



TVFREE

AUTUNNO 2019

dal 1 settembre al 30 novembre

PALINSESTI

 GRUPPO MEDIASET
PUBLITALIA '80

● I risultati della primavera 2019



Mediaset consolida la sua quota di ascolto e la leadership sui target commerciali

	share adulti 15/64	differenza vs 2018	differenza vs 2018 senza Champions
Mediaset	34,5%	=	+0,3



Canale 5 conferma la leadership sul target commerciale e in marzo e maggio

1^ rete assoluta —● 17%

● AUTUNNO 2019 il ruolo centrale dell'autoprodotto nel palinsesto



Forte aumento dei contenuti autoprodotti sia nell'intrattenimento sia nella fiction



Le lene partono una settimana prima e in novembre sono 4 le serate autoprodotte



La nuova struttura di Rete4 compie un anno di successo

● AUTUNNO 2019

l'autoprodotto ha un doppio valore



13 settimane

●  **Il nuovo corso della fiction Mediaset**
Prodotto e cast di qualità: il successo della primavera



● Il nuovo corso della fiction Mediaset

AUTUNNO 2019

Continua la linea guida di successo con **19 serate** costruite con **4 prodotti**:

 **2 successi della rete**

 **2 novità assolute**



ROSY ABATE

LA SERIE

2[^] stagione

4,9 mio

Individui
Share **20,0%**

Donne 25-54
Share **25,3%**

Autunno 2017



5

L'ISOLA DI PIETRO

3[^] stagione

3,5 mio

Individui
Share **16,0%**

Donne 45+
Share **20,6%**

Autunno 2018





made in Italy

con **Raoul Bova, Margherita Buy, Greta Ferro, Giuseppe Cederna, Stefania Rocca, Marco Bocci**

Milano 1975.

Irene, figlia di immigrati del sud, per potersi mantenere mentre studia all'università, decide di rispondere all'annuncio della rivista di Moda "Appeal". Da quel momento la sua vita cambierà al ritmo dei cambiamenti che attraverseranno la moda milanese in quegli anni, quando, grazie a una generazione di straordinari stilisti, arriverà ad affermarsi in tutto il mondo.

La serie seguirà quindi il percorso professionale di Irene, che conquisterà presto un ruolo di prestigio nella rivista, e insieme la sua vita privata.

E attraverso il suo incontro con i maggiori stilisti dell'epoca (Albini, Krizia, Missoni, Armani, Curiel, Fiorucci, Versace, Prada, Valentino, Ferrè) rivivremo questo momento irripetibile della nostra storia .





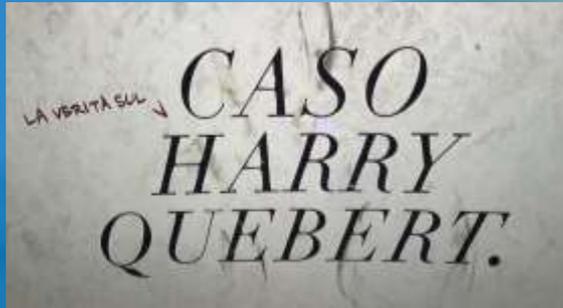
IL PROCESSO

con **Vittoria Puccini** e **Francesco Scianna**

In una splendida Mantova, un coro di personaggi gravita intorno ad un unico, drammatico evento: l'omicidio brutale della 17enne Angelica, coinvolta in affari più grandi di lei; la PM Elena Guerra, che scopre di essere indissolubilmente legata alla vittima; Ruggero Barone, avvocato rampante per cui il processo rappresenta l'occasione della vita. I loro diversi punti di vista si intrecciano con la loro vita privata e con la domanda sulla colpevolezza o l'innocenza dell'imputata, Linda Monaco, una gelida donna dell'alta società che viene accusata dell'omicidio della giovane amante del marito, che si proclama completamente innocente.

Il PROCESSO viene raccontato tramite due punti di vista differenti e contrastanti. Tutti camminano in bilico, perennemente sul filo di un rasoio: quello di un processo il cui esito deciderà il nuovo corso della vita di ciascuno.





Miniserie in 4 puntate con Patrick Dempsey

La serie tv ripercorre fedelmente la trama del libro di Joel Dicker che nel 2012 diventò un best seller : la storia è quella della misteriosa scomparsa di Nola, e di come Harry Quebert, scrittore famoso ritiratosi a vita privata, venga accusato del suo omicidio, avvenuto 30 anni prima .Il suo ex allievo lo scrittore Marcus prova a ricostruire quanto davvero avvenuto, a capire se realmente il suo maestro ha ucciso la ragazza di cui si era innamorato. La regia è di Jean-Jaques Annaud.



5 TÙ SÍ QUE VALES

5,2 mio

Individui
Share

29,5%

Adulti 25-54
Share

32,6%

Autunno 2018





3,9 mio

Individui
Share

21,5%

Donne 25-54
Share

34,7%

Autunno 2018

Conduce

Alessia Marcuzzi



TEMPTATION ISLAND

4 mio per la prima puntata,
oltre il 40% di share
sulle donne 25-54

5 3,6 mio

Lunedì 24/6

Individui
Share

22,5%

Donne 25-54
Share

37,6%

LA 5 371.000

Martedì 25/6

Individui
Share

2,4%

Donne 25-54
Share

4,5%





TEMPTATION ISLAND VIP ALL

UN PRODOTTO PUBBLICITARIO TABELLARE CHE CONSENTE LA COPERTURA TOTALE DEL PROGRAMMA

1 SPOT PRIME TIME MARTEDÌ



1 SPOT PRIME TIME MERCOLEDÌ



LISTINO 30" *

112.000

GRP's 15/64

7,6

GRP's donne 25-54

11,6

L'acquisto di entrambe le serate produce un aumento di copertura del 9%.

 11 mio

 +  12 mio

* Listino Ottobre – fascia Temptation Island FPT

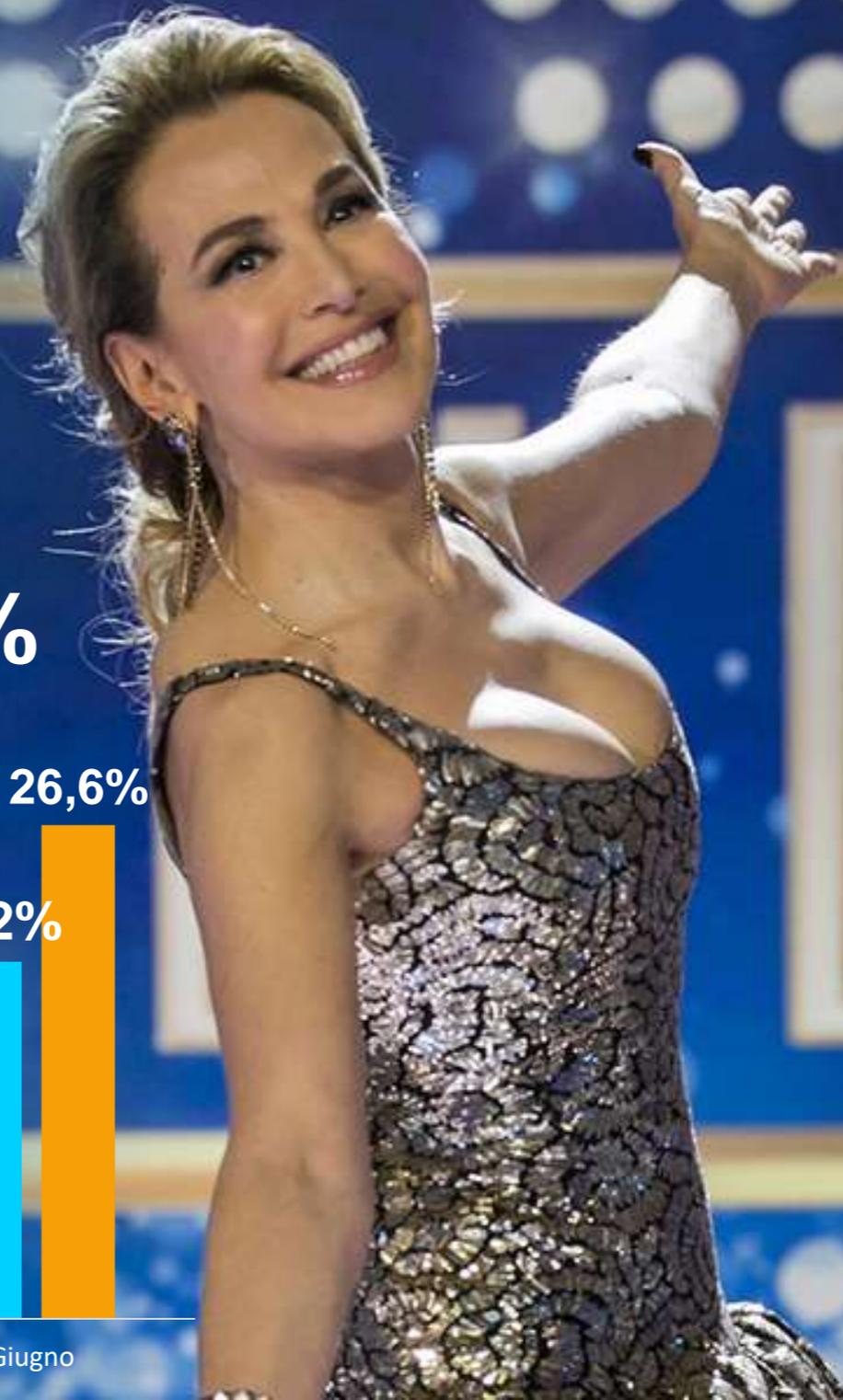
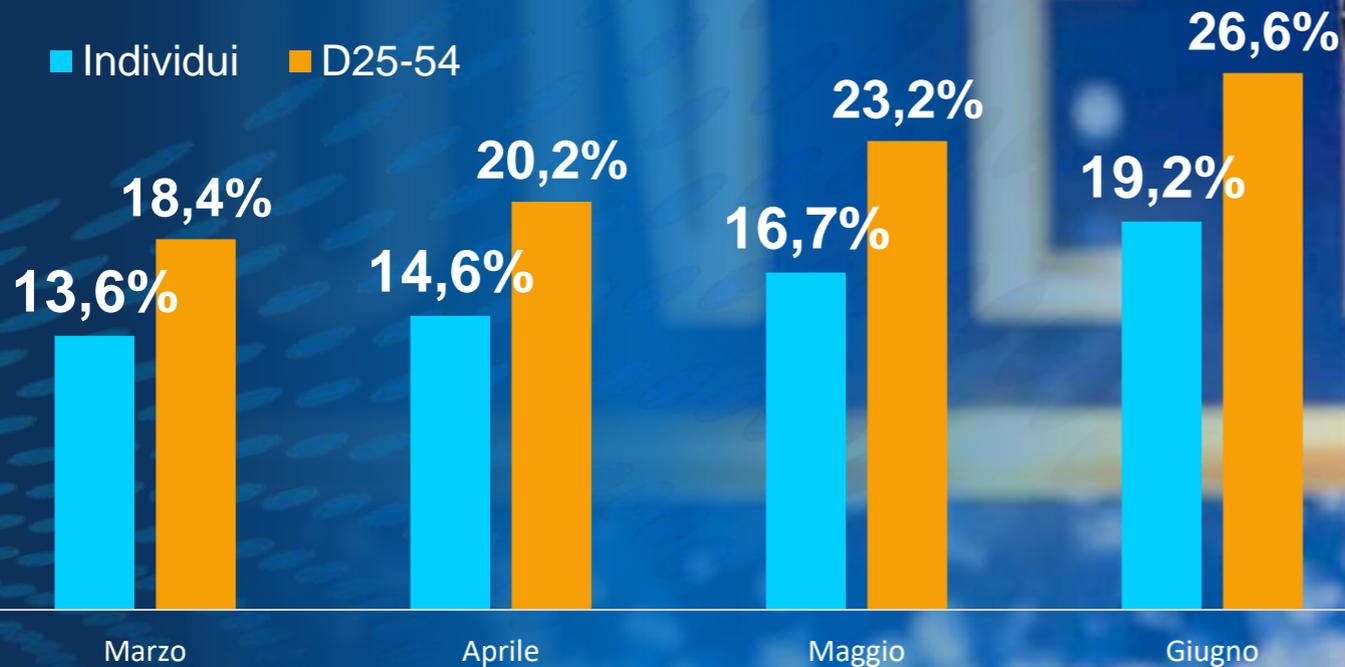


LIVE NON È LA D'URSO

2,7 mio

Individui Share **16,1%**

Donne 25-54 Share **22,1%**





3,4 mio

Individui Share **20,0%**

Adulti 25-54 Share **23,7%**

Autunno 2018

Conduce

Alfonso Signorini





Conducono
Ilary Blasi e Alvin



5

Amici vip





Una serata per Mike 5 settembre

Maurizio Costanzo
conduce una **serata speciale**
per ricordare Mike Bongiorno
a 10 anni dalla sua scomparsa



-  Il nostro prime time inizia alle 19



● La leadership assoluta nel day time

Individui



18,3

Rai1 15,8

Donne 25-54



22,6

Rai1 9,8



Rai1 9,7

9,3

7,9

8,5

8,6

15,7

6,1



LE 10

1,9 mio

Individui
Share

10,7%

Adulti 15-34
Share

19,5%





1,8 mio

Individui
Share **9,6%**

Adulti 15-34
Share **17,7%**

Le lene presentano
**Inchieste sui casi di
cronaca ancora irrisolti**



La **PUPA**
e il
SECCHIONE
IL RITORNO

**l'atteso ritorno
di un format che
in due sole stagioni diventò
un cult per italia1**





freedom
OLTRE IL CONFINE

Conduce

Roberto Giacobbo



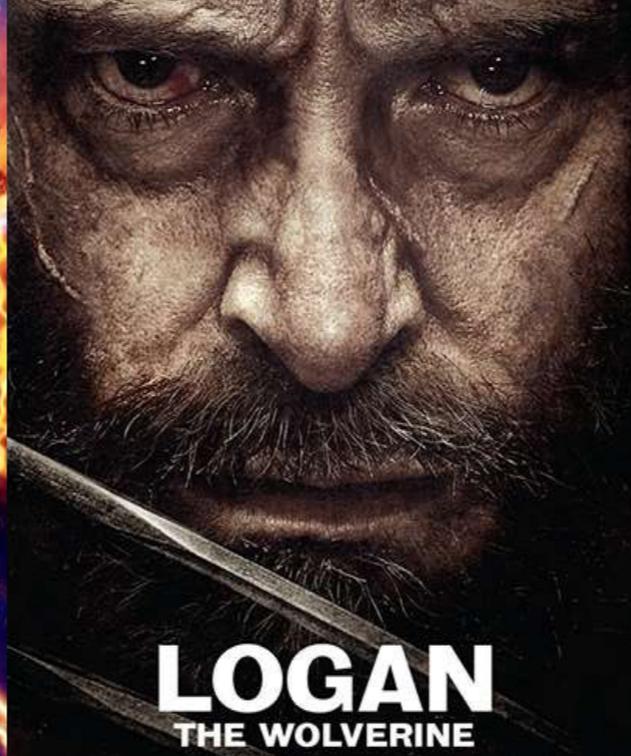


il cinema
in **prima tv**





il cinema
in **prima tv**





DOMENICA

Tiki Taka

IL CALCIO È IL NOSTRO GIOCO



4 Autunno 2019 Rete4 compie un anno di cambiamento

5 nuove produzioni

Da 5 a 2 sole serate con programmazione cinematografica

Una struttura di rete generalista con serate ben connotate per target

Un nuovo access

4 La nuova Retequattro: un cambiamento di successo



Primavera 2019 vs 2018

Fascia 20.30 – 23.00 lun./ven. Adulti 45+

+15%

4



LUNEDI'

I TARGET MASCHILI

891.000

Individui
Share

4,5%

Uomini 45+
Share

5,9%



4

**DRITTO E
ROVESCIO**

GIOVEDI'

I TARGET MASCHILI

848.000

Individui
Share **4,7%**

Uomini 45+
Share **5,5%**



4

QUARTO
GRADO

VENERDI'

I TARGET FEMMINILI

1,2 mio

Individui
Share 6,4%

Donne 45+
Share 9,4%





#GR4
PRESENTA
LA REPUBBLICA
DELLE
DONNE

MARTEDI'

I TARGET FEMMINILI

870.000

Individui
Share 4,5%

Donne 45+
Share 6,1%



4

UNA VITA MERCOLEDI'

I TARGET FEMMINILI

1,4 mio

Individui
Share

6,3%

Donne 45+
Share

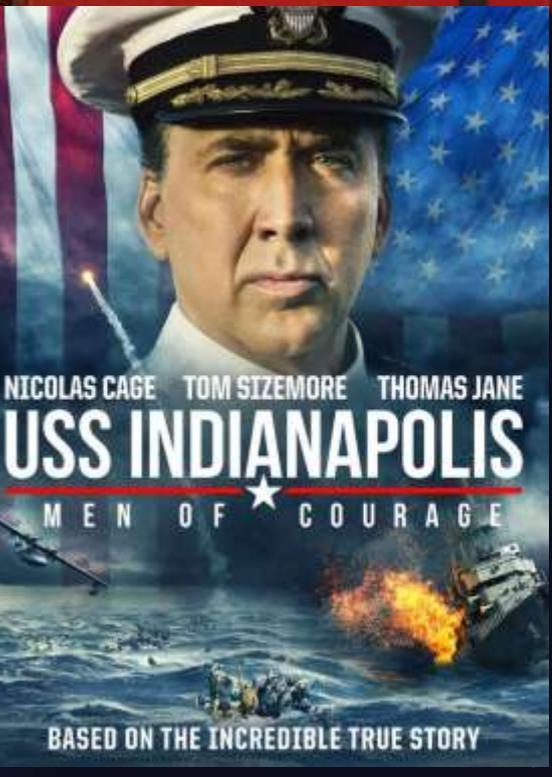
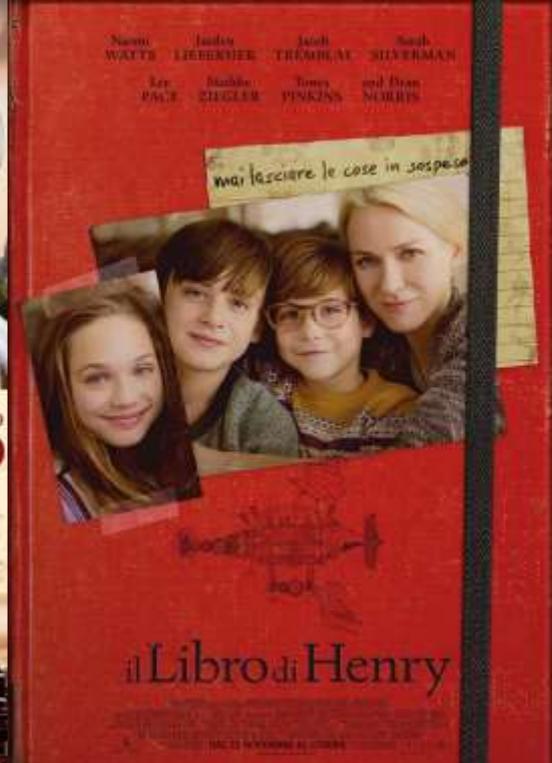
10,7%

il Segreto



4

il cinema
in **prima tv**





EUROPEAN
QUALIFIERS

In esclusiva 12 partite per le qualificazioni a Euro 2020

06/09 Germania-Olanda

07/09 Serbia-Portogallo

09/09 Scozia-Belgio

10/09 Francia-Andorra

10/10 Olanda-Irlanda del Nord

11/10 Repubblica Ceca-Inghilterra

13/10 Galles-Croazia

14/10 Francia-Turchia / Ucraina-Portogallo

14/11 Portogallo-Lituania

16/11 Germania-Bielorussia

17/11 Albania-Francia

19/11 Germania-Irlanda del Nord





MODULO QUALIFICAZIONI EURO 2020



1 SPOT IN OGNUNA DELLE 12 PARTITE

EUROPEAN QUALIFIERS	Listino 15''	Listino 30'' rotazione	Listino 30'' PSU	GRP's uomini
SUPERSPOT 1	51.000			6,4
SUPERSPOT 2	120.000			14,7
SUPERSPOT 3	102.000			12,5
SUPERSPOT 4	96.000			11,8
TIME OUT		123.000	129.000	11,4
MATCH		72.000	75.600	7,5



TVFREE

AUTUNNO 2019

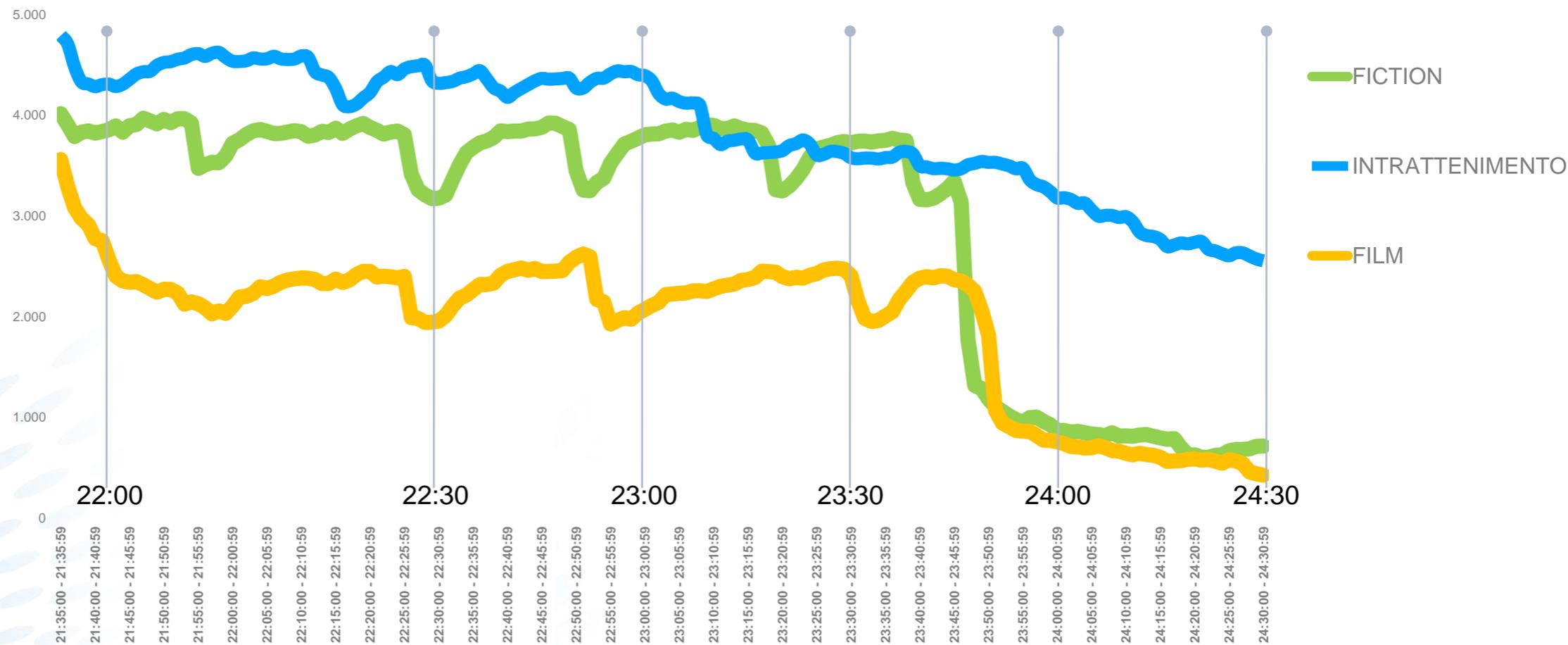
dal 1 settembre al 30 novembre

POLITICA COMMERCIALE



AUTO PRODUZIONE DEI CONTENUTI

il valore aggiunto al Prime Time



LE VALENZE DEL PRIME TIME ALLARGATO

- la fascia oraria 23.00 - 24.00 genera copertura aggiuntiva al programma (+20% medio)
-
- l'audience aggiuntiva è più giovane e spesso più maschile
-

Nuovo disegno del **prime time**

- naming e prezzi
-
- ora nominale prossima all'ora di effettiva emissione
-

AUTUNNO

NUOVO DISEGNO DEL PRIME TIME: NAMING E COSTI X GRP

CURVA COSTO X GRP (indici)

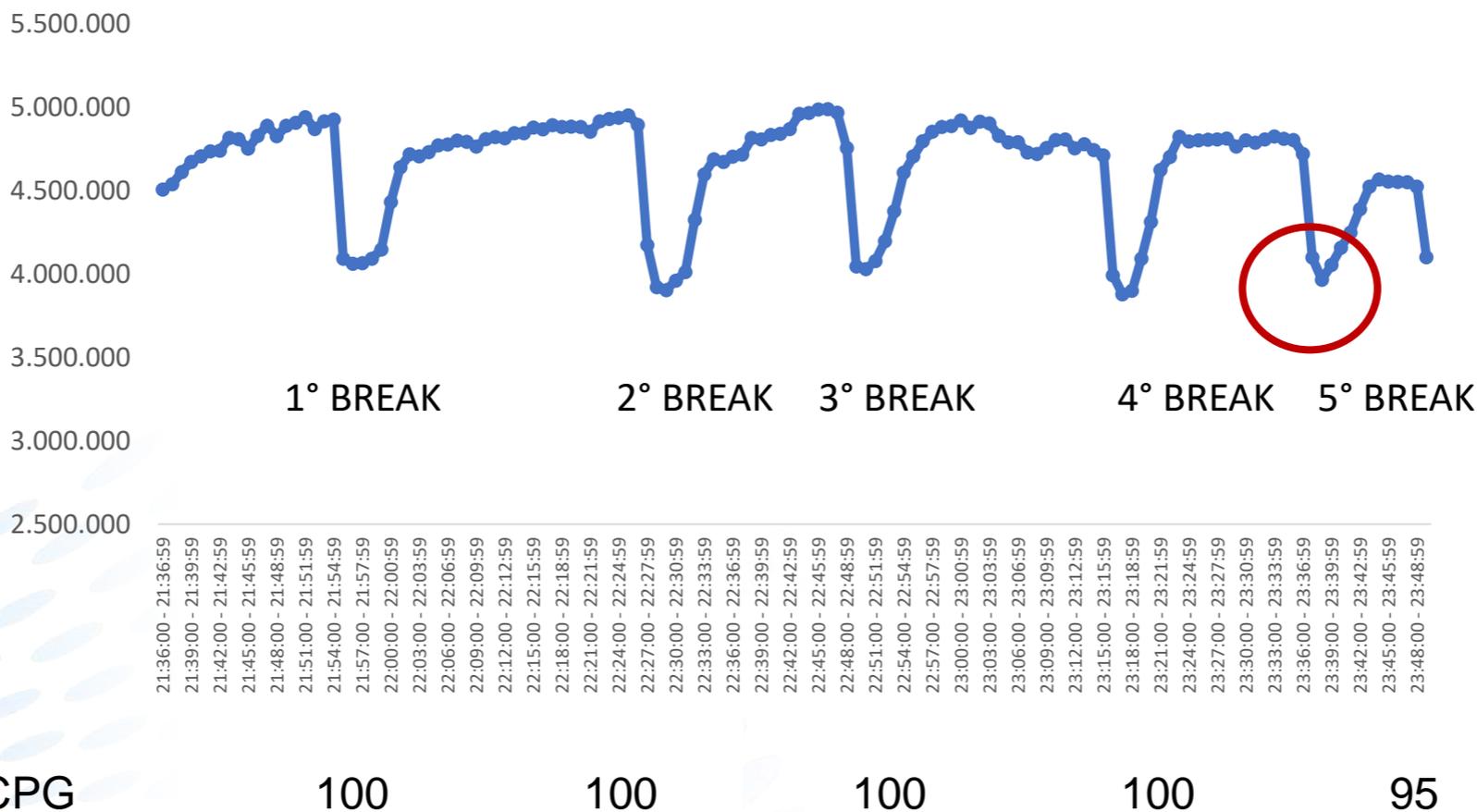
21.30/21.40	FIRST PRIME TIME	100 (= Cpg Access)
23.30		
24.00	PRIME TIME	90 (per le fiction 95)
	PRIME TIME FINALE	80
1.00		



VALE PER I BREAK ALL'INTERNO DEI PROGRAMMI
OGNI **SEGMENTO DEL PRIME TIME** AVRA' UNA PROPRIA **STIMA**

AUTUNNO

LA CURVA DI ASCOLTO DELLA FICTION



IL 5° BREAK DELLA FICTION CON DURATA NETTA >90' E' MEDIAMENTE EMESSE INTORNO ALLE 23.35/40 A **RIDOSSO** DEL FIRST PRIME TIME, CON UN **AUDIENCE ALLINEATA** AGLI ALTRI 4.

AUTUNNO



UN ESEMPIO: TU SI QUE VALES listini e stime ottobre

	NR. BREAK	LISTINO	STIMA AD15/64	CPC	IDX	IDX 2018
TU SI QUE VALES FPT	3	113.000	2.943	38,4	100	100
TU SI QUE VALES (emissione 23.50)	1	88.500	2.565	34,5	90	100
FINALE TU SI QUE VALES	2	58.000	1.893	30,6	80	95

AUTUNNO



UN ESEMPIO: LE IENE SHOW listini e stime ottobre

	NR. BREAK	LISTINO	STIMA AD15/64	CPC	IDX	IDX 2018
IENE SHOW FPT	4	47.500	1.265	37,5	100	100
IENE SHOW (emissione 23.45)	1	39.000	1.151	33,9	90	95
FINALE IENE SHOW	1	23.000	773	29,7	80	95

UN ESEMPIO: QUARTO GRADO

listini e stime ottobre

	NR. BREAK	LISTINO	STIMA AD15/64	CPC	IDX	IDX 2018
QUARTO GRADO FPT	4	20.800	637	32,6	100	100
QUARTO GRADO (emissione 23.45)	1	17.600	600	29,3	90	95
FINALE QUARTO GRADO	1	13.400	514	26,0	80	95

LISTINI E PERIODI DI STIMA

SETTEMBRE A	1-7 Settembre	1 settimana
SETTEMBRE B	8-28 Settembre	3 settimane
OTTOBRE	29 Settembre - 26 Ottobre	4 settimane
NOVEMBRE A	27 Ottobre - 16 Novembre	3 settimane *
NOVEMBRE B	17-30 Novembre	2 settimane *

* Periodo di stima 27 Ottobre - 30 Novembre

AUTUNNO

PROMOZIONE NELLE SETTIMANE A CAVALLO MESI

PROMOZIONE 10% nelle settimane:

- **29 SETTEMBRE - 5 OTTOBRE**
- **27 OTTOBRE - 2 NOVEMBRE**

AUTUNNO

VARIAZIONE PREZZO MONETARIO E CPG media Autunno

Prezzo monetario	2,6%
Diff Cpg Ad 15/64 vs stime	7,8%
Diff Cpg RA	3,5%
Diff Cpg Ra 25-54	3,5%
Diff Cpg Ad 15/64 vs reali	-1,9%
Diff Cpg RA	-2,1%
Diff Cpg Ra 25-54	-1,2%



TVFREE

AUTUNNO 2019

dal 1 settembre al 30 novembre

unconventional

 **GRUPPO MEDIASET**
PUBLITALIA '80

● Autunno Unconventional



Il disegno del nuovo prime time (nuove fasce e orari di prevista emissione) è allineato a quello della tabellare



Sempre più «classici» grazie alla forza del prodotto

La «grande fiction» come fattore di sviluppo dell'offerta



Sponsor e top ottimizzazione dei prodotti e dei calendari

5 First prime time

Domination: Long v. + Brand v. – stima risultati di comunicazione e listini

Settembre: 7,3 mio
Ottobre: 7,7 mio
Novembre: 7,9 mio

Settembre: 9,4 mio
Ottobre: 9,8 mio

Settembre: 8,3 mio
Ottobre: 9,2 mio
Novembre: 9,8 mio

Listino first position
270.000 €

Listino first position
320.000 €

Listino first position
330.000 €



Programmi in onda da settembre 2019



LE IENE SHOW

2 Long Video 60''

4 Brand Video 5''

Listino a settimana:

Sett. 240.000 €

Ott. 250.000 €

Nov. 280.000 €



LE IENE

2 Long Video 60''

Listino a settimana:

Sett. 170.000 €

Ott. 170.000 €

Nov. 190.000 €

5 Anche d'estate long video con ascolti importanti

AUD LONG VIDEO

TEMPTATION ISLAND	3.705.797
TEMPTATION ISLAND	3.529.459
PAPERISSIMA	2.866.289
PAPERISSIMA	2.695.668
PAPERISSIMA	2.648.855
PAPERISSIMA	2.602.675
CADUTA LIBERA	2.596.249
CADUTA LIBERA	2.502.700
CADUTA LIBERA	2.498.545
BEAUTIFUL	2.476.982
PAPERISSIMA	2.426.105
CADUTA LIBERA	2.401.992
CADUTA LIBERA	2.382.549
BEAUTIFUL	2.312.795
BEAUTIFUL	2.301.897



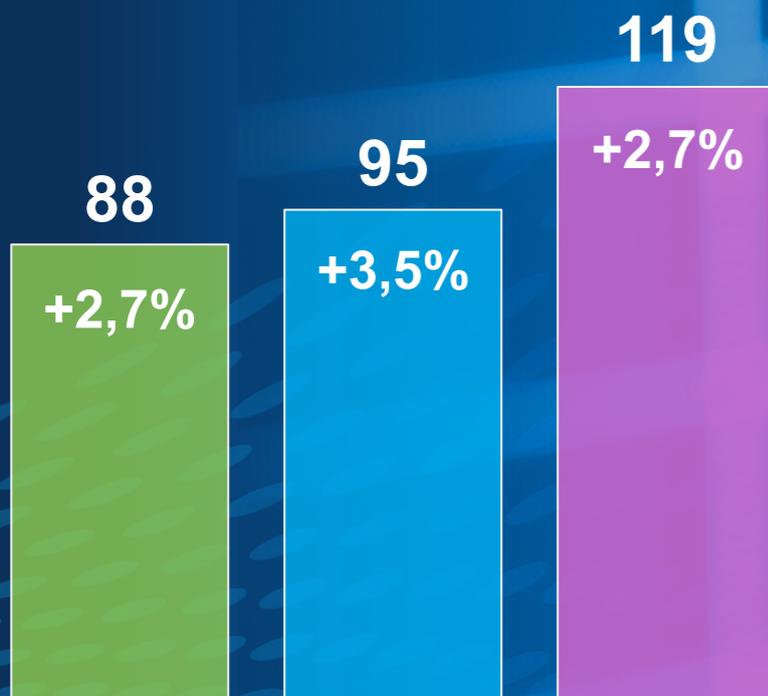
BEAUTIFUL



La cavalcata di Gerry verso l'autunno



GRP A SETTIMANA (LONG V. + BRAND V.)
ANDAMENTO VS STIME
giugno – luglio 2019



■ individui ■ adulti ■ donne



● I classici a striscia

- ascolti consolidati
- domination lv+bv
- la forza dei testimonial
- 100% prime time



5 made in Italy

con Raoul Bova, Margherita Buy, Greta Ferro,
Giuseppe Cederna, Stefania Rocca, Marco Bocci

La prima serie tv che racconta
la nascita della moda italiana negli
anni Settanta.

In prime time da ottobre
per quattro settimane consecutive.





5 made in Italy

PROMOFICTION

La comunicazione da 60" inserita all'interno della fiction puo' essere realizzata con le stesse atmosfere e linguaggi del prodotto editoriale. L'acquisto dell'intera serie diventa un elemento di ulteriore legame che rende lo sponsor unico

5 made in Italy

PROMOFICTION: il contesto editoriale e la comunicazione commerciale

Moda, bellezza, stile.

La storia di aziende e prodotti «made in Italy»

Si realizza così in continuità una sinergia tra il comunicato pubblicitario e la fiction il che rende il messaggio perfettamente in sintonia con quello che il telespettatore ha scelto di guardare.





MEDIASET
TGCOM24

Prima Pagina

TRAFFICO

2 POSIZIONI DIFFERENTI

- 1) 28+28 Billboard 7''
- 2) 28+28 Brand video 10''



TOP MORNING NEWS

DIVENTANO 2 POSIZIONI

- 1) 28+28 top 15''
- 2) 28+28 top 15''



MINITOP MORNING

DIVENTANO A 15''

- 1) 21+21 top 15''



CONSUNTIVO STAGIONE 2018/2019



SEASON 5



COPERTURA TOTALE

13.020.000 individui 22%

7.158.000 uomini 25%

+6% vs 2018





	individui	uomini
Copertura	7,0 mio	4 mio
Contatti	21,6 mio	12,7 mio
Grp	37	45
Ots	3	3,2
Passaggi	77	77

**SPONSORSHIP
INTERO
CAMPIONATO**





SEASON 6

ABB FORMULA-E
FIA FORMULA-E CHAMPIONSHIP



2 IMPORTANTI NUOVI INGRESSI



Mercedes-Benz



PORSCHE



LE LOCATION CONFERME E NOVITA'



19/20

SEASON 6



LA STAGIONE 2019/2020



SEASON 6

22/11	23/11	14/12	18/1	15/2	1/3	21/3	4/4	18/4	3/5	30/5	20/6	25/7	26/7
AD DIRIYAH	AD DIRIYAH	TBC	SANTIAGO DEL CILE	MEXICO CITY	HONG KONG	CHINA	ROMA	PARIGI	SEOUL	BERLINO	NEW YORK	LONDRA	LONDRA
													
									NEW			NEW	NEW

