

2018

TVFREE

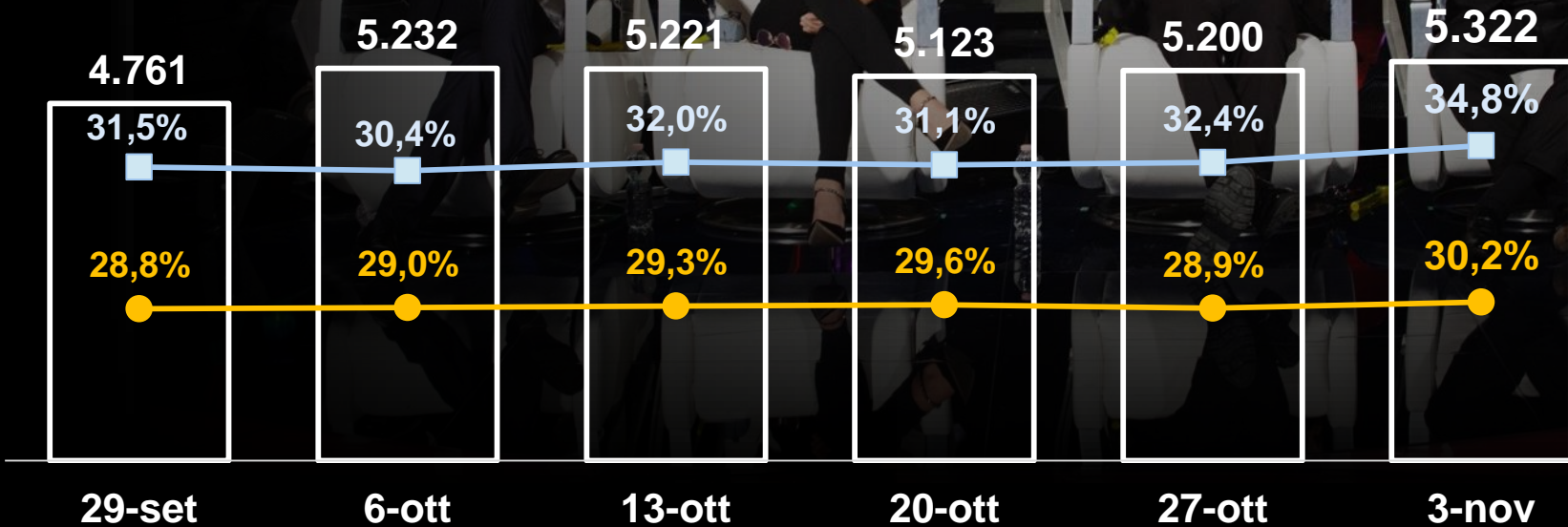
AUDIENCE

5 novembre

GRUPPO MEDIASET  
PUBLITALIA '80

# TÙ SÍ QUE VALES

1. FLAING BI BOP



Ascolto Medio (.,000)

Share Individui

Share Ad 25-54

5

# TÙ SÍ QUE VALES

1. FLAING BI BOP

27/10 – 3/11

## Individui

Valori ass. (.000)

**5.260****3.841**

Share

**29,5%****18,6%****PORTOBELLO**

## Ad 25-54

Share

**33,6%****11,6%**



5

# L'ISOLA DI PIETRO 2

LA 2<sup>^</sup> STAGIONE  
UNA FICTION DI SUCCESSO

Domenica

RAI 1  
CHE TEMPO CHE FA\*

**Individui**

Valori ass. (.000) **3.287** **2.963**

Share **15,2%** **13,7%**

**Donne**

Share **19,2%** **16,8%**

\* Sovrapposizione oraria 21.33-23.44





Ottobre 2018

### Individui

Valori assoluti (.000) **3.341**

Share **20,1%**

---

### Donne 25-54

Share **30,0%**

---







GRANDE  
FRATELLO  
VIP

## IL GRANDE FRATELLO RADDOPPIA AL GIOVEDÌ 25 OTTOBRE – 8 e 22 NOVEMBRE

Giovedì 25 Ottobre

ALLIEVA 2

### Individui

Share	<b>19,1%</b>	<b>21,9%</b>
-------	--------------	--------------

### Adulti 25-54

Share	<b>22,5%</b>	<b>16,5%</b>
-------	--------------	--------------





**CROAZIA vs SPAGNA**  
**GIOVEDÌ 15 NOVEMBRE**







**PRIME TIME GIOVEDÌ**  
**DAL 29 NOVEMBRE**  
**4 PUNTATE**





51

# SCHERZI A PARTE

DA VENERDÌ 9 NOVEMBRE

Gennaio 2015

## Individui

Valori assoluti (.000) **6.156**

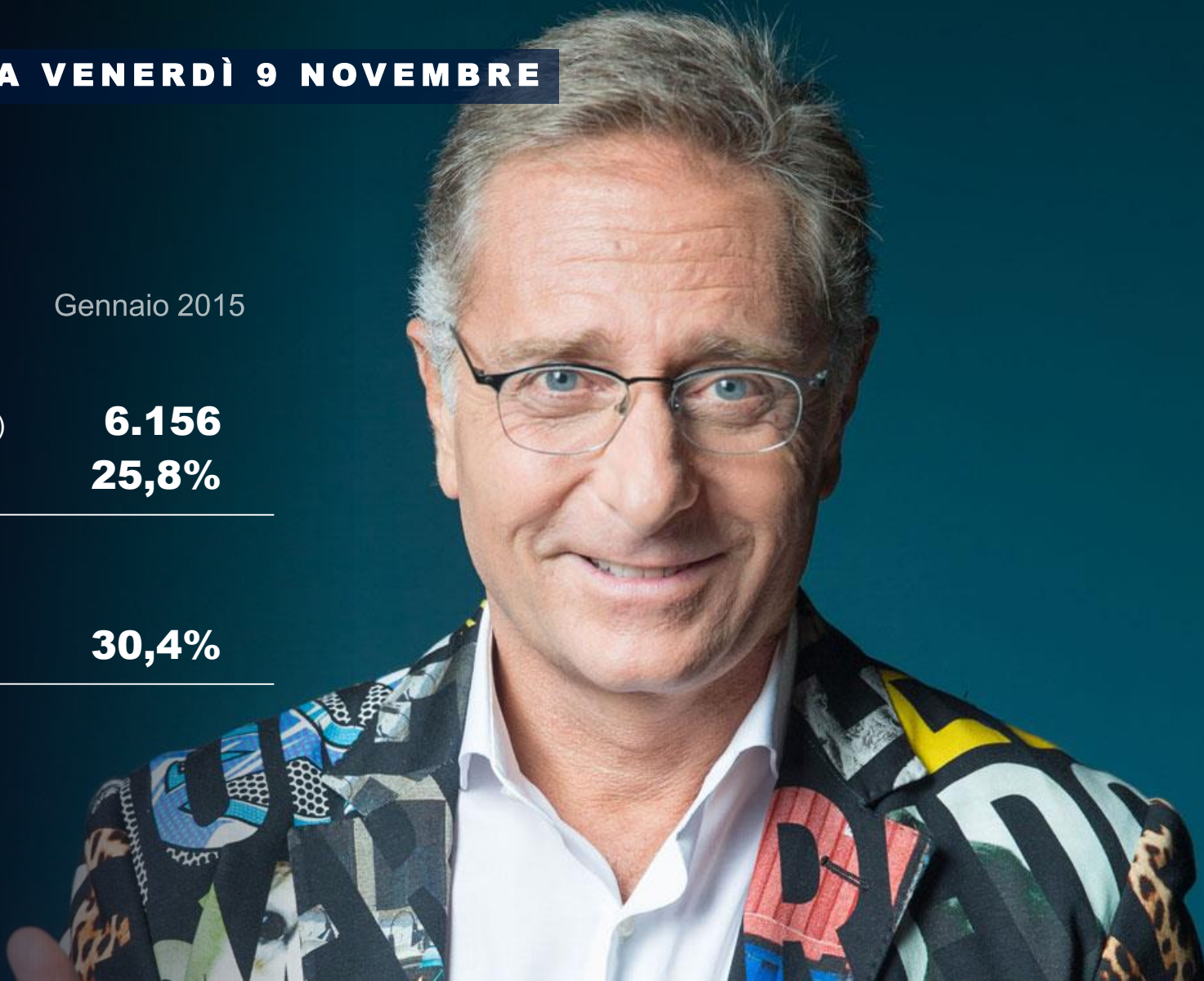
Share **25,8%**

---

## Adulti 25-54

Share **30,4%**

---





## CANALE 5 LEADER ASSOLUTO

21 Ottobre – 3 Novembre

### Share 24 Ore

	Individui	Adulti 15-64	Adulti 25-54	Donne 25-54
<b>CANALE 5</b>	<b>16,3%</b>	<b>16,7%</b>	<b>17,5%</b>	<b>19,9%</b>
RAI 1	16,2%	12,1%	9,9%	10,9%
<b>Diff. C5 vs R1</b>	<b>+0,1</b>	<b>+4,7</b>	<b>+7,5</b>	<b>+9,0</b>





# LE IENE

Autunno 2018

## Individui

Valori assoluti (.000) **1.867**

Share **10,7%**

---

## Adulti 15-34

Share **19,7%**

---





# Harry Potter

24-31/10 e 1/11

## Individui

Valori assoluti (.000) **1.428**

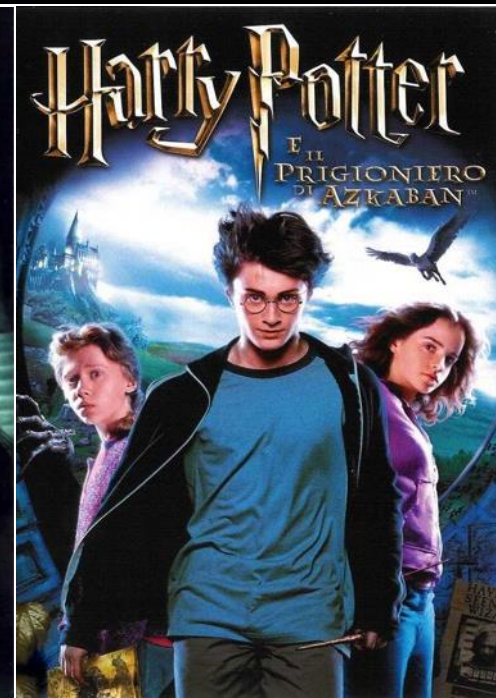
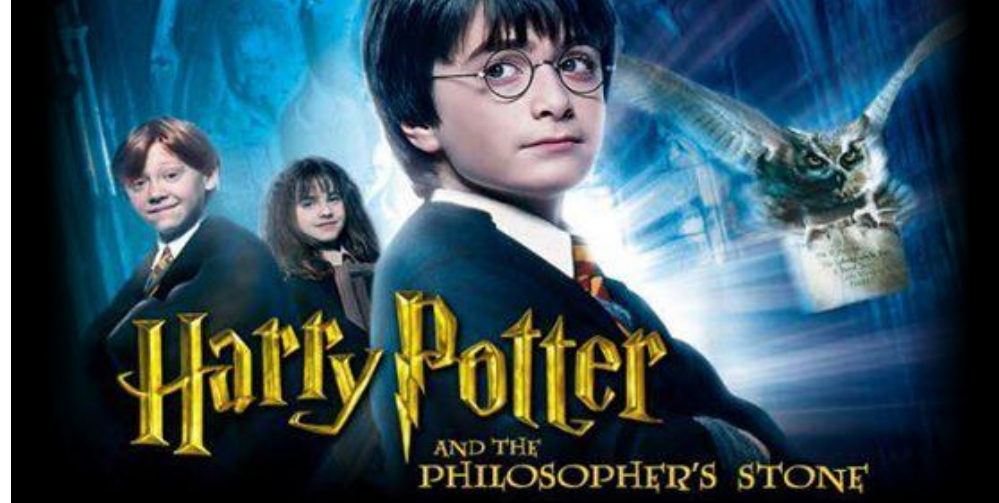
Share **6,8%**

## Adulti 15-34

Share **14,1%**

## Donne 15-34

Share **15,5%**







CR4

PRESENTA

LA REPUBBLICA  
DELLE  
DONNE

31 Ottobre 2018

**Individui**

Valori assoluti (.000)

**973**

Share

**4,9%**

**Adulti +45**

Share

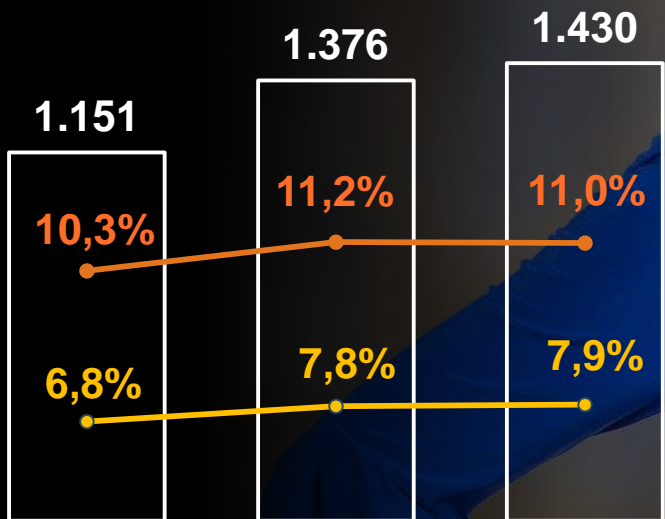
**6,0%**



4

QUARTO  
GRADO

## UN AUTUNNO IN CRESCITA



Settembre

Ottobre

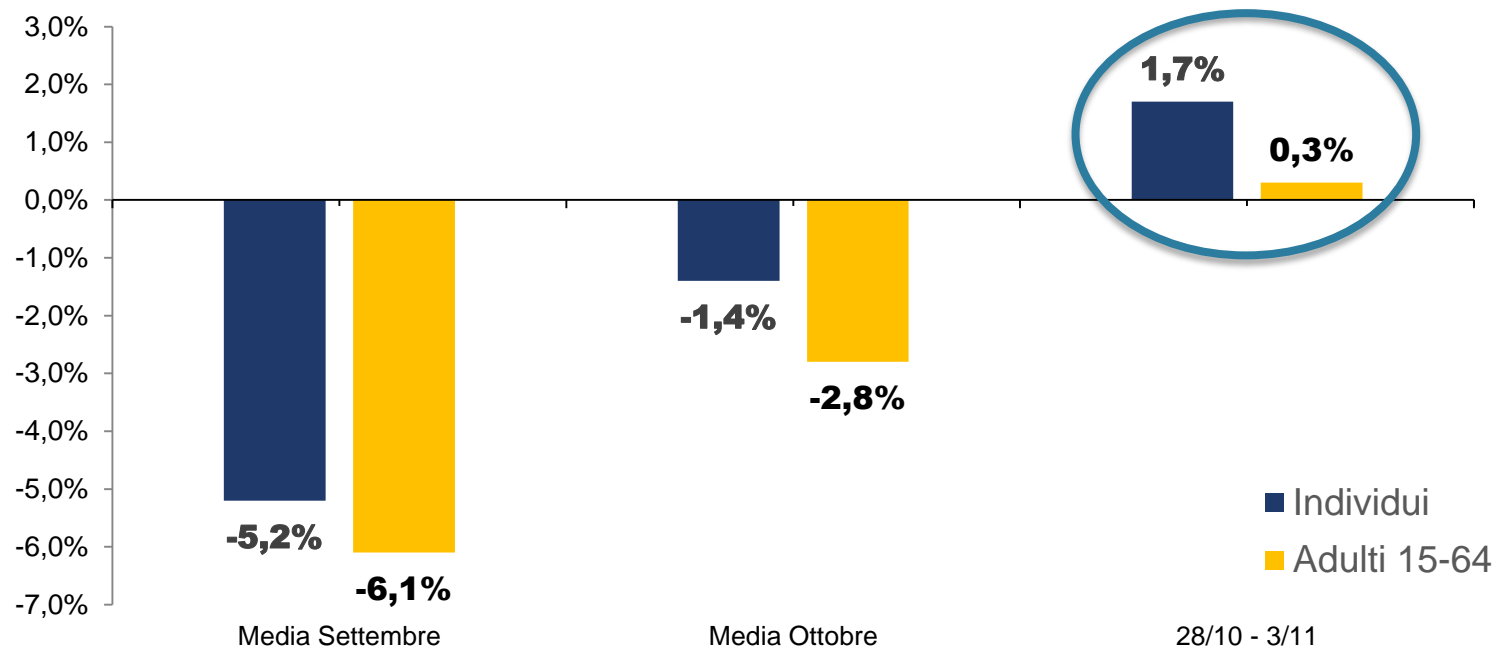
Novembre

Ascolto Medio (.000)    Share Individui    Share Donne +45





# IL TOTALE ASCOLTO RECUPERA IN OTTOBRE E CHIUDE IN POSITIVO LA PRIMA SETTIMANA DI NOVEMBRE



Differenza vs 2017

2018

# TV FREE

A U D I E N C E

● Focus Reti **Tematiche Free**



## RETI TEMATICHE FREE (no canali kids)

Ottobre 2018 – Share 24 Ore

	Individui	Diff. punti vs 2017	Adu 15-64	Diff. punti vs 2017
MEDIASET	<b>5,4</b>	<b>0,3</b>	<b>6,3</b>	<b>0,5</b>
Discovery	<b>5,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>6,3</b>	<b>-0,3</b>
Rai Adv*	<b>4,6</b>	<b>=</b>	<b>4,7</b>	<b>-0,2</b>
Sky Free	<b>3,5</b>	<b>0,1</b>	<b>4,3</b>	<b>-0,1</b>

No canali KIDS, 30.9-27.10 vs omologo; Food Network non considerato nel 2017;\*no canali senza pubblicità (Rai 5 – Rai Storia)

## RETI TEMATICHE FREE (no canali kids)

Ottobre 2018 – Share Prime Time (21.00-23.00)

	Individui	Diff. punti vs 2017	Adu 15-64	Diff. punti vs 2017
MEDIASET	<b>5,8</b>	<b>0,6</b>	<b>6,2</b>	<b>0,8</b>
Discovery	<b>4,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>5,2</b>	<b>-0,2</b>
Rai Adv*	<b>4,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>4,2</b>	<b>-0,6</b>
Sky Free	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>4,1</b>	<b>0,1</b>

No canali KIDS, 30.9-27.10 vs omologo; Food Network non considerato nel 2017;\*no canali senza pubblicità (Rai 5 – Rai Storia)



## RETI TEMATICHE FREE (no canali kids)

Ottobre 2018 – Reach Media 24 Ore

	Individui (.000)	Var % vs '17
MEDIASET	<b>14.134</b>	<b>+1,8%</b>
Discovery	<b>13.596</b>	<b>-7,3%</b>
Rai Adv*	<b>12.828</b>	<b>-5,0%</b>
Sky Free	<b>12.556</b>	<b>-1,9%</b>

No canali KIDS, 30.9-27.10 vs omologo; Food Network non considerato nel 2017;\*no canali senza pubblicità (Rai 5 – Rai Storia)

# DISCOVERY: REAL TIME E DMAX FLETTONO SUL CORE TARGET

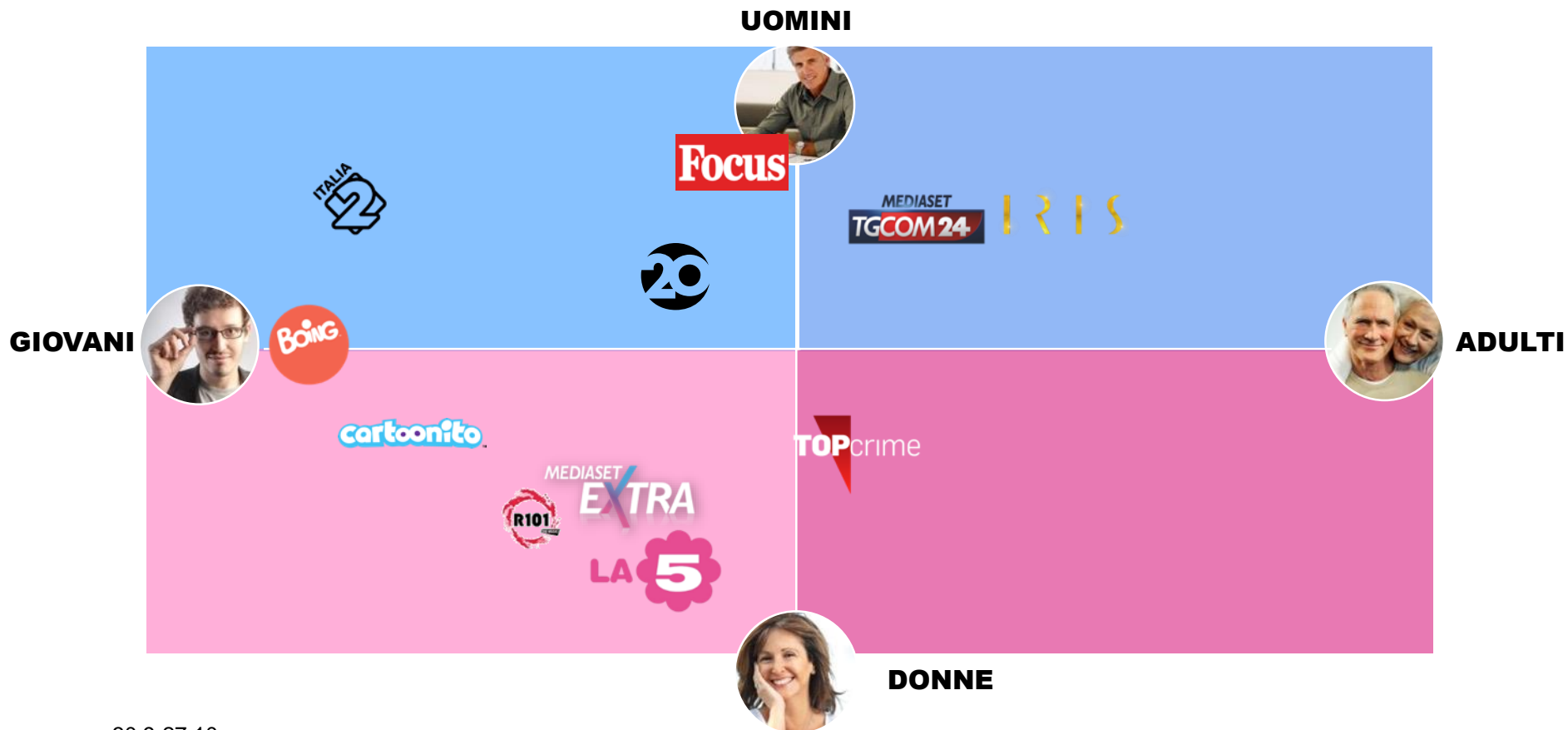
Ottobre 2018 – Share 24 Ore

Share 24 H	Adulti 15-64	Diff. punti vs 2017	Donne 25-54	Diff. punti vs 2017	Uomini 25-54	Diff. punti vs 2017
NOVE	<b>1,8</b>	<b>-0,1</b>				
REAL TIME	<b>1,7</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,3</b>	<b>-0,2</b>		
DMAX	<b>1,0</b>	<b>-0,3</b>			<b>1,6</b>	<b>-0,5</b>
GIALLO	<b>0,7</b>	=	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>		
MOTOR TREND	<b>0,7</b>	<b>-0,2</b>			<b>1,3</b>	<b>-0,1</b>

30.9-27.10 vs omologo

# RETI TEMATICHE MEDIASET: UN OFFERTA PER TUTTI I TARGET

Autunno 2018 – Posizionamento nelle 24 Ore





# RETI TEMATICHE MEDIASET: UN OFFERTA PER TUTTI I TARGET

Autunno 2018 – Posizionamento nelle 24 Ore

## UOMINI



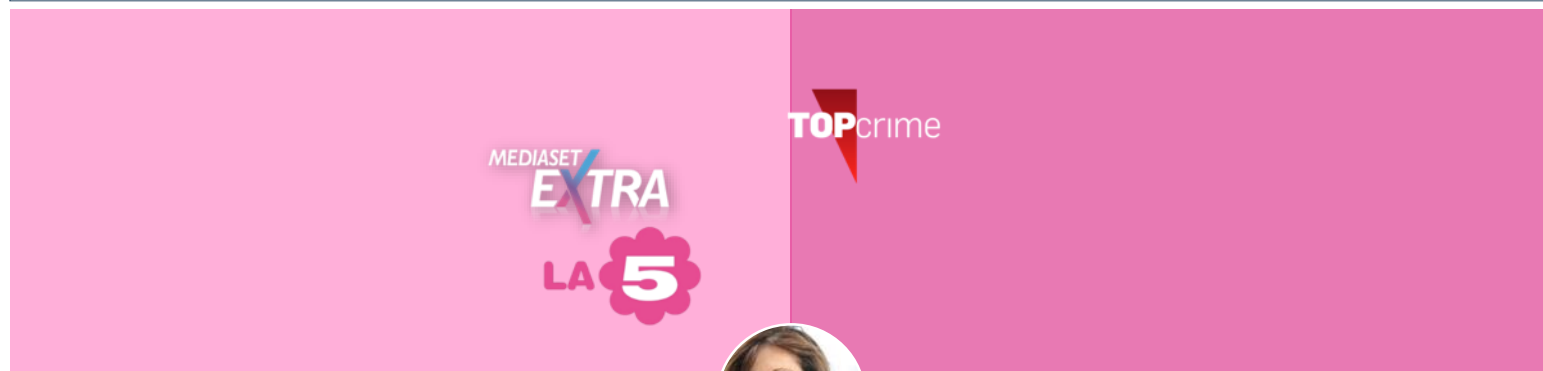
	Uomini	Index Uomini	Uomini 25-54	Index Uomini 25-54
Share 24h	<b>4,0</b>	<b>143</b>	<b>4,3</b>	<b>153</b>

No canali KIDS, 30.9-27.10

# RETI TEMATICHE MEDIASET: UN OFFERTA PER TUTTI I TARGET

Autunno 2018 – Posizionamento nelle 24 Ore

	Donne	Index Donne	Donne 25-54	Index Donne 25-54
Share 24h	<b>3,3</b>	<b>126</b>	<b>3,9</b>	<b>150</b>



**DONNE**

No canali KIDS, 30.9-27.10

# CANALI KIDS- BOING SPA PRIMO EDITORE

Progress Settembre – Ottobre; Share 07.00-22.00



	Kids 4-14
<b>BOING SPA</b>	<b>11,8</b>
Discovery	9,3
De Agostini	6,8
Rai adv	2,8
Sony	1,8
Viacom	1,4
Disney	1,2
Turner	1,2

	Kids 4-14
<b>BOING</b>	<b>7,2</b>
Super	6,5
Frisbee	4,8
<b>CARTOONITO</b>	<b>4,6</b>
K2	4,5
Rai Gulp	2,8
Pop	1,8
Nickelodeon	0,9