

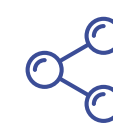
# *Il Collegio*

**Il Collegio 8**

26 settembre - 29 ottobre



VIDEO



SOCIAL

**Rai 2 Rai Play**

# L'edizione più moderna di sempre

Rai 2 Rai Play

6 puntate

per la prima volta di domenica

periodo

**2001: un anno spartiacque**

- 11 settembre
- lancio del primo iPod
- nascita di Wikipedia

location

**Collegio San Francesco**  
Lodi

**Un format che cambia  
insieme al suo pubblico**



# Ascolti 6 volte superiori su giovani e giovanissimi

Rai 2

stima editoriale

**1.200.000**

ascolto medio

**7,5%**  
share

elevate concentrazioni su fasce diverse

focus profilo 7<sup>a</sup> stagione

**idx affinità**

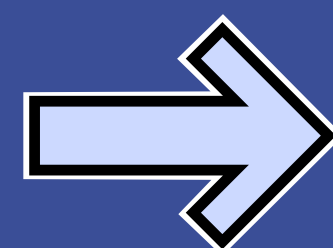
<b>8 - 14</b>	347
<b>15 - 24</b>	212
<b>adulti con figli</b>	162
<b>R.A. con figli</b>	157
<b>donne 35 - 54</b>	149

fonte: Auditel

# On demand 1 utente su 2 ha meno di 25 anni

Rai Play

**13.250.000**  
LS live + VOD

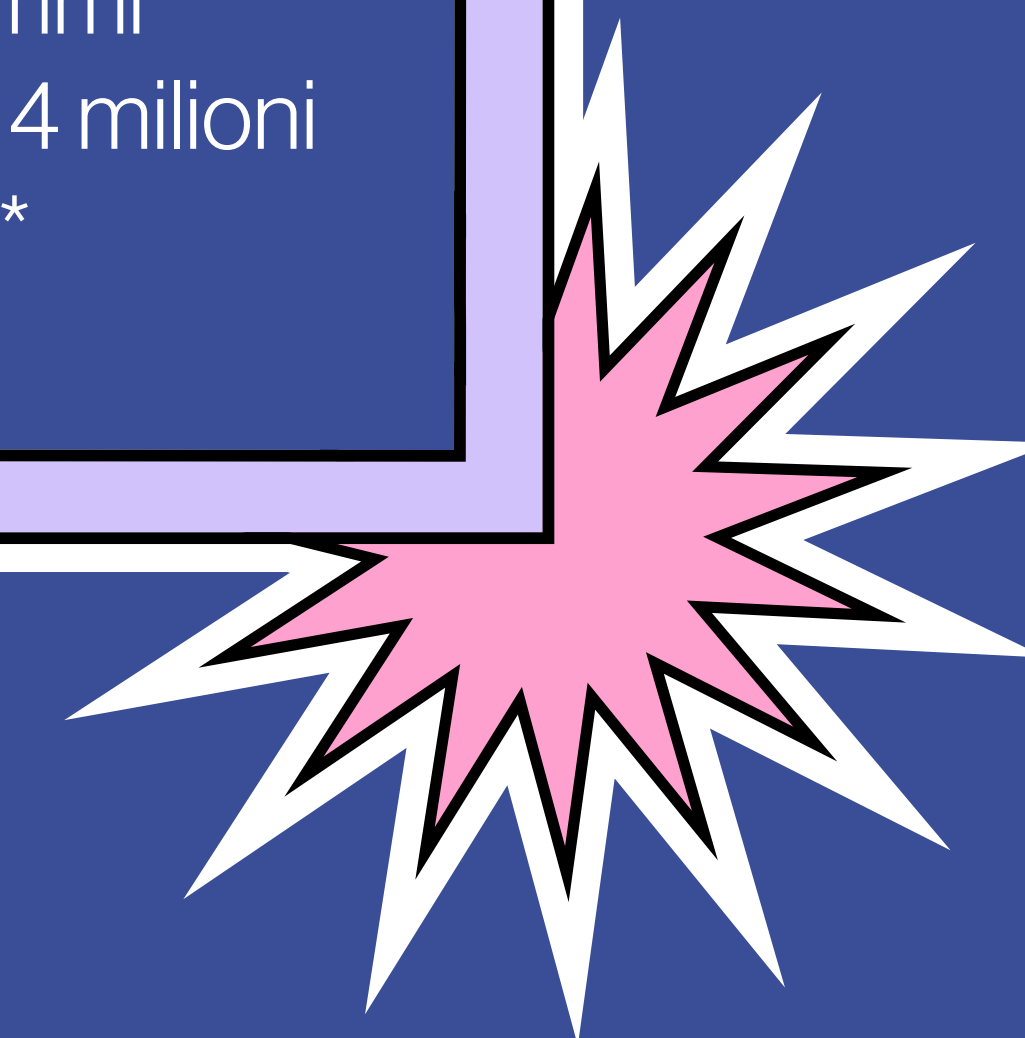
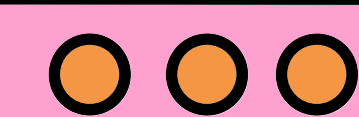


nella top 5 dei programmi  
dell'autunno con oltre 4 milioni  
di ore di tempo speso\*

YouTube

**12.600.000**  
views

\*considerato l'intero perimetro di misurazione Auditel  
fonte Auditel digital/MAPP – YouTube Analytics



# Preferenze e abitudini

Heavy viewer

idx affinità



divertente

131

gratificazione

118

inclusione

108

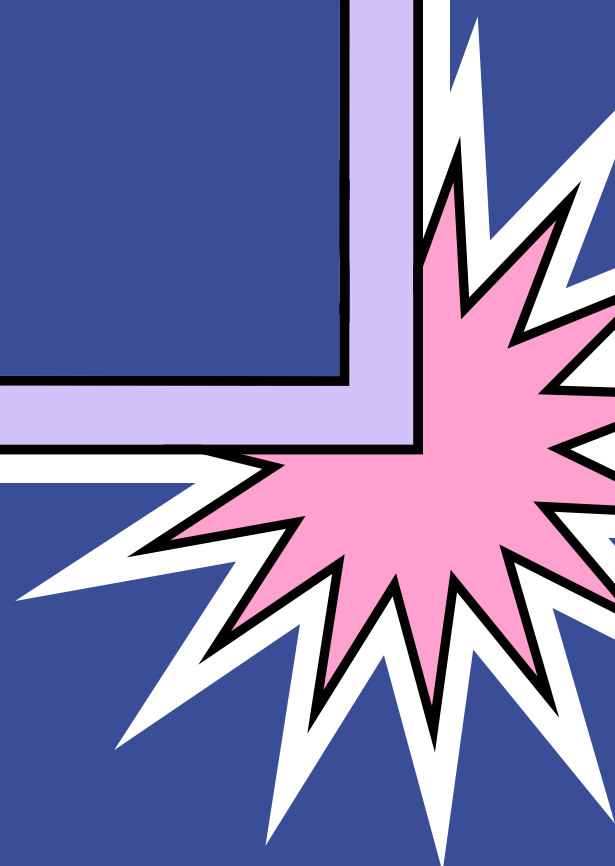
# Attento ai temi sociali

Heavy viewer

idx affinità

body shaming, razzismo, gender fluidity, ecc.

110



# Dinamico e appassionato di reality

Heavy viewer

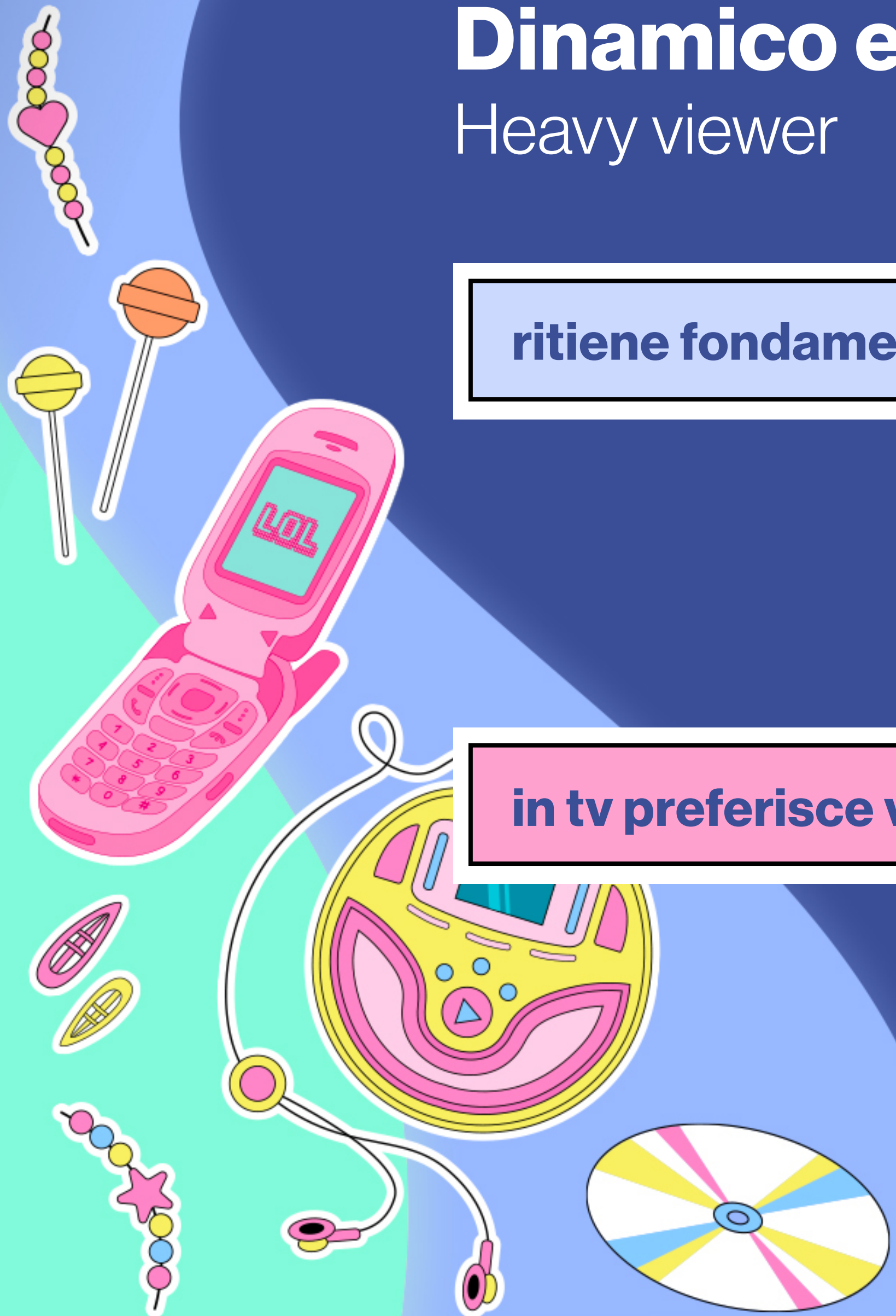
idx affinità

ritiene fondamentale viaggiare

128

in tv preferisce vedere reality show

114



# Orientamenti e tempo libero

Heavy viewer

idx affinità

trova divertente fare acquisti

110

segue la moda e le novità

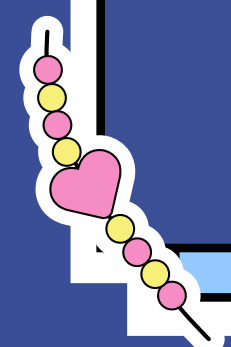
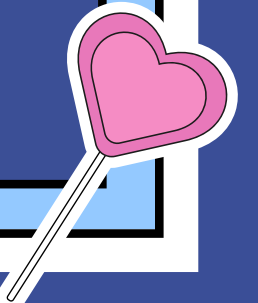
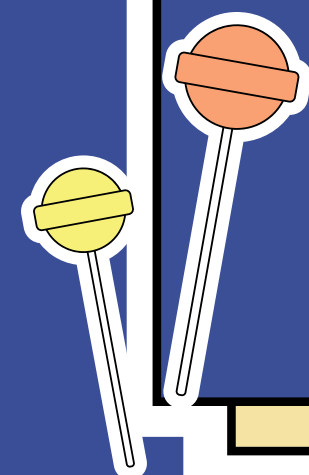
113

gioca alla console tutti i giorni

108

tempo libero

musica **163** fitness **131**





# Un contenuto editoriale unico che garantisce elevata attenzione



perchè guarda il Collegio	share %
per le ambientazioni	58
per i tutor	57
perchè lo trova piacevole, divertente	53
perchè lo trova originale, diverso dagli altri	53

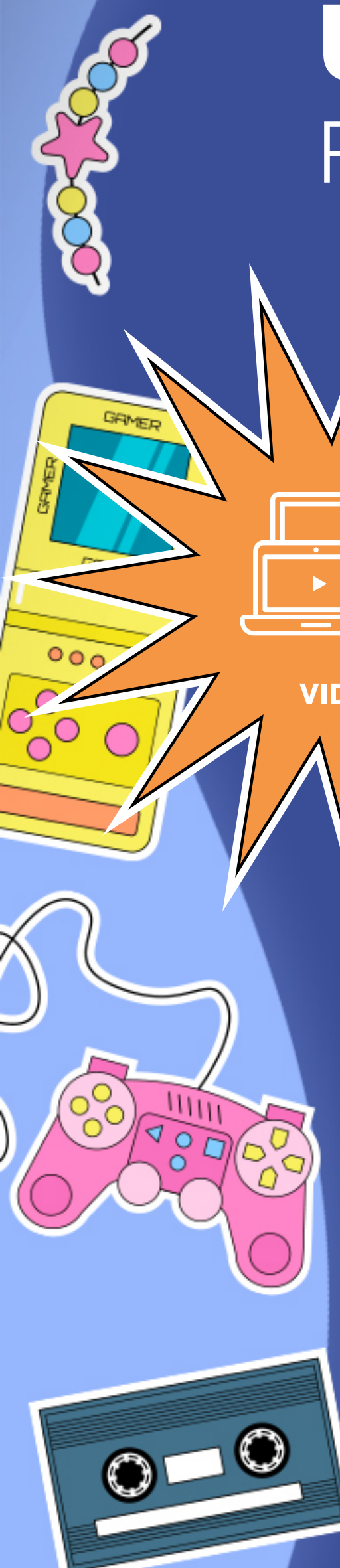
fonte: Rai Qualitel TV\_MG research, Notosondaggi, EMG Acqua Group, GPF inspiring research.  
Valori %: persone che si esprimono con il massimo dei voti 8-10



**offerta  
commerciale**

## Un progetto crossmediale strategico

Per raggiungere ogni fascia d'età sfruttando le peculiarità di ogni piattaforma



### TV

#### Rai 2

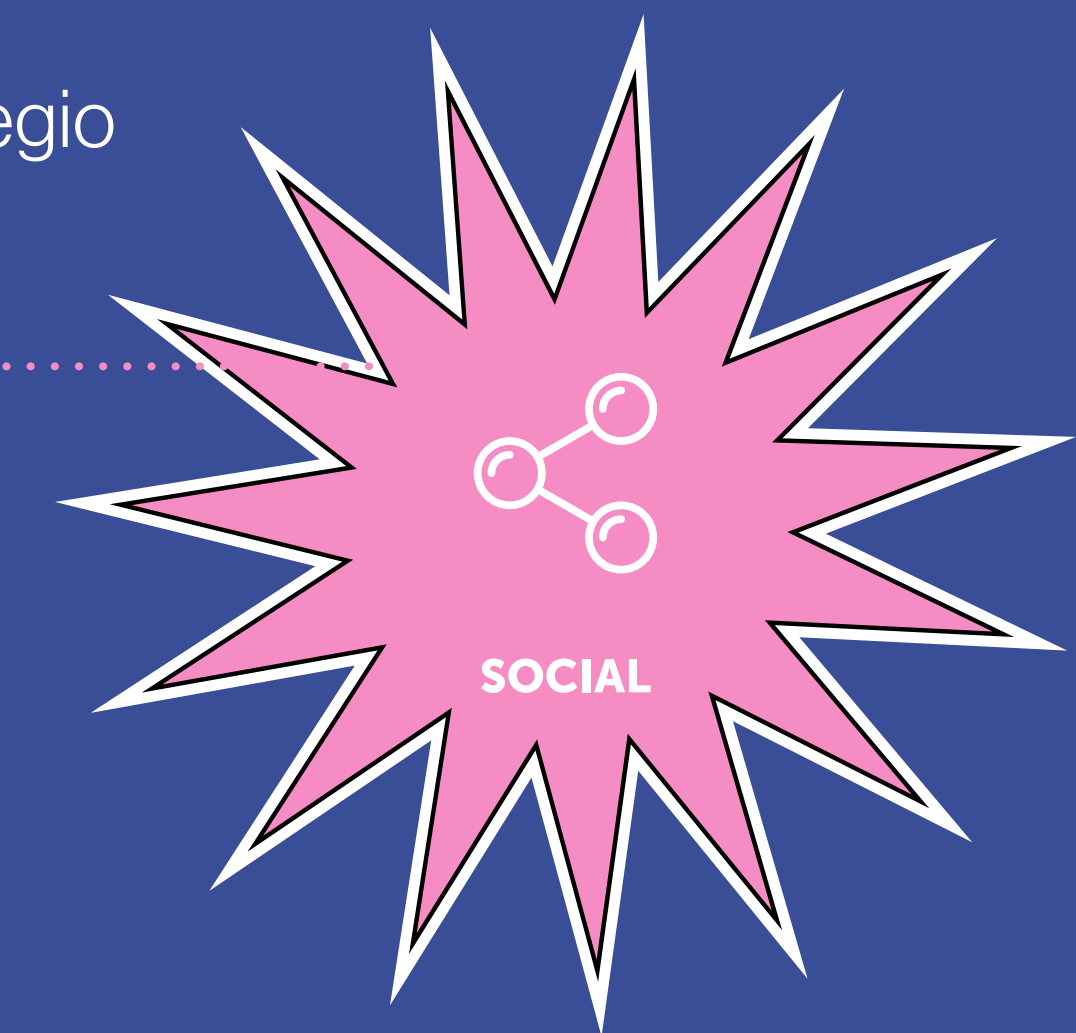
6 puntate in prima serata

#### Rai Play

contenuti extra per immergersi nel mondo dei collegiali

- backstories
- provini
- momenti salienti delle puntate

sinergia tra le pagine RaiPlay e Il Collegio  
narrazione ad hoc per raccontare gli highlight della nuova edizione



### Digital

#### IlCollegio@Youtube

un canale dedicato

- catch-up tv
- clip delle stagioni
- community

#### Vevo@Youtube

colonna sonora degli anni 2000

### Cinema

presenti nelle settimane di messa in onda



VIDEO

# Modalità di vendita

Rai 2

## acquisto a puntata

per ogni formato disponibile

## formati disponibili

- spot
- spot p/u
- fuori break
- special position
- billboard
- golden minute



VIDEO

# Modalità di vendita

## Pacchetto multidevice bisettimanale\*



contenuto	formato	impression a pacchetto	valore netto di vendita
<b>Rai Play</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> live streaming</li> <li><span style="color: purple;">●</span> VOD</li> <li><span style="color: yellow;">●</span> extra</li> </ul>			tariffa €
<b>IlCollegio@YouTube</b> clip VOD	Spot video multidevice	<b>1.000.000</b>	<b>30.000</b>
<b>Vevo@YouTube</b> colonna sonora anni 2000			

\*valido nel periodo 24 settembre - 5 novembre 2023



VIDEO

# Modalità di vendita

## Cinema

**359**

schermi nelle settimane di messa in onda

### formati

break premium     break top

2 settimane a ottobre/novembre

metà circuito con cornice o promo programma

**250.000**

contatti

**20.104**

passaggi

### proximity

mobile display

2 settimane a ottobre/novembre

**400.000**

impression