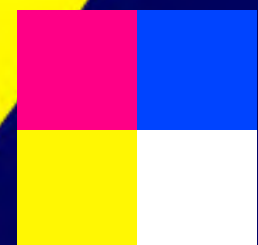


EUROVISION

SONG CONTEST

UNITED KINGDOM

LIVERPOOL 2023



9, 11 e 13 maggio



VIDEO



AUDIO

Rai 1

Rai 2

Rai Play

Rai Radio 2

**Rai Play
Sound**

L'Europa unita sotto la bandiera della musica

Rai 2 Rai Radio 2

martedì 9 maggio dalle 21.00

con Serbia, Lettonia, Irlanda, Norvegia, Portogallo, Croazia, Malta, Svezia, Moldavia, Svizzera, Israele, Paesi Bassi, Finlandia, Azerbaigian, Repubblica Ceca

Diritto di voto: Francia, Germania e Italia

giovedì 11 maggio dalle 21.00

con Armenia, Cipro, Romania, Danimarca, Belgio, Islanda, Grecia, Estonia, Albania, Australia, Austria, Lituania, San Marino, Slovenia, Georgia, Polonia

Diritto di voto: Regno Unito, Spagna, Ucraina

semifinali

Rai 1 Rai Radio 2

sabato 13 maggio dalle 21.00

gareggeranno 26 paesi di cui:
i primi 10 qualificati durante la prima semifinale
i primi 10 qualificati durante la seconda semifinale
i Big Five: Francia, Germania, Italia, Spagna, Regno Unito
L'Ucraina, vincitrice dell'edizione precedente

finale

Un inno alla pace, alla diversità, al talento

UNITED BY MUSIC

Lo slogan

Lo spirito comunitario

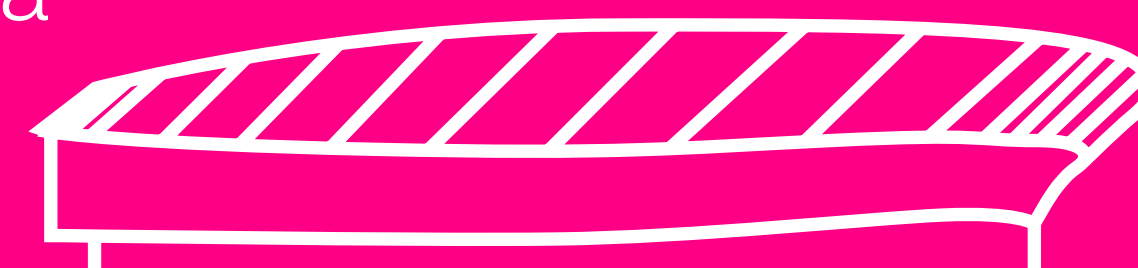
L'Ucraina ha vinto la precedente edizione dell'evento con Stefania della Kalush Orchestra

In suo supporto, il Regno Unito aggrega l'Europa attorno a valori di pace e sostegno

Il logo

Elettrocardiogramma con i colori della bandiera dell'Ucraina

Pulsazioni che producono cuori, simboleggiando il ritmo della musica



Liverpool Arena

La sede



Il nostro rappresentante



Marco Mengoni

Vincitore di Sanremo 2023

Gli italiani in diretta da Liverpool

Gabriele Corsi

Attore, comico, conduttore televisivo e radiofonico

Mara Maionchi

Produttrice discografica e personaggio televisivo

Le voci di Rai Radio 2

Back2Back

con Gino Castaldo ed Ema Stokholma

Il programma dedicato alle tendenze musicali del passato e del presente per avvicinarsi alla finale dell'evento

Simulcast con la diretta tv

con LaMario, Diletta Parlangei e Saverio Raimondo

Dagli studi di Via Asiago, il commento delle semifinali e della finale tra classifiche, storia, curiosità sugli artisti in gara e sui loro Paesi

Rai Radio 2 è disponibile sul canale 202 del DDT, in visual su RaiPlay, in diretta streaming audio su RaiPlay Sound e sugli account Facebook, Instagram e Twitter, dove verranno pubblicati contenuti speciali ed extra della serata

L'evento non sportivo più seguito al mondo

72%

totale viewers 16+
voti 7-10

83%

premium
voti 7-10

alti livelli di gradimento

fonte: ricerca ad hoc CAWI, Unit Research Rai Pubblicità - base rispondenti:
viewers ESC 2285; viewers premium 632 (coloro disposti a spendere di più per beni e servizi di qualità)

Attenzione elevata e percepito positivo per la qualità dello show e i contenuti proposti



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

L'heavy viewer



sostenibile

120

divertente

119

global

117

gender gap, BLM, climate change,
gender fluidity, bullismo e cyberbullismo, D&I

106

affinità | indice

vicino ai valori contemporanei e ai grandi temi sociali

La coerenza dell'evento con i temi veicolati è ampiamente riconosciuta e apprezzata

Favorisce la connessione tra persone e culture di molti paesi

Dà spazio a temi di inclusività e valorizzazione delle unicità

78%

72%

viewer

moltissimo + molto

86%

80%

premium

moltissimo + molto

fonte: ricerca ad hoc CAWI, Unit Research Rai Pubblicità - base rispondenti: viewers ESC 2285; viewers premium 632 (coloro disposti a spendere di più per beni e servizi di qualità)

Rai è portavoce ideale dei valori celebrati

Favorisce la connessione
tra persone e culture di molti paesi

Dà spazio a temi di inclusività
e valorizzazione delle unicità

71%

66%

viewer

moltissimo + molto

81%

79%

premium

moltissimo + molto

fonte: ricerca ad hoc CAWI, Unit Research Rai Pubblicità - base rispondenti:
viewers ESC 2285; viewers premium 632 (coloro disposti a spendere di più per beni e servizi di qualità)

Elevato apprezzamento per le dirette in prime time

74%

viewer

moltissimo + molto

82%

premium

moltissimo + molto

fonte: ricerca ad hoc CAWI, Unit Research Rai Pubblicità - base rispondenti:
viewers ESC 2285; viewers premium 632 (coloro disposti a spendere di più per beni e servizi di qualità)

La musica appporta pubblico, soprattutto sui segmenti più giovani

Rai 1

confronto amr 2022 vs media rete

individui	2,5x
15-24	4x
25-34	4x
35-44	4x
45-54	3x

confronto effettuato con amr di periodo limitrofo all'evento
fonte: Auditel, Live + VOSDAL. Rai 1, 21.30.00 - 23.59.59

Un contesto premium per lo storytelling di brand

Ricordo spontaneo brand partner

58%

Impatto positivo sulla brand image

71%

punte di oltre il 70%

fonte: ricerca ad hoc CAWI, Unit Research Rai Pubblicità - base rispondenti:
tot. pop. 16+ 3014; Viewers ESC 2285



VIDEO

Ascolti da grande evento

Rai 1

ascolto medio

6.040.000

focus target

share %

individui

33,5

25/64

35,0

15-34

43,5

Rai Play

views

LS live streaming

***1.255.000**

LS vod

2.741.000



interazioni

linear

10.340.000

24/7

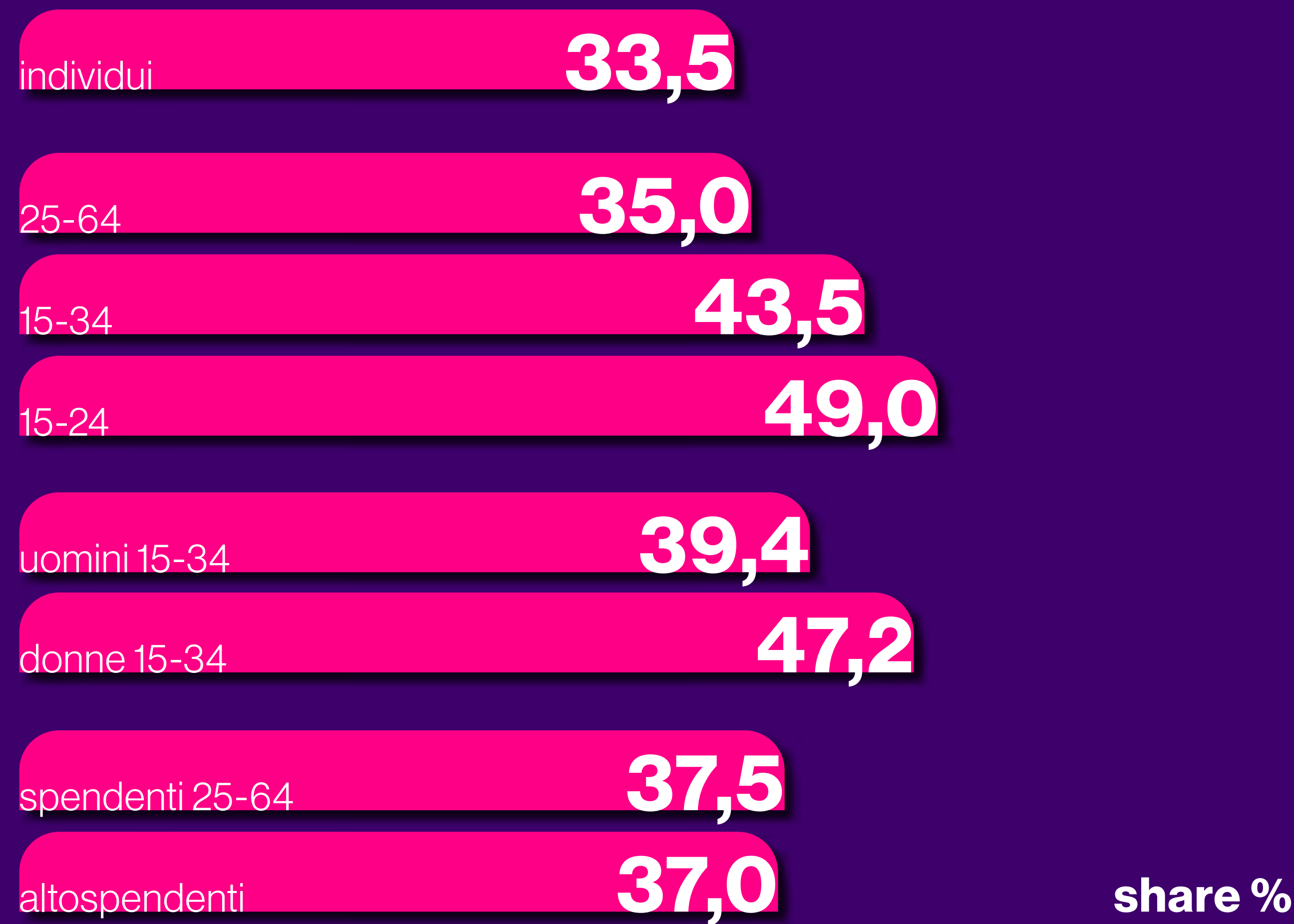
nella settimana 9 -14 maggio 2022

14.961.000

*dati comprensivi della diretta in segnale internazionale + LIS
fonte tv: Auditel Nielsen TAM 2022 | fonte RaiPlay: Auditel Digital 2022 | fonte social: Talkwalker 2022

La musica conquista i giovani

Rai 1



fonte tv: Auditel Nielsen TAM 2022

Un contenuto che piace a tutte le generazioni

Fruizione vod utenti registrati

Rai Play



25-64



donna



7 utenti su 10 tra
25 e 64 anni

% composizione

fonte RaiPlay: MAPP 2022



VIDEO

Impaginazione



salvo variazioni editoriali



VIDEO

Modalità di vendita

		Rai 2		Rai 1
		semifinali		finale
acquisto		passaggi		
in libera	Break anteprima	2		1
a modulo	Break start	2	+	1
a modulo	Break A	2	+	1
	Break B	2	+	1
	Break C	2	+	1
in libera	Break D	-		1
a modulo	Break chiusura	2	+	1

ciascuno dei tre moduli interni venduto in abbinata al modulo digital

formati disponibili

spot fuori break
spot p/u special position

sconto top event



VIDEO

Acquisto a modulo

Semifinali e finale

Rai 2 **Rai 1**

	orario	passaggi		fuori break 30"	special position 30"	spot p/u 30"	spot 30"
		Rai 2	Rai 1				tariffa €
Modulo Eurovision Start	20.55	2	1	131.300	121.200	111.100	101.000
Modulo Eurovision A*	21.30/21.40	2	1	192.400	177.600	162.800	148.000
Modulo Eurovision B*	22.00/22.20	2	1	192.400	177.600	162.800	148.000
Modulo Eurovision C*	22.30/23.20	2	1	184.600	170.400	156.200	142.000
Modulo Eurovision Chiusura	23.40/24.45	2	1	79.300	73.200	67.100	61.000

*ciascuno dei tre moduli interni
venduto in abbinata al modulo digital **€ 23.300**

sono fatti salvi i diritti di esclusiva merceologica riconosciuti allo sponsor ed ai partner in base ai relativi accordi contrattuali



VIDEO

Acquisto in libera

Semifinali e finale

Rai 2 Rai 1

	orario	passaggi	fuori break 30"	special position 30"	spot p/u 30"	spot 30"
	tariffa €					
R2 Eurovision Semifinale Anteprima	20.20	2	13.000	12.000	11.000	10.000
R1 Eurovision Finale Anteprima	20.40	1	63.700	58.800	53.900	49.000
R1 Eurovision Finale D	24.05	1	94.900	87.600	80.300	73.000

sono fatti salvi i diritti di esclusiva merceologica riconosciuti allo sponsor ed ai partner in base ai relativi accordi contrattuali



VIDEO

Modalità di vendita



moduli

Visibilità su tutti i contenuti video live e vod di RaiPlay inerenti all'evento e su tutti i contenuti di Vevo nel periodo 8-14 maggio 2023.

	formato	imps a pacchetto	tariffa lorda €
RaiPlay live + vod evento	spot video digital device + CTV	1.000.000	80.063
Vevo			

Visibilità sulla scheda programma dell'evento tramite l'impaginazione del formato Floor Ad Video nel periodo 8-14 maggio 2023.

	formato	imps a pacchetto	tariffa lorda €
RaiPlay in scheda programma Eurovision	floor ad video	200.000	4.600

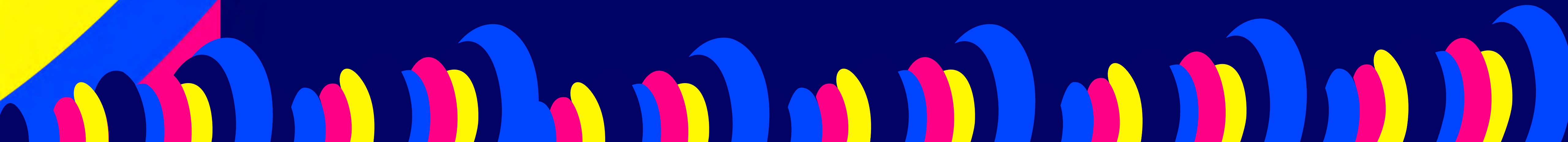
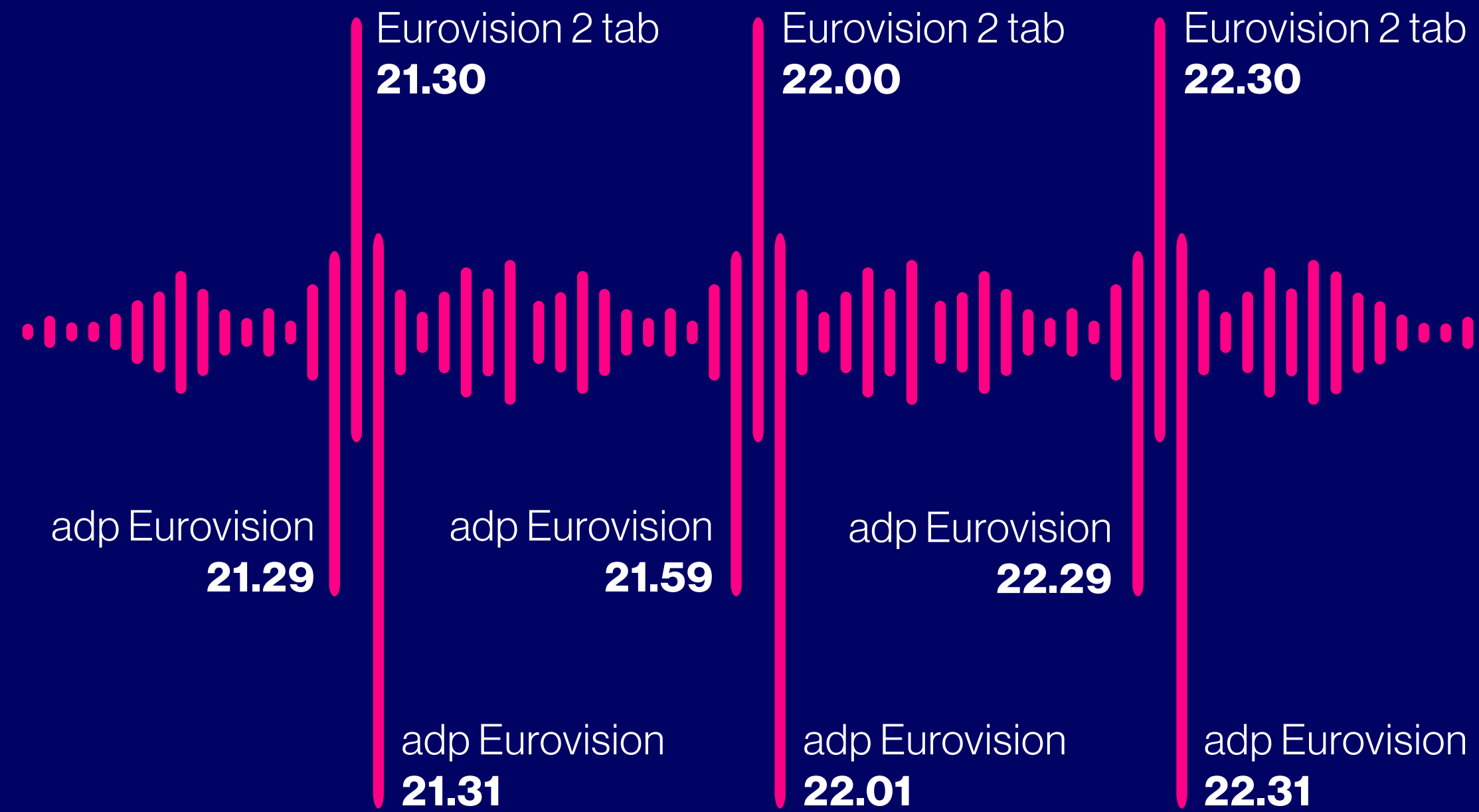


AUDIO

Impaginazione

Rai Radio 2

semifinali 9 e 11 maggio



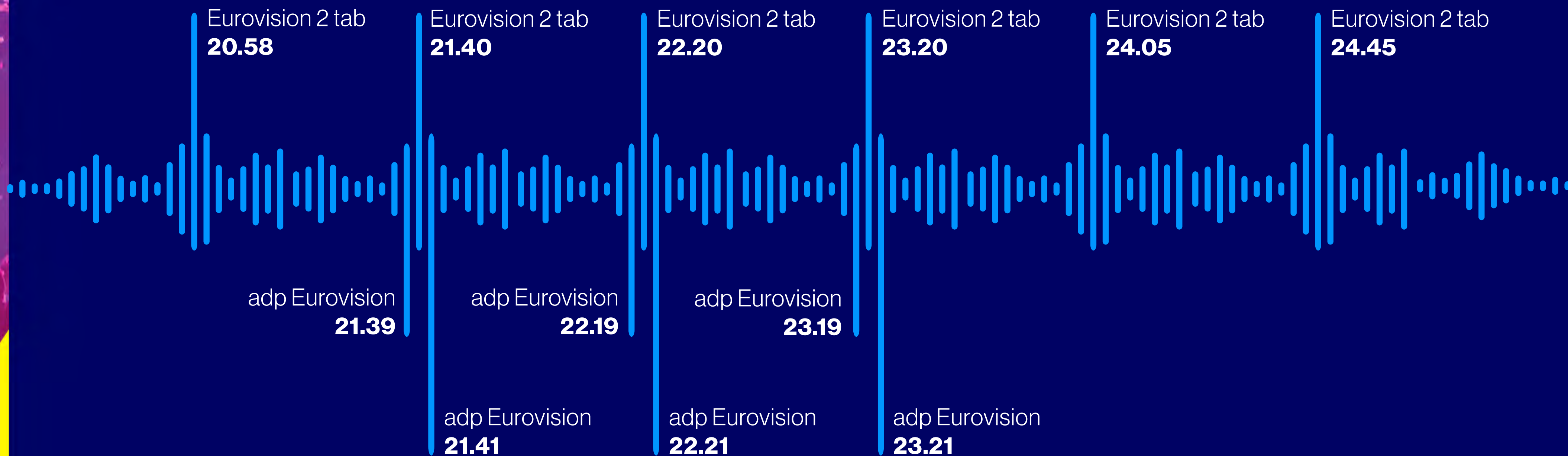


AUDIO

Impaginazione

Rai Radio 2

finale 13 maggio





AUDIO

Listino

Rai Radio 2

Rai Play Sound

Tabellare | 9, 11 e 13 maggio

	spot 30"	ad point 15" tariffa €
Serata finale	2.700¹	2.100

8-21 maggio³

audiospot fino a 30"	floor ad cpm €
25	15

Iniziativa speciali | 8-12 maggio

	passaggi	ad point 15" tariffa €
Smile pack A/B ²	84	17.220

Iniziativa speciali | 8, 10, 12 maggio

	3 radiopromozioni + 6 billboard + 3 product placement tariffa €
Back2Back A/B	5.700



¹acquisto psu mark up + 25% | ²Rai Radio 2 e No Name | ³ general rotation