

Rai 2

il
Collegio
1968



Rai Pubblicità

back to 1968

3^a edizione

un gruppo di adolescenti
viene catapultato in un collegio degli anni '60
senza tecnologie e senza comodità moderne



niente
smartphone
tablet
e social

ribellioni e colpi di scena
porteranno la rivoluzione
nella classe più rigorosa della tv?

martedì alle 21.20
dal 12 al 26 febbraio
e dal 5 al 12 marzo
5 puntate

anche su

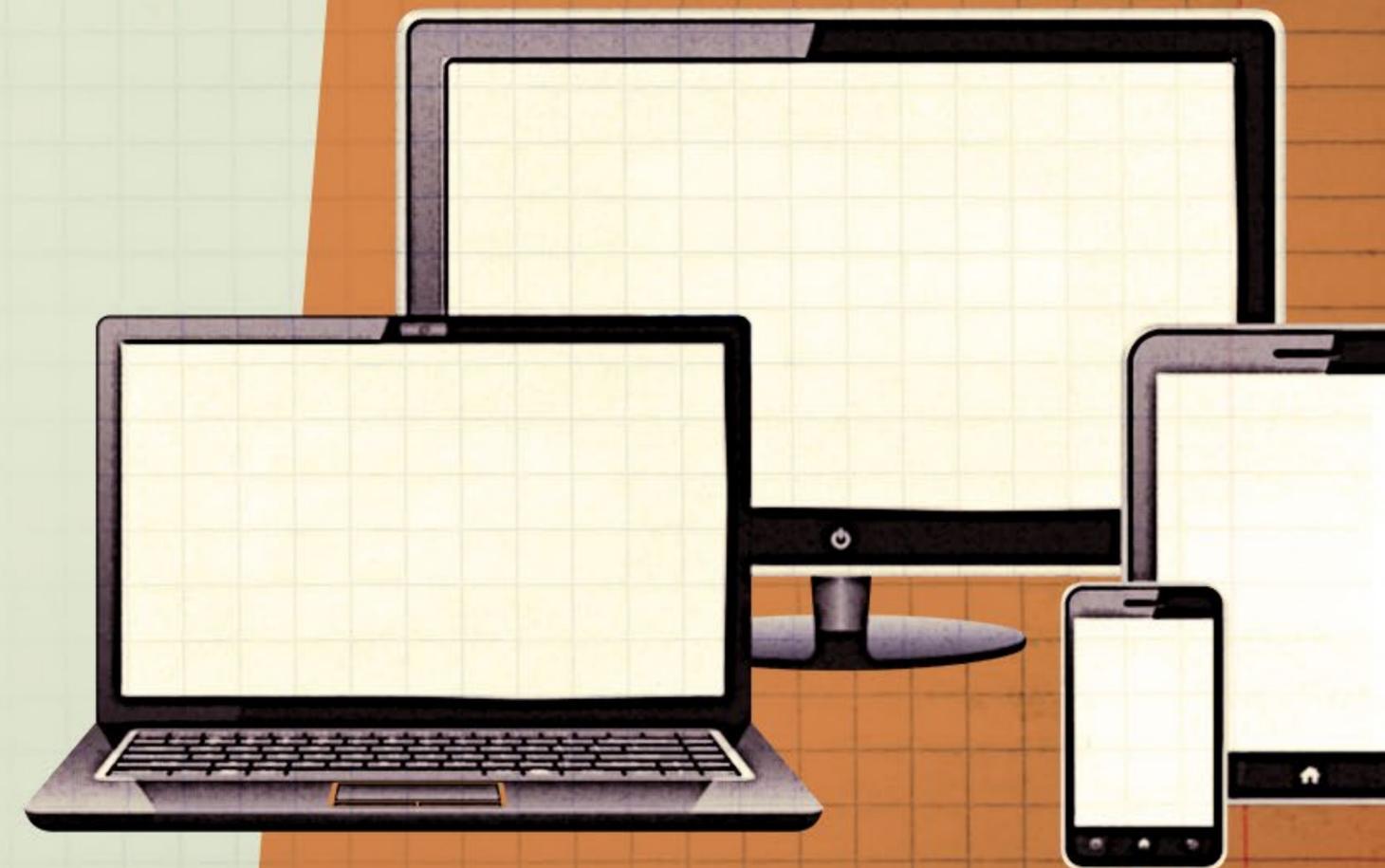


in tutti i contesti

gli utenti di RaiPlay
potranno seguire le nuove puntate
sul device che preferiscono:
dal pc di casa,
allo smartphone o tablet,
alla connected tv in salotto

streaming live
replay tv
video on demand (anche della 1^a e 2^a edizione)
contenuti esclusivi dietro le quinte

clip on demand
disponibili anche sul canale Rai su Youtube





un esperimento sociale riuscito

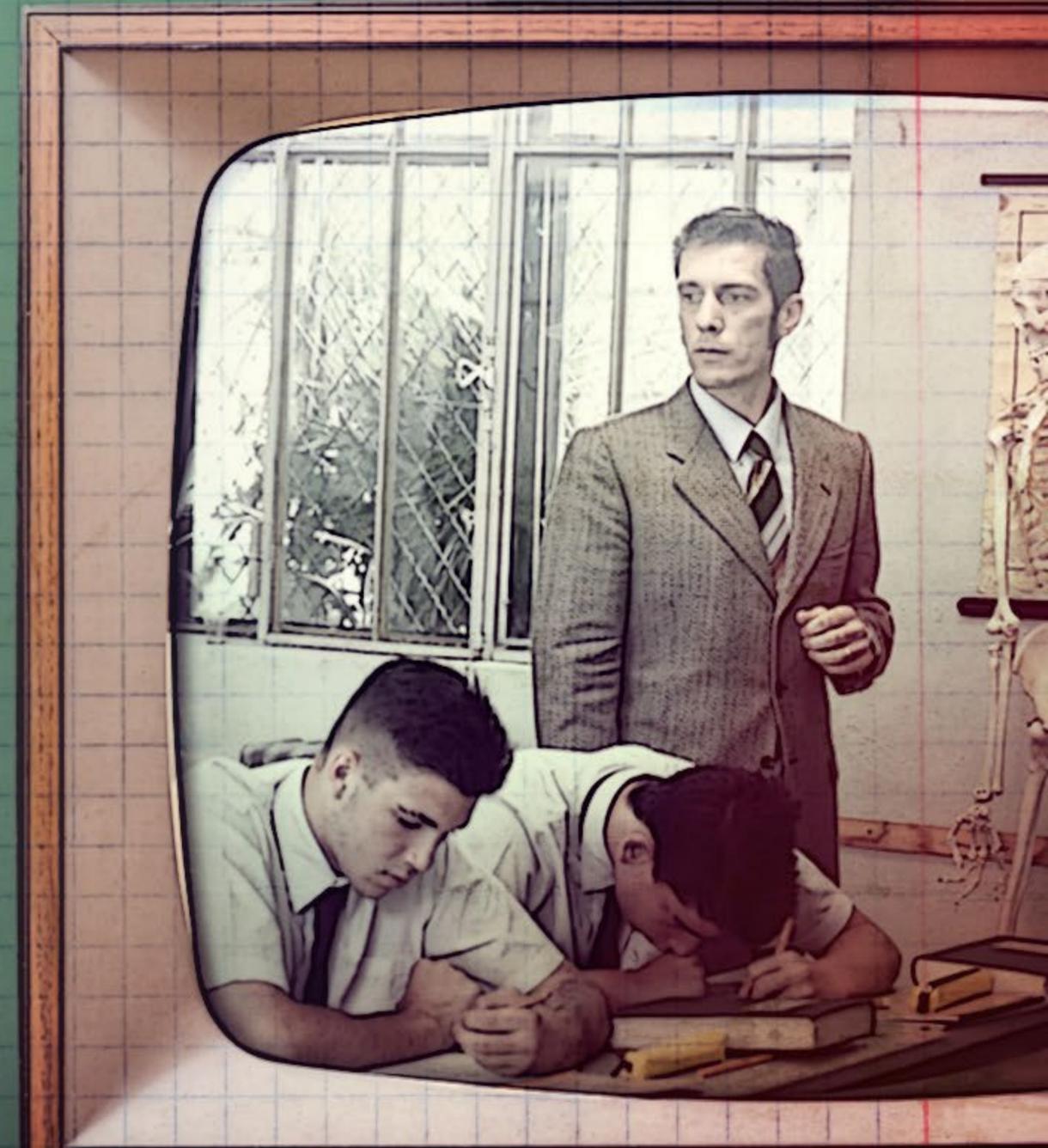
risultati 2^a edizione

share%

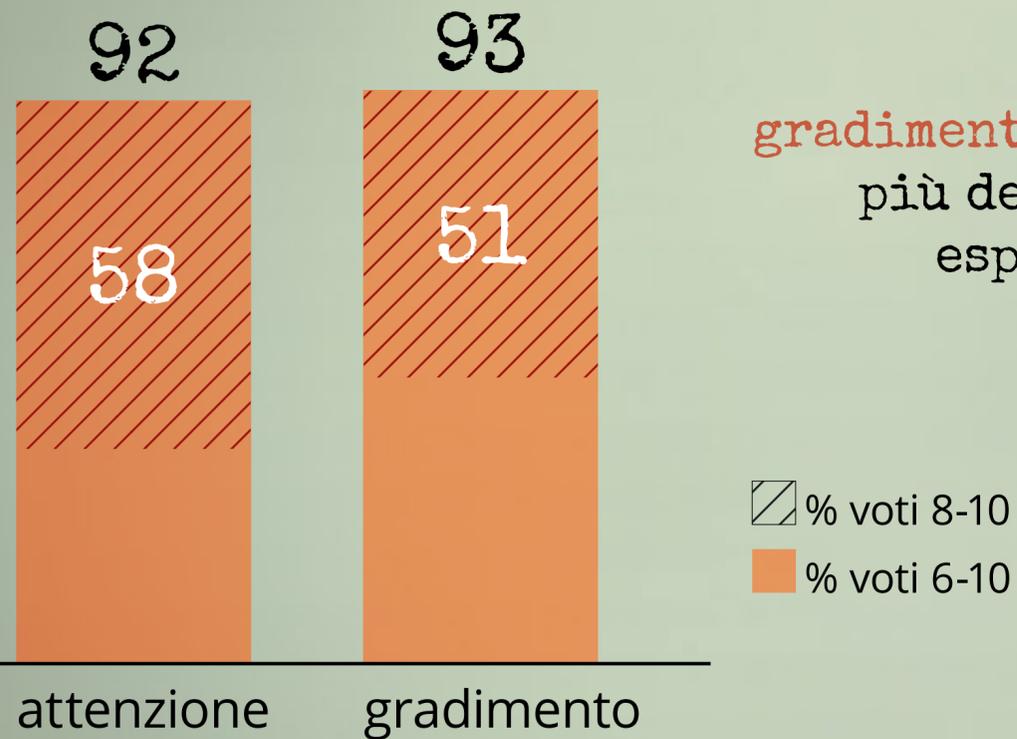
7,2

	share%	idx affinità
4-7	7,8	105
8-14	23,2	327
15-34	8,1	113
donne 15/34	8,7	122
uomini 15/34	7,3	104
25-54	8,1	112
donne 25/54	9,1	126

fonte: Agb Nielsen Tam 2017 26 settembre - 17 ottobre 2017



il massimo dei voti

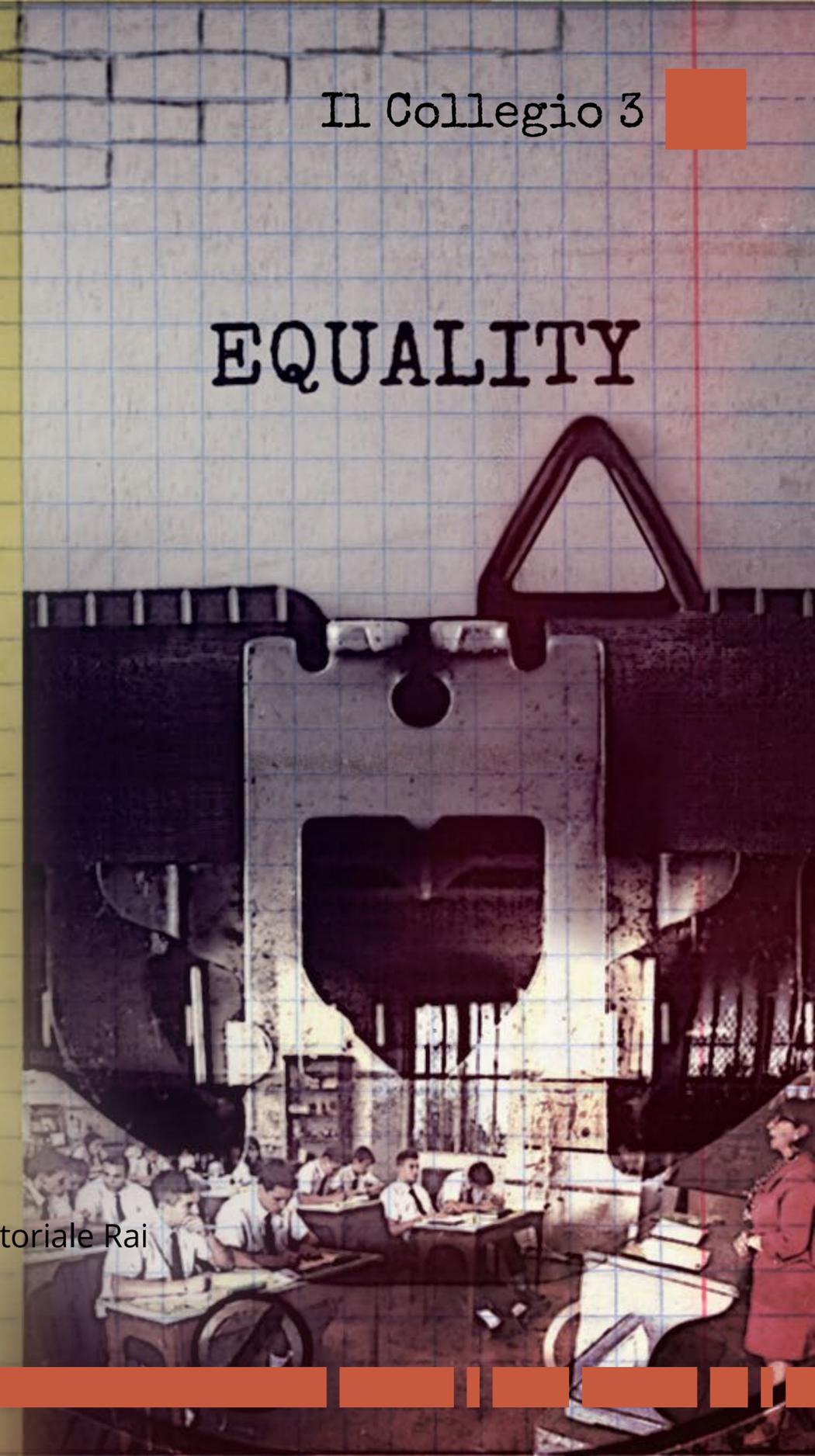


gradimento e attenzione altissimi
più del 50% degli intervistati
esprime il massimo dei voti

▨ % voti 8-10
■ % voti 6-10

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



gli stili del pubblico

carattere/comportamento

161 è fondamentale per me stare con gli amici

154 la sera spesso frequento locali per bere o mangiare qualcosa, ascoltare musica e stare con gli amici

153 per me è importante migliorare la mia cultura e le mie conoscenze

135 un giorno mi piacerebbe avviare un'attività in proprio

134 negli ultimi 3 mesi ho frequentato librerie

126 mi piace rischiare

123 nella vita ritengo fondamentale il successo nella professione/nello studio

orientamenti d'acquisto

123 cerco di differenziarmi dagli altri con quello che compro e possiedo

116 se vedo un nuovo prodotto in un negozio, spesso lo compro

115 i prodotti che compro (cosmetici/abbigliamento) devono esprimere la mia personalità

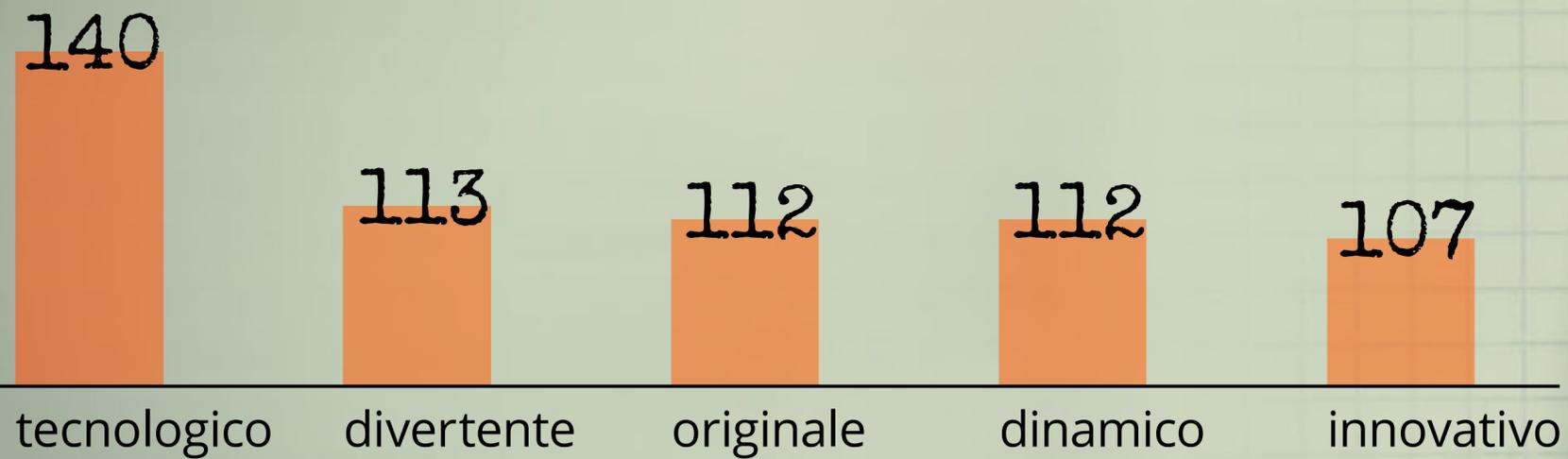
113 amo andare in giro a fare shopping

112 sono disposto a pagare di più per prodottiche mi rendono la vita più facile

111 tra i miei amici sono uno dei primi a provare nuovi prodotto o servizi

Gfk Tssp 2018a - 3.667.000 heavy viewers

i valori dell'heavy viewer



Gfk Tssp 2018a - 3.667.000 heavy viewers



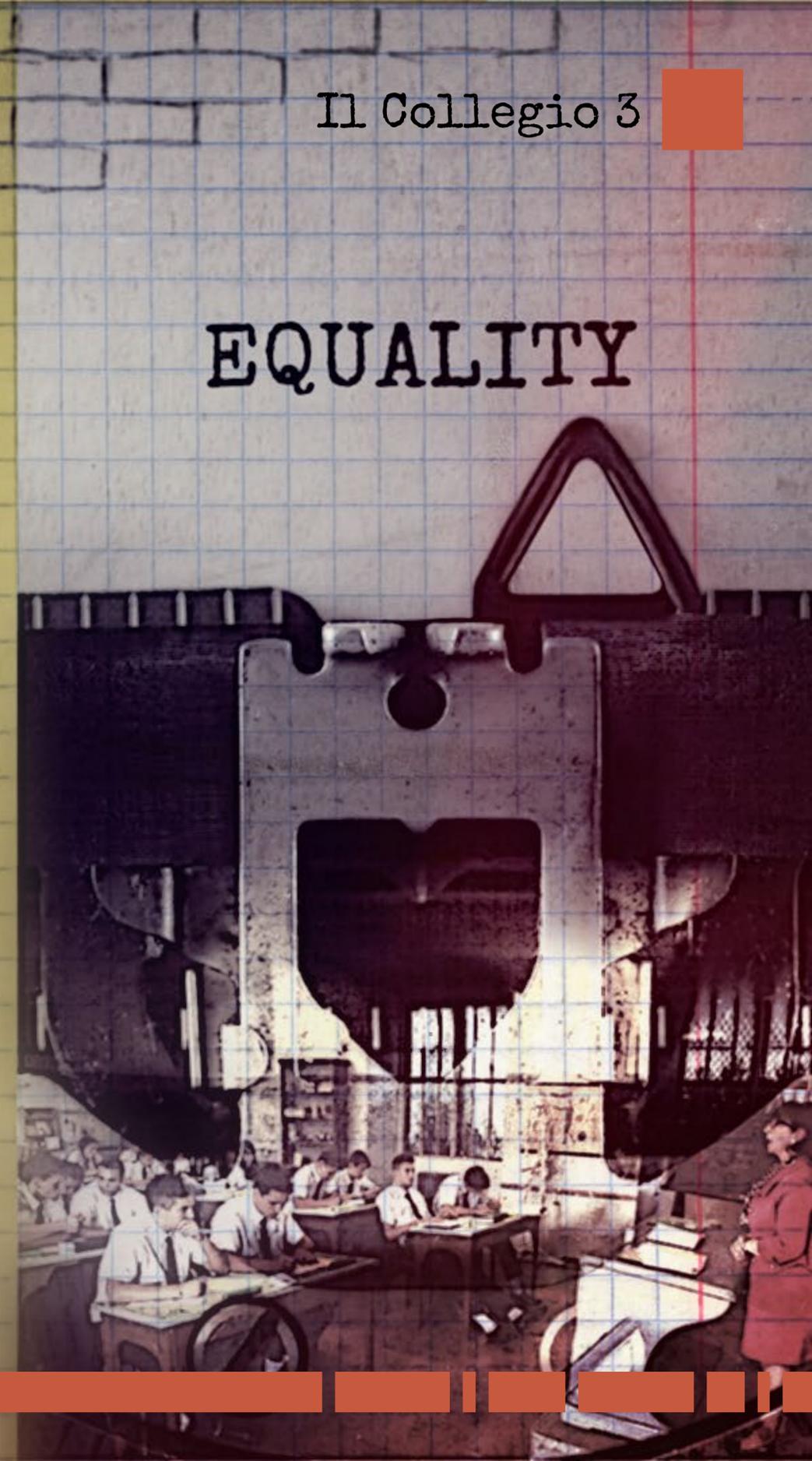
modalità di vendita

acquisto a puntata
su formati e posizioni a scelta

formati disponibili

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

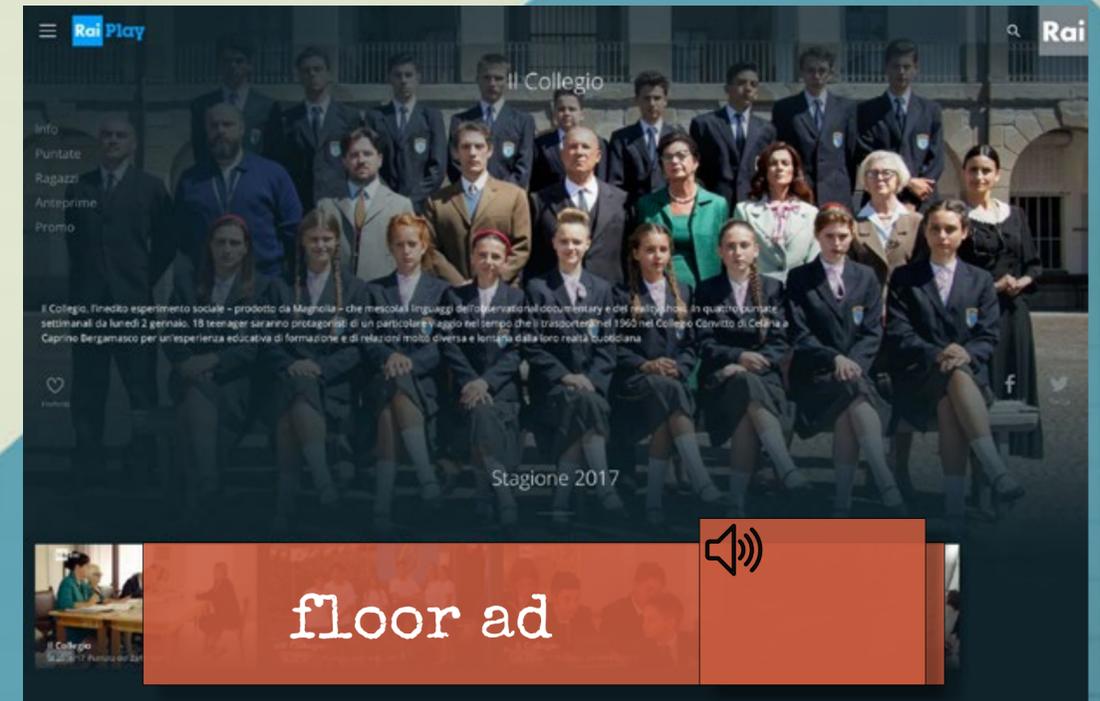
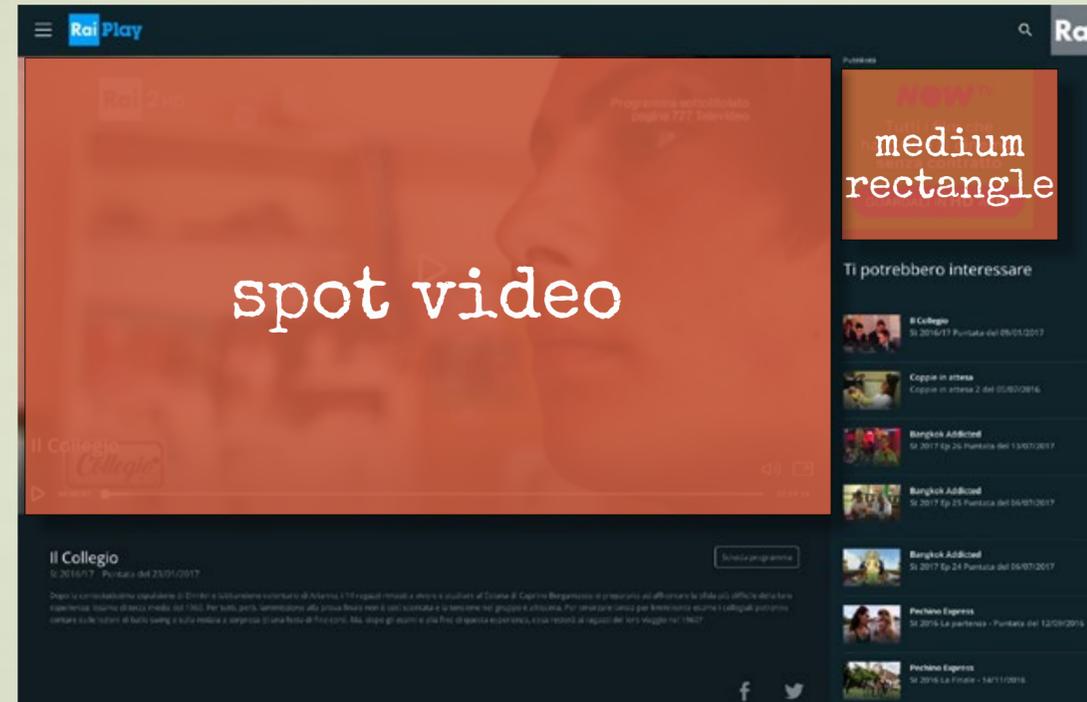
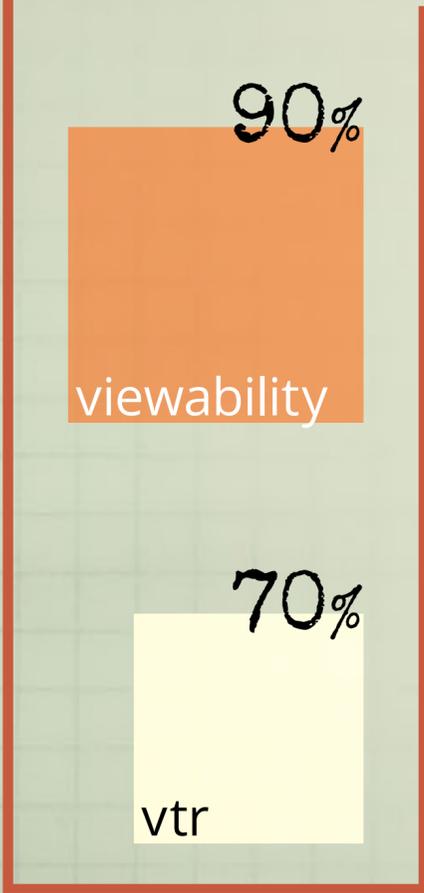
sconto cliente



formati

digital

kpi video outstanding



fonte: Adserver Rai Pubblicità formato spot video multiplatforma gennaio-giugno 2018
viewability: per spot e floor ad Comscore Adeflex gennaio-giugno 2018

branded content progetti speciali

digital

durante le puntate i clienti
saranno coinvolti nello storytelling social
per raccontare il brand
da un punto di vista unico e privilegiato

iniziativa soggetta ad approvazione editoriale



cobranded digital progetti speciali

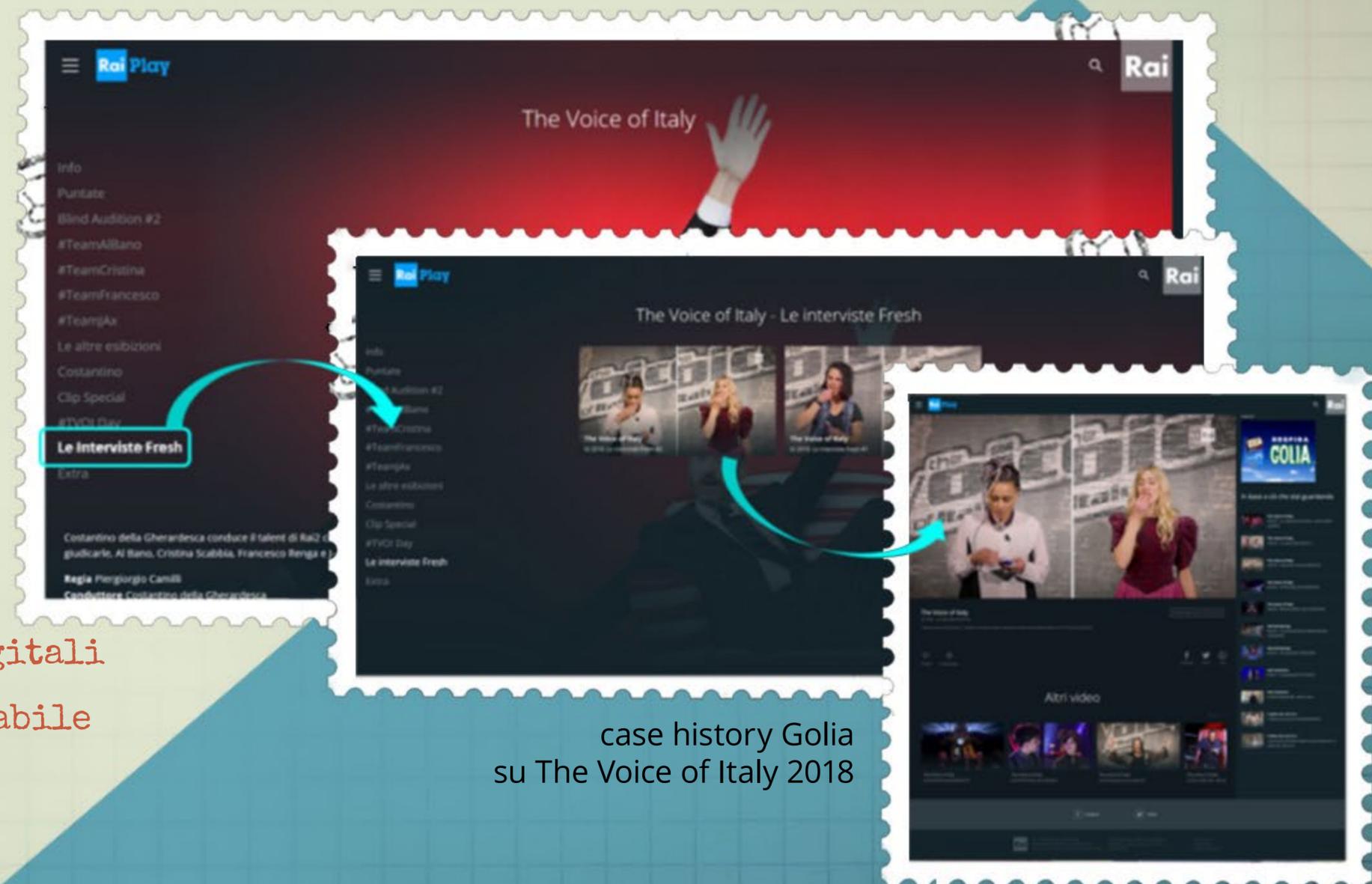


i brand clienti saranno integrati
nella scheda programma su RaiPlay
attraverso la pubblicazione di clip video

clip video
una a settimana
per tutto il periodo di programmazione
realizzati ad hoc

possibilità di comunicare i propri asset digitali
in testa verrà impaginato un pre-roll cliccabile
che potrà portare al sito del cliente

iniziativa soggetta ad approvazione editoriale



case history Golia
su The Voice of Italy 2018

native digital progetti speciali

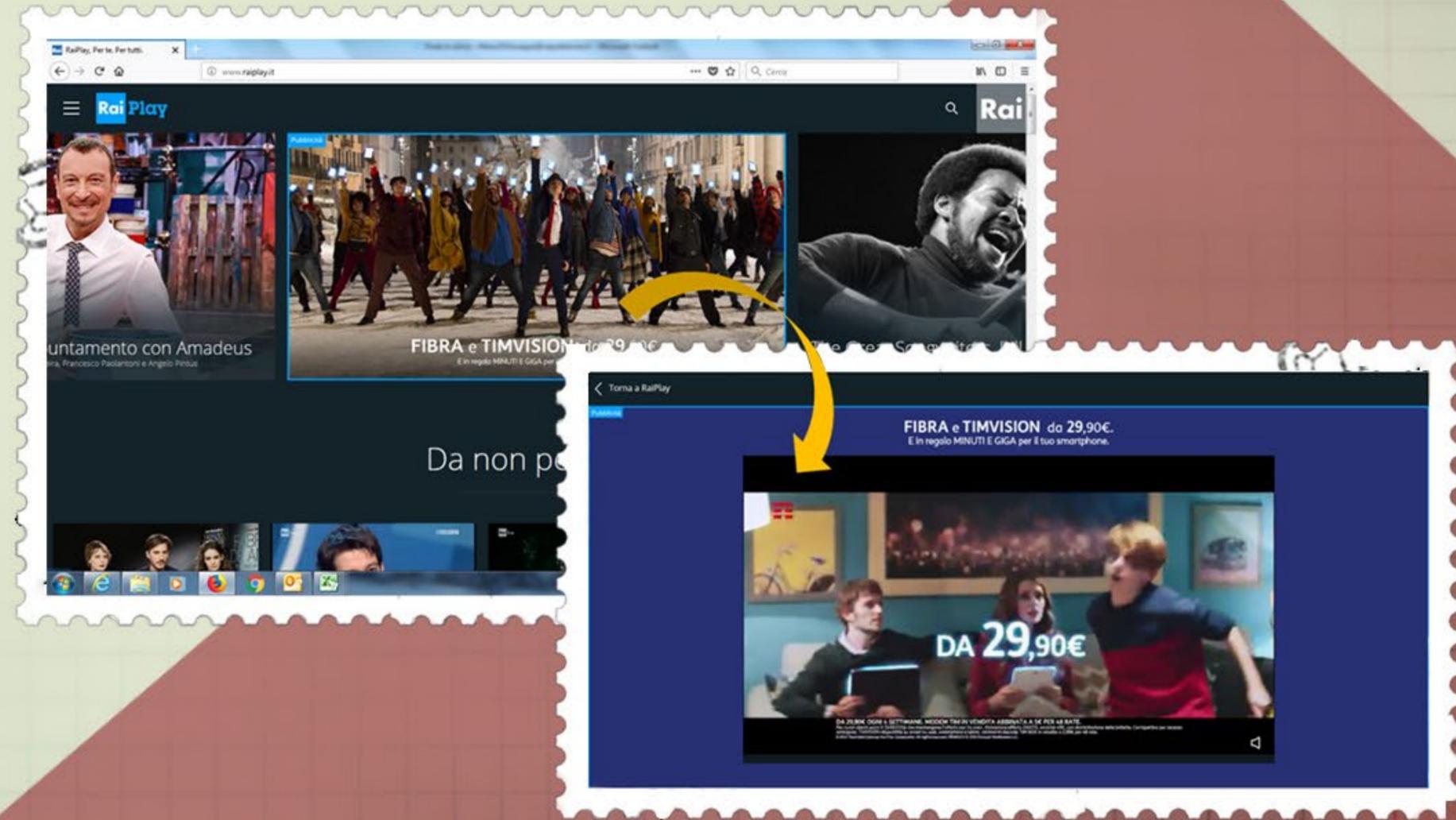
digital

un video diventa protagonista
dell'home page di RaiPlay

video inserito nello slider
dell'home page per una settimana

con un click si accede
a una sezione interamente brandizzata,
contenente i video del cliente

iniziativa soggetta ad approvazione editoriale





impaginazione

**break
access**
21.20

break 1
21.45

break 2
22.25

break 3
22.45

billboard
21.23

billboard
23.30

gli orari sono indicativi





offerta commerciale

15"	break access 15" p/u	15"	break A 15" p/u
tariffe €			
33.600	36.960	42.000	46.200

intro break access 15"	intro break A 15"	fuori break access 15"	fuori break access 45"	fuori break A 15"	fuori break A 45"
tariffe €					
40.320	50.400	43.680	120.120	54.600	150.150

billboard 4"+4"	inviti all'ascolto 5"+5"
tariffe €	
27.000	40.000

per le norme e condizioni di vendita fare riferimento a www.raipubblicita.it/legal/#normeecondizionidivendita

offerta commerciale media e progetti speciali

formati banner/video

pianificabili in libera tramite l'acquisto

in fascia oraria di programmazione tv
sulla pagina della diretta

sui contenuti dedicati alla trasmissione

suggerimenti

è possibile acquistare anche i progetti speciali
branded content social e co-brand digital
legati alla trasmissione e il native advertising box,
previa approvazione editoriale

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

