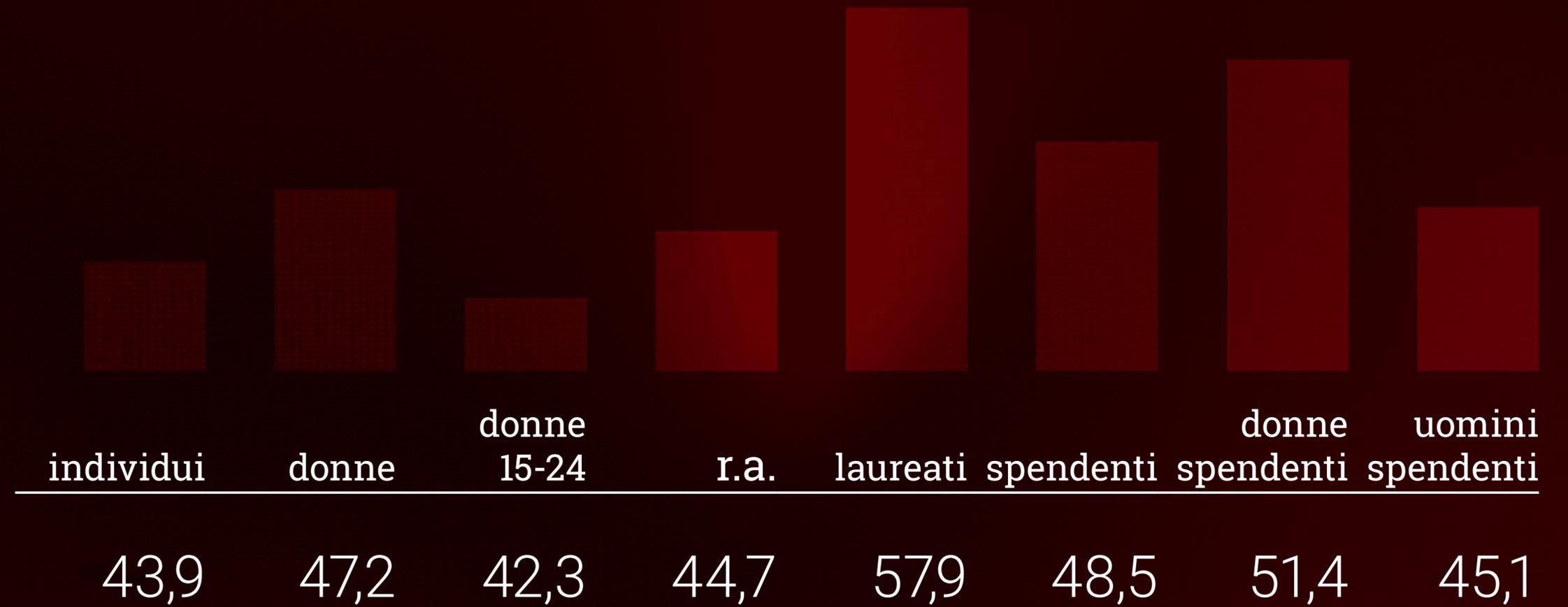
43,9

share%



fonte: Auditel live + vosdal con ospiti

profilo cumulato



fonte: auditel live + vosdal con ospiti | spendenti 3.0: media, medio alta, alta



profilo qualitativo

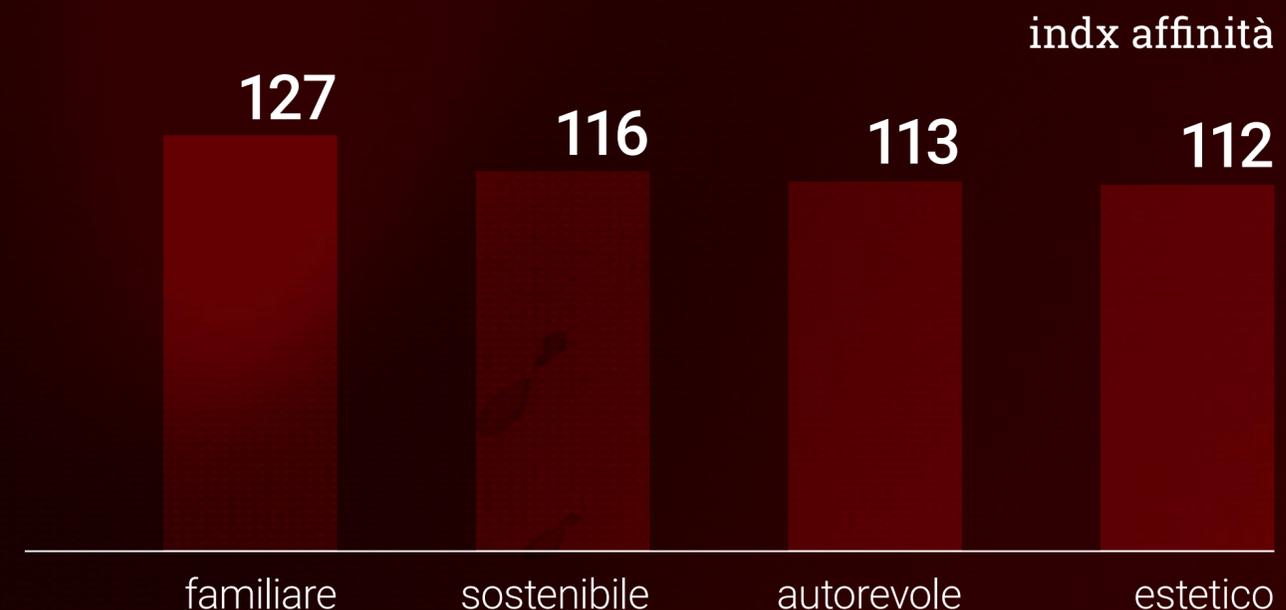
carattere/comportamento

negli ultimi 3 mesi ho assistito a conferenze o manifestazioni culturali	157
visito siti archeologici	155
è fondamentale per me fare viaggi	147
ritengo prioritario avere un fisico efficiente	144
mi fa star bene quando posso migliorare la mia cultura, le mie conoscenze	131
sono interessato all'arte	123
vorrei poter vivere con meno inquinamento, ambiente più pulito	121

orientamenti d'acquisto

mi capita di acquistare e vendere on line azioni, obbligazioni, titoli di stato ecc	137
leggo spesso gli ingredienti sulle etichette degli alimenti	123
guardo sempre da dove vengono i prodotti che acquisto	118
per la mia casa compero solo i prodotti delle marche più note	117
mi piace tenermi aggiornato sui nuovi prodotti finanziari e possibilità di investimento	115
nella scelta dei prodotti cosmetici faccio molta attenzione alla marca	114
acquisto sulla base della qualità e non del prezzo	109

i valori dell'heavy viewer



GfK Tssp 2017c | 3.519.000 heavy viewers | indice di affinità
valori dati reali MediaSoft Kimono



gradimento e attenzione



	individui	35-44 anni	14-44 anni	
voto 8/10	gradimento%	70	75	69
	attenzione%	74	75	69
voto 6/10	gradimento%	95	92	93
	attenzione%	94	91	89

**altissimo gradimento e attenzione del programma
il 75% dei 35-44 esprime il massimo dei voti**

fonte: Qualitel focus gradimento e focus qualità /valori
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



