# <sup>20</sup>20 AUTUNNO

dal 6 settembre al 19 dicembre

# PALINSESTI



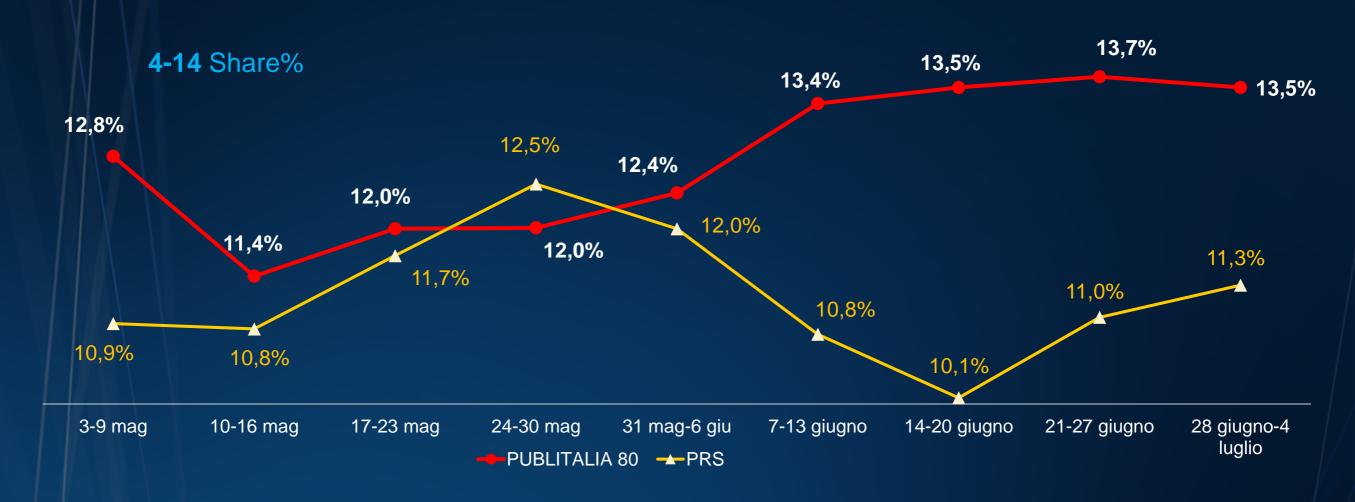
## 2020 AUTUNNO TVKICS

- SCENARIO AUDIENCE
- PALINSESTO EDITORIALE
- POLITICA COMMERCIALE



## Bong Cartoonito

#### cortoonito IL CONFRONTO VINCENTE CON IL PRINCIPALE CONCORRENTE



Fonte Auditel- Fascia oraria: 7-22

#### GIUGNO SHARE PER RETE (31/5 - 4/7)

Nel periodo di chiusura delle scuole durante la fase più calda dell'emergenza, Boing è stata la prima rete tra i principali target kids. Ma la rete si riconferma leader anche nelle fasi successive dell'emergenza, anche in concomitanza della fine degli impegni scolastici a distanza

	<b>4-14</b> Share%		<b>4-10</b> Share%	
Boing Boing	9,2	Bong Bong	9,9	
Super	7,8	Super	7,9	
K2	5,3	Frisbee	6,8	
Frisbee	5,3	K2	6,4	
cartoonito	4,1	cartoonito	5,1	
Rai Gulp	2,1	Rai Gulp	2,4	

Fonte Auditel- Fascia oraria: 7-22

#### GIUGNO SHARE PER CONCESSIONARA (31/5 - 4/7)

Il profondo cambio strutturale avvenuto nel mercato delle concessionarie kids, ad oggi più concentrato a seguito dell'uscita di Viacom dalla concorrenza, non ha impattato sulla performance di Publitalia'80, rimasta solida anche successivamente alla fase 1 dell'emergenza.

	<b>4-14</b> Share%	Delta p.ti share	Var. Ascolto Medio
Publitalia '80	13,3	+1,4	+31,9%
Prs	11,0	-0,2	+15,8%
Sky Pubblicità	9,1	-0,2	+16,1%
Rai Pubblicità	2,1	-0,2	+9,6%
Cairo	1,0	-0,4	-14,3%

#### LE SHARE PER CANALE

#### L'OFFERTA MEDIASET KIDS

	<b>4-14</b> Share%
Bong	5,9
cartoonito	4,1
Boing	3,4
MEDIASET KIDS	13,3

Fonte Auditel- Fascia oraria: 7-22- Periodo 31/5-4/7

## 2020 AUTUNNO Kids

- SCENARIO AUDIENCE
- PALINSESTO EDITORIALE
- POLITICA COMMERCIALE





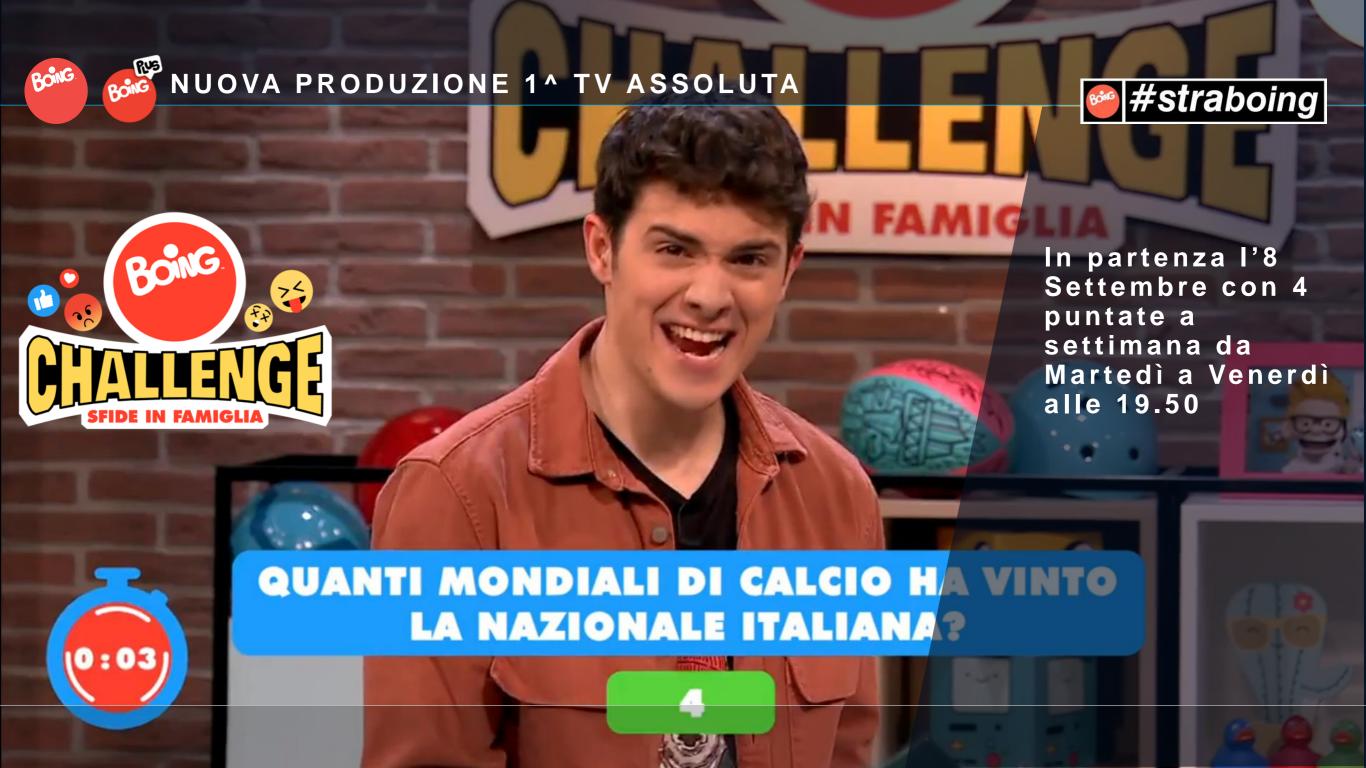
### I PUNTI FORTI DEL PALINSESTO DEL PRIME TIME

#### STRABOING

Il prime time dal martedì al venerdì prevede una fascia dedicata a tutto il target kids ed una programmazione orizzontale ricca di eventi e Prime Tv. L'Autunno 2020 avrà come show principale la tanto attesa produzione originale «Boing Challenge»

#### SERATA POP CORN

Una certezza del palinsesto sono i Tv Movie che puntano ad una visione condivisa genitori/figli. Oltre alla ormai consolidata presenza nella serata della domenica, i film saranno anche programmati nel prime time del lunedì.







## #straboing IL BRANDED BLOCK DI SUCCESSO

I cartoni all'interno di questa fascia editoriale (19:50 - 20:50) permettono di valorizzare il prime time nonostante la giovanissima età degli spettatori di rete. Grazie alla curiosità attivata dal branded block #straboing, la fascia diventa altamente strategica per eventuali pianificazioni mirate.

	Ascolto Medio (.000)	Var. vs 7:00- 21:59
Bambini 4-14 Maggio-Giugno	60	+31,0%
Bambini 4-7 Maggio-Giugno	27	+39,5%
Bambini 8-14 Maggio-Giugno	33	+24,7%



#### SERATA POP CORN MOVIES









Nel palinsesto si conferma la programmazione di film per tutta la famiglia nelle due serate di lunedì e domenica sera, con l'intento di dedicare un momento di visione condivisa genitori/figli





### LA STRUTTURA DEL PALINSESTO DEL DAY TIME

#### BOINGIORNO

Con la riapertura delle scuole torna il blocco della colazione con la programmazione dei Top Show di canale

#### BOINGPRANZO

La fascia lunch diventa social: alcuni personaggi degli show di Boing diventano protagonisti di un pranzo «pazzesco» dove invitano a condividere sui social le loro 'pose da pranzo' più divertenti reinterpretate dai nostri viewer

#### L'ORA DELL'EROE

Fascia editoriale destinata ad un target più piccolino e dedicata alle serie action e adventure dalle 16.00 alle 17.30 circa

- POP UP STRATEGY
  Interi weekend dedicati ad un Top Show di canale
- STAR DEL WEEKEND Il pomeriggio dei weekend sarà dedicato, di volta in volta, ad una star del palinsesto di Boing





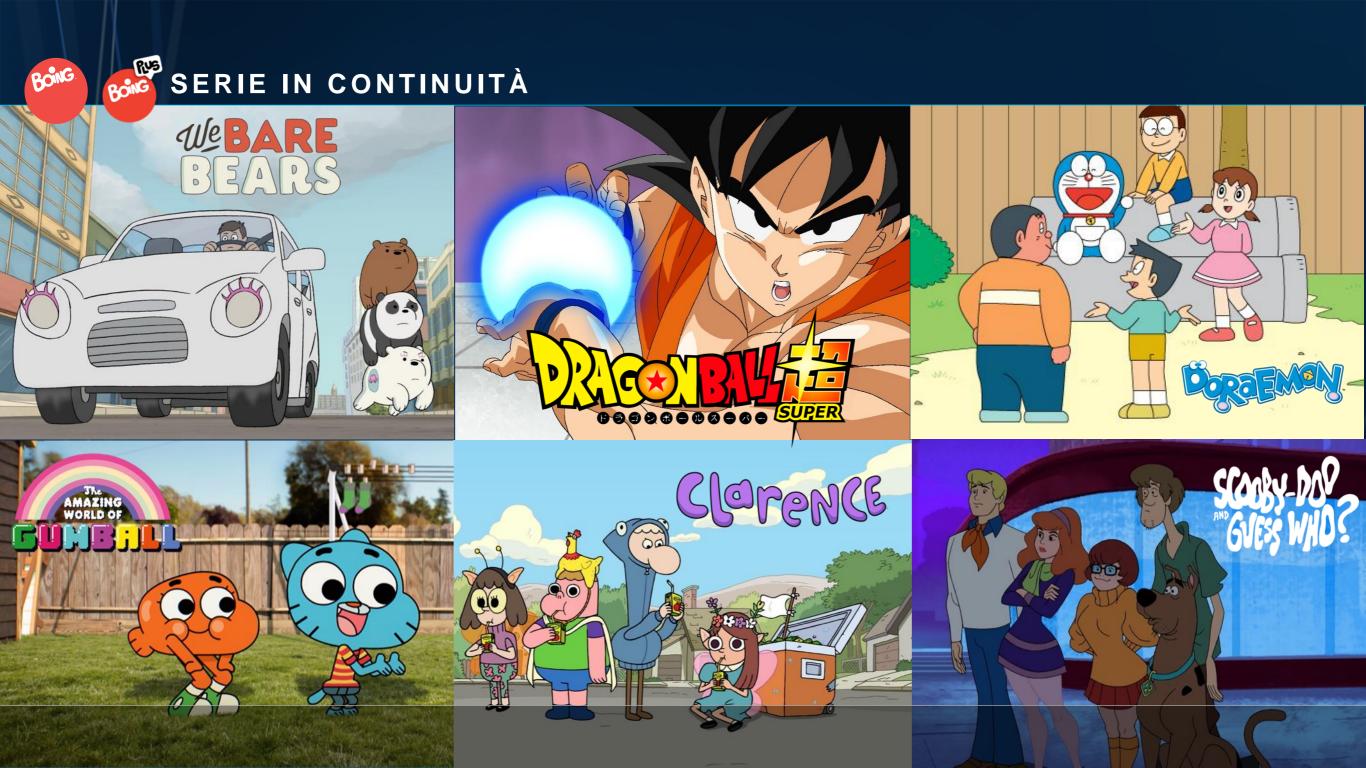












## CORTONILO I PUNTI DI FORZA DELLA RETE DEDICATA AI PIU' PICCOLI

- BRANDED BLOCK TOCCA A NOI RAGAZZE
  Il blocco femminile pomeridiano di successo ricco di contenuti girl oriented
- L'offerta cinema family friendly prevede un nuovo movie al mese in Prima Tv e durante il weekend una programmazione ad hoc con la library del canale
- CASA DOLCE CASA
  Ritorna il blocco storico nella mattina di Cartoonito
- CANTA CON CARTOONITO
  Nel palinsesto della rete prosegue l'appuntamento per cantare le più belle canzoni dei personaggi di Cartoonito con tanti videoclip e karaoke ad hoc
- STUNT TEMATICI

  Legati alle principali festività dell'Autunno come il Natale e Halloween





#### IL BRANDED BLOCK DI SUCCESSO

I cartoni programmati all'interno di questa fascia editoriale (dalle 16:00 alle 17:00) hanno facilitato la pianificazione sul micro-target delle bambine 4-7 individuato tra gli spettatori della rete

	Girls 4-7 Share%	Affinità
MIRACLE TUNES  Maggio	6,4	187
DORA & FRIENDS IN CITTA' Maggio-Giugno	7,2	157
BARBIE DREAMHOUSE ADVENTUR Aprile	RE 6,3	185

## Cartoonito IL MIO PRIMO CINEMA









**OTTOBRE** 



**NOVEMBRE** 



**DICEMBRE** 









## Cartoonito NUOVI EPISODI





1 TV ASSOLUTA



## cartoonito SERIE IN CONTINUITÀ













# <sup>20</sup>20 AUTUNNO

dal 6 settembre al 19 dicembre

POLITICA—COMMERCIALE / CS



#### **POLITICA COMMERCIALE**

- Novità a partire dal 6 Settembre.
  - Boing Plus avrà un suo palinsesto **pubblicitario**, sarà presente all'interno dei moduli, avrà le sue stime ed i suoi listini. **Sarà quindi il terzo canale della nostra offerta kids**
- Costo per GRP media offerta stima vs stima sostanzialmente stabile; negativo vs reale



#### PERCHÉ NASCE BOING PLUS COME CANALE

Il palinsesto editoriale di Boing Plus, anche per l'Autunno 2020 continuerà a riproporre durante il giorno i contenuti di Boing con un'ora di differita

L'analisi della composizione d'ascolto riferita al periodo Dicembre 2019-Febbraio 2020 evidenzia che in alcune fasce della giornata l'affinità al target prescolare 4-7 anni è maggiore di quella di Boing

Questa efficienza è spiegabile, sia per l'orario differito di un'ora dei programmi, sia per il posizionamento della rete nella lista dei canali: LCN 45 di Boing plus si colloca tra Frisbee (44) e Cartoonito (46) quindi nell'area più frequentata dal target prescolare



#### PERCHÉ NASCE BOING PLUS COME CANALE

Analizzando la composizione d'ascolto di Boing Plus si può notare come in determinate fasce della giornata queste risultino più affini al tanto ricercato target pre-scolare dei kids 4-7 anni rispetto a quanto accade per Boing.

Boing.		zione d'ascolto et 4-7 anni	RUS ING	composizione ascolto
08.00 - 10.00	44,3%	08.00 - 10.00	56,2%	+11,9%
12.00 - 14.00	33,1%	12.00 - 14.00	47,8%	+14,7%
17.00 - 19.00	39,3%	17.00 - 19.00	49,1%	+9,8%
21.00 - 23.00	32,0%	21.00 - 23.00	40,1%	+8,1%

Differenza

#### NOVITÀ DI PRODOTTO: MODULO CARTOONITO PLUS





Con la politica autunnale e vista la sempre più crescente richiesta di spazi rivolti al target prescolare, nasce CARTOONITO PLUS un modulo costruito con spot su Cartoonito e sulle fasce pubblicitarie di Boing Plus più affini ai kids 4-7 anni

en.	Rus



13 BUONGIORNO	08.00 - 10.00	1 SVEGLIA	8 PRIMO POMERIGGIO
<b>14</b> MEZZOGIORNO	12.00 - 14.00	6 BUONGIORNO	1 MERENDA
6 MERENDA	17.00 - 19.00	4 MATTINA	1 ACCESS PRIME TIME
6 PRIME TIME	21.00 - 23.00	1 MEZZOGIORNO	4 PRIME TIME

#### LA STRUTTURA DELL'OFFERTA







**SUPERBOING** 

**SUPERCARTOONITO** 

**MINI BOING** 

#### **MODULI SETTIMANALI**

**CARTOONITO PLUS** 

SUPERKIDS

**GULLIVER** 

MAMMA MIA!

YOUNG WOMAN

YOUNG MUM

**MODULI MULTI SETTIMANALI** 

MOWGLI

### CONVENIENZA E CONTINUITÀ DI PIANIFICAZIONE







#### **MOWGLI**

6 Settembre – 19 Dicembre

15 settimane

Totale SPOT	750
Totale GRP'S	304,5
Listino	380.000

#### LISTINI PER SETTIMANA COSTRUITI SULLA BASE DELLA DOMANDA



#### PERIODI DI STIMA INVARIATI

SETTEMBRE	6 - 26 Settembre	3 settimane
OTTOBRE	27 Settembre - 24 Ottobre	4 settimane
NOVEMBRE	25 Ottobre - 28 Novembre	5 settimane
DICEMBRE	29 Novembre - 19 Dicembre	3 settimane

#### **VARIAZIONE CPG MEDIA OFFERTA**

Diff Cpg kids 4-14 vs stime

2,5%

Diff Cpg kids 4-14 vs reali

- 6,7%

## <sup>20</sup>20 AUTUNNO

dal 6 settembre al 19 dicembre





# 2020 AUTUNNO unconventional / Kids

- CARTOP
- BILLBOARD
- **LONG VIDEO**

#### LA STRUTTURA DELL'OFFERTA DEGLI SHORT VIDEO



#### **MODULI ROTAZIONE**

#### **CARTOP CARTOONITO PLUS**

CARTOP FAMILY

**CARTOP BOING** 

**CARTOP CARTOONITO** 

**DIGITOP YOUNG WOMAN** 

**DIGITOP YOUNG MUM** 

#### **MODULI A TARGET**

**CARTOP BOY** 

**CARTOP GIRL** 

#### SHORT VIDEO







· ALIMENTARI ·



**CATEGORIA DI PRODOTTO** 

FORMAT NATALE

**FORMATI SPECIALI** 

**PER OGNI** 

**FORMAT SCUOLA** 

**FORMAT TOY** 

**FORMAT ALIMENTARI** 

**FORMAT EDICOLA** 

FORMAT "PER I GRANDI"









### SHORT: FORMAT NATALE



Una cornice grafica per contestualizzare lo spot del cliente con la festa più importante dell'anno

#### **NOVITA' - FORMAT TOP & TAIL AVVENTO**











**Pubblicità** 

Top 5'' + 10''

Tail 5" + 15"









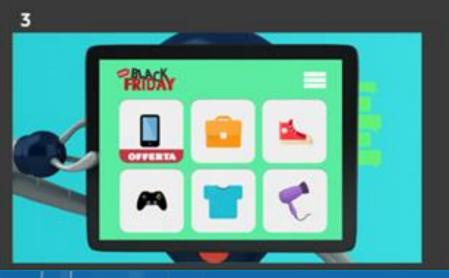


Un formato che coinvolge lo spettatore facendo leva sulla sua curiosità

II top da 5"+ 10", posizionato in testa al break e prodotto da Turner, scandisce il tempo che manca al Natale con un rapido richiamo al prodotto (immagini o cut video del cliente)

Nella coda da 5"+15", posizionato al termine del break, si riprende il conto alla rovescia a cui seguirà lo spot del cliente

## NOVITA' - FORMAT BLACK FRIDAY- CYBER MONDAY **BLACK FRIDAY** Short video





La produzione prevede la realizzazione in computer grafica di più soggetti in cui saranno presentati i prodotti protagonisti della giornata promozionale



#### SHORT: FORMAT SCUOLA



Una cornice grafica utilizzata per promuovere i prodotti dedicati al mondo della scuola

#### LONG VIDEO - FORMATI SPECIALI PER OGNI CATEGORIA DI PRODOTTO

















**NOVITA': DOC BOX** 

Letterina di Babbo Natale
Cura Casa&Persona
Food&beverage - Libro
Giocattoli - Stop Motion/Teatro
Fashionito/Fashionboing
CINEMA - CIAK
Promozioni - TG
Neomamme - TG Mamma
Infant - Giostra
Viaggi/Turismo - Pianeta
Toy Box – Unboxing

#### **NOVITA' - FORMATO DOC BOX**

Si tratta di una vero e proprio format quotidiano che ogni giorno racconta nei dettagli un giocattolo differente, della durata di 60" o 90" e che richiama un calendario dell'avvento ricordando che mancano "solo" 81-28 giorni a Natale con un tono ironico e giocoso

Il prodotto sarà presentato in live action ma in un contesto fedele al mondo «Cartoon» delle reti

Sarà ambientato in una stanza (**differenziata per Boing e per Cartoonito**) dove verrà presentato ogni giorno un prodotto diverso che potrebbe essere protagonista delle letterine di Natale.

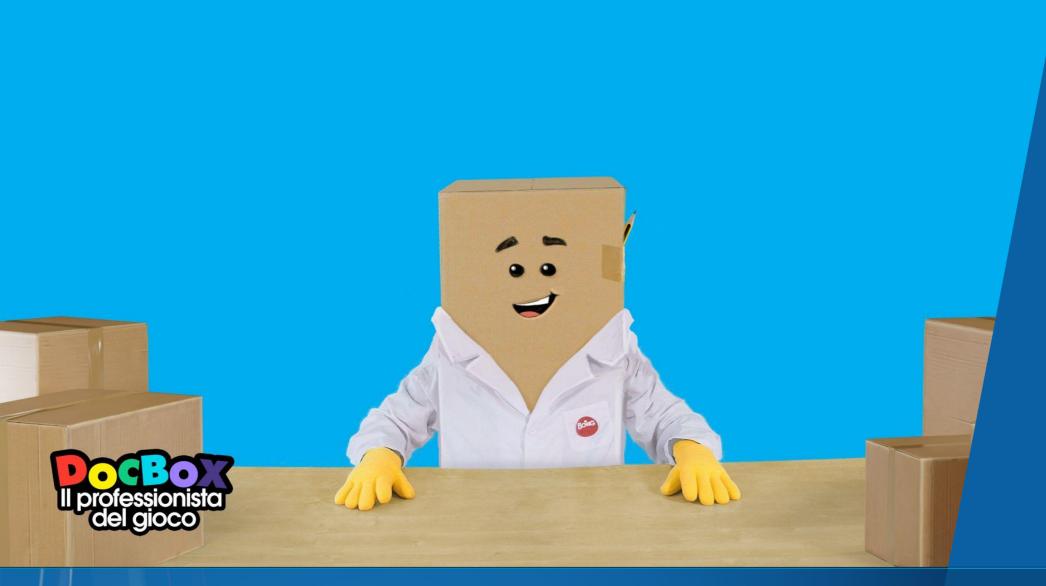
Il contenuto, pur identificato come messaggio promozionale, sarà coerente con lo stile del canale, parlerà ai bambini ed ogni giorno verranno proposti prodotti diversi tra loro per brand e tipologia, così da offrire varietà di contenuto e rendere credibile il formato

Il prodotto del cliente sarà analizzato diventando protagonista di una sorta di unboxing

#### NOVITA' - FORMATO DOC BOX - PIANIFICAZIONE

- Dal lunedì al venerdì avrà una posizione unica e stabile nel palinsesto dei tre i canali diventando quindi un appuntamento fisso e facilmente memorizzabile dai bambini
- Su Boing e Cartoonito sarà prevista alle 20.40 mentre su Boing Plus alle 21.40
- L'acquisto del prodotto prevede la pianificazione su 8 settimane da Ottobre a Novembre di un modulo da 8 passaggi totali per rete per un totale di 24 passaggi

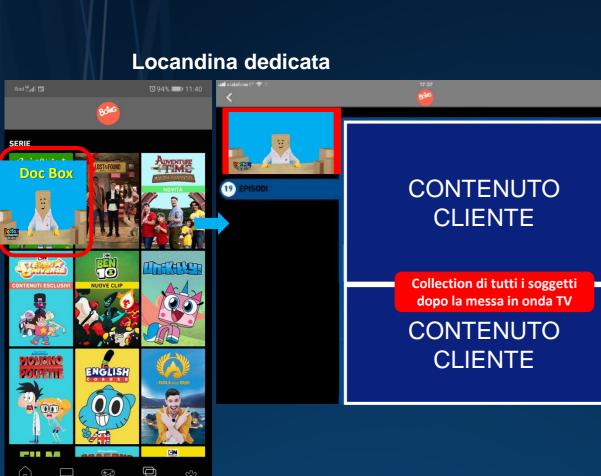
### **NOVITA' - FORMATO DOC BOX**



Il nome del personaggio suona come divertente e gli conferisce autorevolezza.

Doc Box è una figura esclusiva e creata ad hoc per questo spazio.

#### **NOVITA' - FORMATO DOC BOX - PIANIFICAZIONE SULLA APP**



Banner 300x250
Sostegno alla pianificazione



Il progetto potrebbe vivere anche in App, sia con una locandina dedicata in cui inserire tutti i soggetti già andati in onda in tv (per i clienti che acquisteranno in pack anche la visibilità in App), sia con vero e proprio sostegno alla pianificazione con posizioni sulle App che rimandino all'appuntamento orario in TV

#### FORMAT LETTERINA DI BABBO NATALE



Il format di stagione che permette di combinare una molteplicità di soggetti

La creatività sarà realizzata con immagini del prodotto e cut video del cliente

Una voce fuori campo leggerà il contenuto della letterina raccontando i giocattoli desiderati



#### **NOVITA' - FORMAT CURA CASA&PERSONA**

















SPK: A presto con il quaderno di Benesserino!

Benesserino è un naming che coglie l'attenzione dei bambini e delle mamme.

Volutamente pensata per evocare nella mente mamme del target una sensazione legata al benessere (come salute e prevenzione), ma allo stesso tempo somigliante al nome di un cartoon per permettere di spiegare il tema anche ai bambini.

Il format è adatto a tutti i prodotti dei **settori Cura Case e Cura Persona** 



#### PROGETTI LONG VIDEO 60''/90''



Integrazione con le reti tematiche per una maggior profilazione



















PROGETTI AD HOC **WOMAN** 

YOUNG WOMAN

YOUNG FAMILY

#### FORMAT TRA DOMANDA & RISPOSTA

#### 10"

Sigla apertura e Domanda di testa con curiosità sul prodotto

#### 40"

Messaggio promozionale in videografica

#### 10"

Risposta di coda che svela la curiosità e Sigla di chiusura

Tra domanda e risposta





Messaggio promozional





per offenere un chilo di Grand Padano Dop accorrono 15 litri di latte, provenienti esclusivamente da stalle della Pianura Padana.

herenaggia (

Un format che racconta le caratteristiche distintive di un prodotto, attraverso un video esplicativo, anticipato da una domanda che suscita la curiosità dello spettatore, che potrà poi scoprirne la risposta in chiusura



#### **FORMAT PIANETA**





Un piccolo pianeta che ruota in uno spazio colorato, diviso in aree ben precise.
Il mondo è la rappresentazione dell'azienda che «contiene» vari prodotti. Ad ogni area

corrisponderà un tema legato

al prodotto/servizi, oppure per il settore food potrà raccontare l'origine/provenienza degli ingredienti.

I settori potenziali sono i **parchi tematic**i, l'area del **food** e del **turismo** 



#### FORMAT GIOSTRA





Una iconica giostra, in cui al posto dei classici cavalli, saranno inseriti degli schermi in cui potranno scorrere immagini prodotto, alternate a riproduzioni del giocattolo stesso.
I settori potenziali sono i giocattoli prescolari, i prodotti per le neo mamme e quelli per la prima infanzia

Format disponibile su Cartoonito



#### FORMAT LIBRO

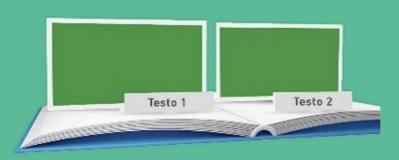












Un libro rilegato si animerà aprendosi magicamente: la copertina riporterà logo e nome del brand/prodotto mentre le pagine si apriranno come un pop-up e potranno contenere immagini o video per raccontare al meglio il prodotto.

Adatto per prodotti editoriali, giochi in scatola e settori come parchi tematici, turismo e food

#### **FORMAT TEATRO**



Il brand/prodotto diventa il protagonista di uno spettacolo teatrale di marionette: i prodotti animati possono parlare, cantare o recitare mentre una voce fuori campo ne racconta le caratteristiche.

I settori potenziali sono i parchi tematici, l'area del food e del turismo

#### IL MONDO DELLE APP DI BOING E CARTOONITO - Dati Maggio 2020



LANCIO: 20 Agosto 2018

300.000 App Users/mese (+11% Mom)

1.888.000 lanci/mese

Time spent: 12' 54" /mese

3.250.000 Streaming Views/mese

35.500.000 lanci lifetime\*



LANCIO: 27 Luglio 2019

188.700 App Users/mese (+4% Mom)

908.000 lanci/mese

Time spent: 10' 30" /mese

2.200.000 Streaming Views/mese

5.900.000 lanci lifetime\*

\*Internal data:Source Adobe - Lifetime Boing App: dal 20/8/18 al 30/5/2020 - Lifetime Cartoonito App: dal 27/7/19 al 30/5/2020

#### I CONTENUTI DELLE APP





Streaming Canale Tv

Catch up episodi integrali in tv

Contenuti extra ed in esclusiva degli show on air sulle nostre reti

Giochi studiati appositamente per la app

Collection tematiche (Back to school, Halloween, Animali)