

AUDITEL TOTAL AUDIENCE

IL DOPPIO VALORE AGGIUNTO
DELLA MISURAZIONE ALL SCREENS

GENNAIO/MAGGIO 2022

UN GUADAGNO DI ASCOLTI PIÙ CHE PROPORZIONALE SUI LIGHT TV VIEWERS

Gennaio/Maggio 2022

Gli ascolti aggiuntivi rispetto alla tv lineare portati dal second screen si concentrano sulle fasce più giovani (15-34 anni in particolare) in media per tutti gli editori e per Mediaset questa evidenza è ancora più forte: contributo del second screen +6,1% tra i 15/24 anni e +4,5% tra i 25/34 anni.

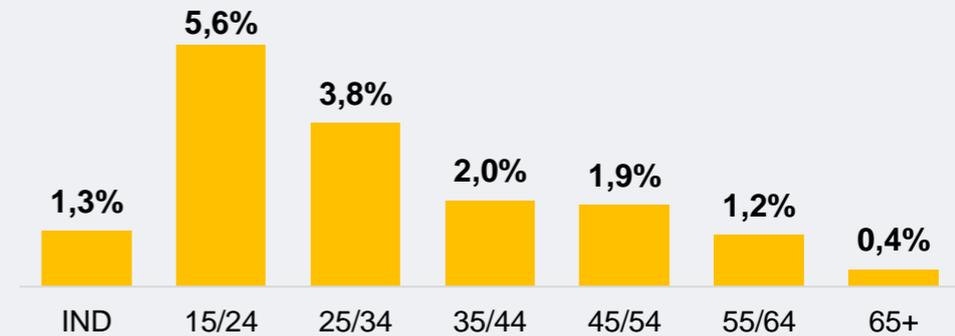
AMR TOTALE ASCOLTO

INDIVIDUI 4+; 24 ORE

	AMR IND	Contributo II Screen
TV LINEARE	9.230.911	
SECOND SCREEN	121.876	1,3%
TOTAL AUDIENCE	9.352.787	

CONTRIBUTO SECOND SCREEN SU AMR TOTAL AUDIENCE

FASCIA DI ETA'; 24 ORE



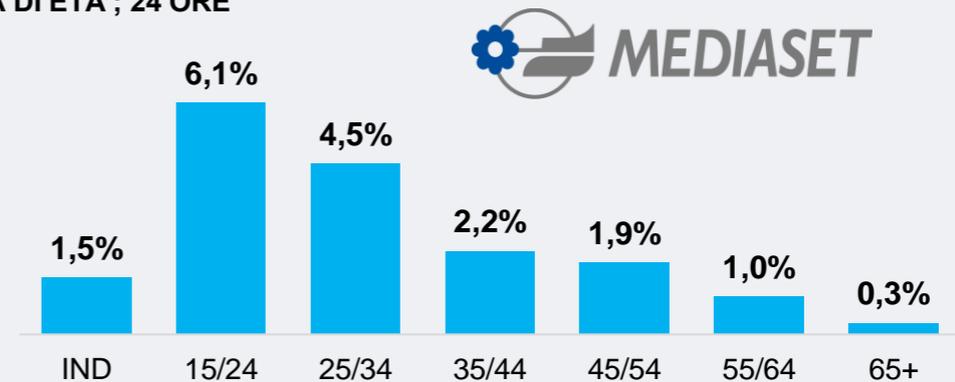
AMR MEDIASET

INDIVIDUI 4+; 24 ORE

	AMR IND	Contributo II Screen
TV LINEARE	3.425.363	
SECOND SCREEN	51.739	1,5%
TOTAL AUDIENCE	3.477.102	

CONTRIBUTO SECOND SCREEN SU AMR TOTAL AUDIENCE

FASCIA DI ETA'; 24 ORE



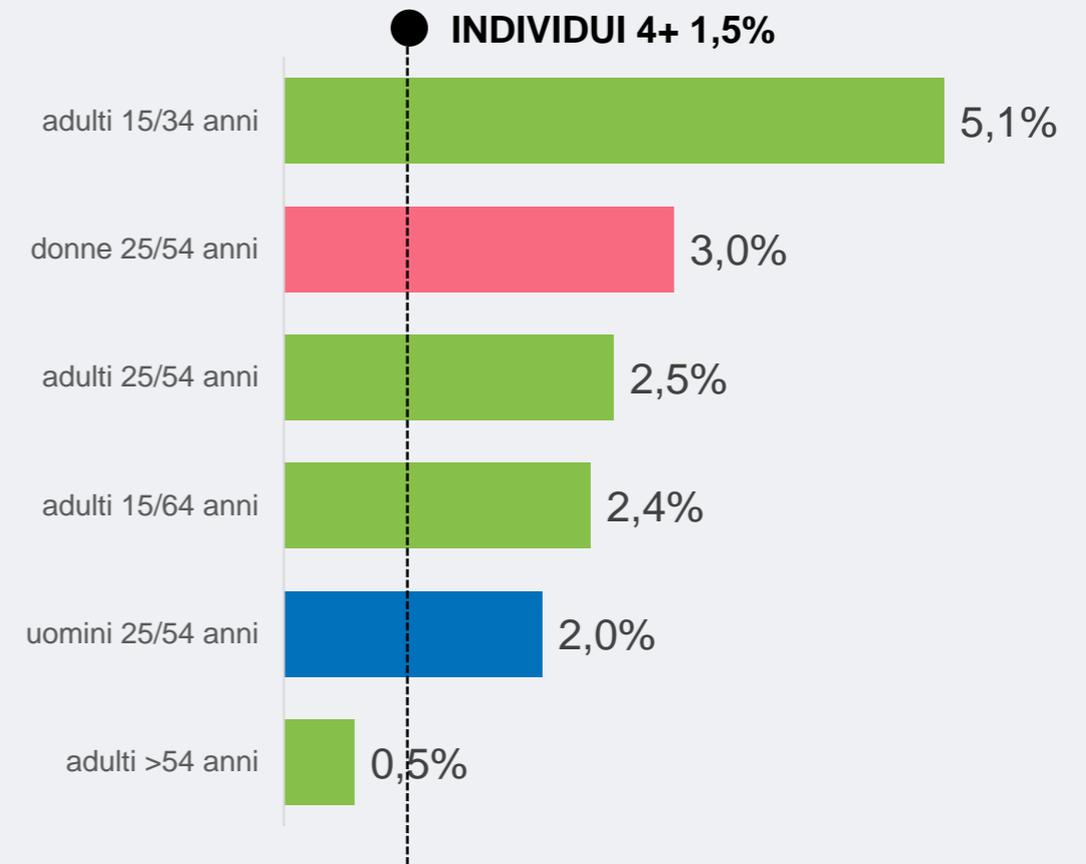
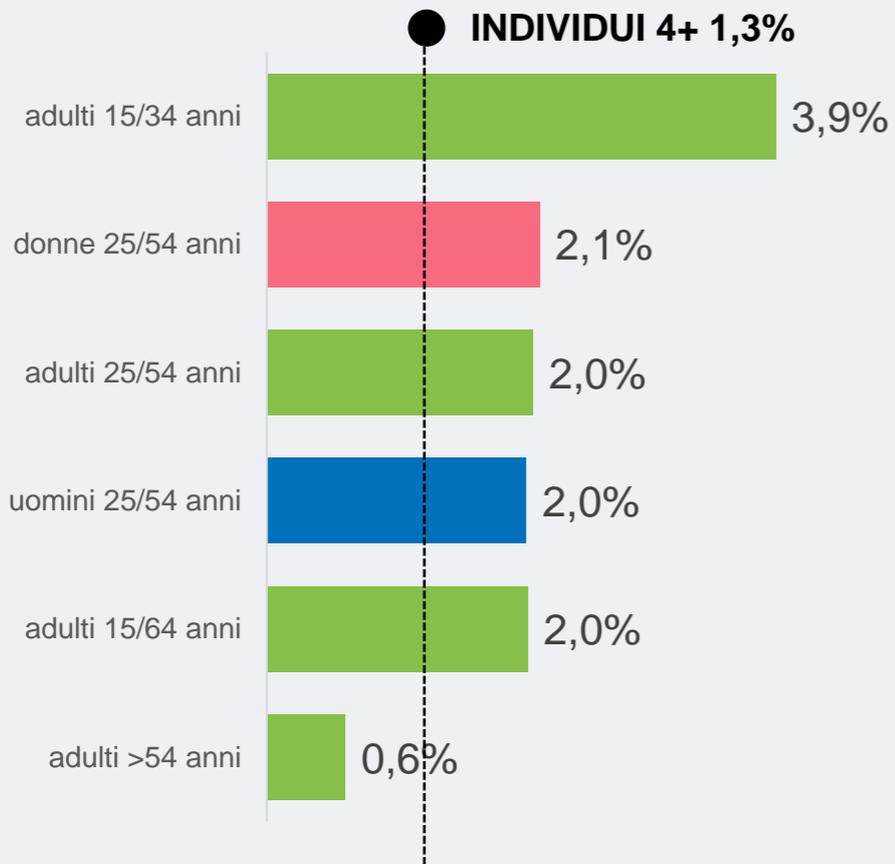
TV live+vod; second screen linear+vod - Fonte: dati Auditel

CONTRIBUTO AGGIUNTIVO DEL SECOND SCREEN: I TARGET COMMERCIALI

Gennaio/Maggio 2022

Mediaset mantiene la propria connotazione più femminile e giovane rispetto alla media del totale tv

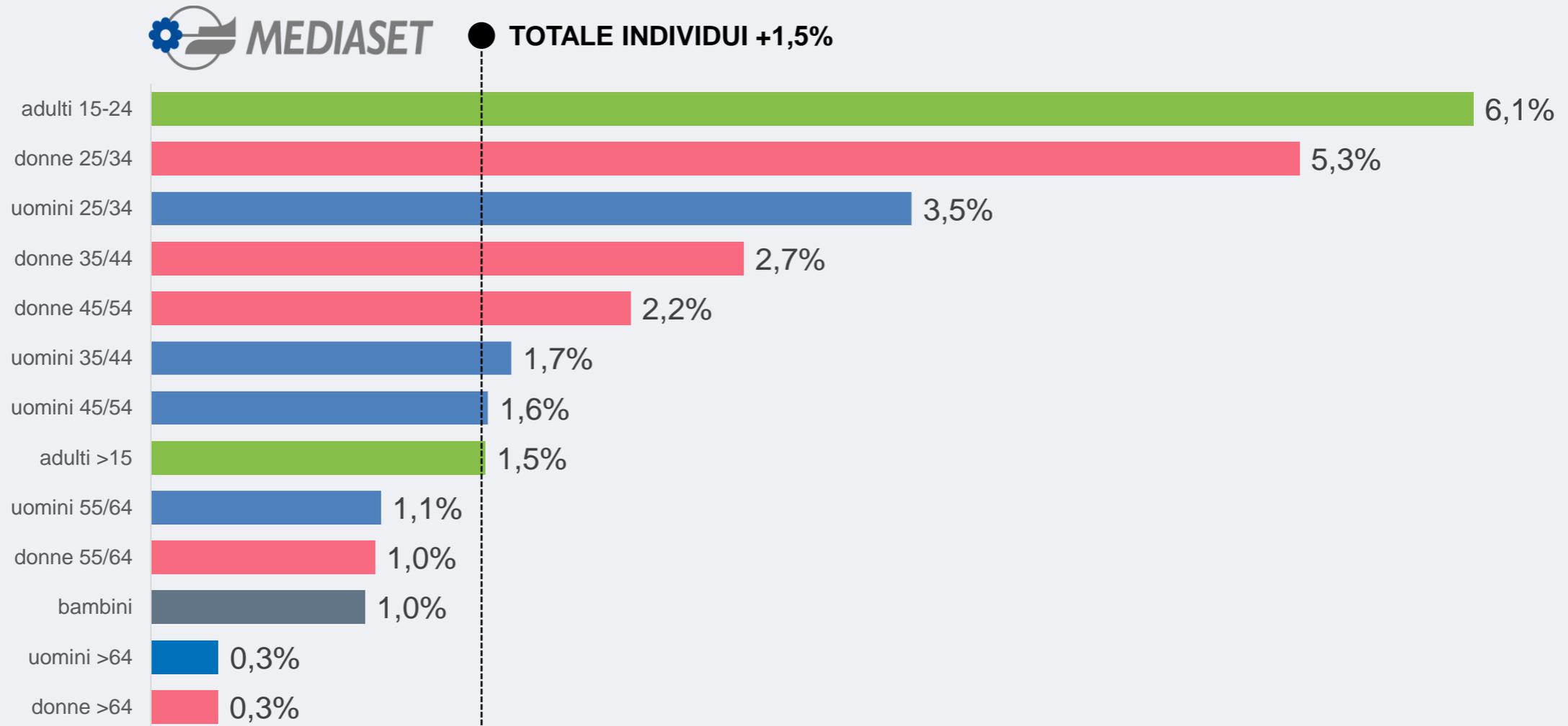
TOTALE TV



TV live+vodsal; second screen linear+vod - Fonte: dati Auditel

CONTRIBUTO AGGIUNTIVO DEL SECOND SCREEN: I TARGET SOCIO-DEMOGRAFICI

Gennaio/Maggio 2022

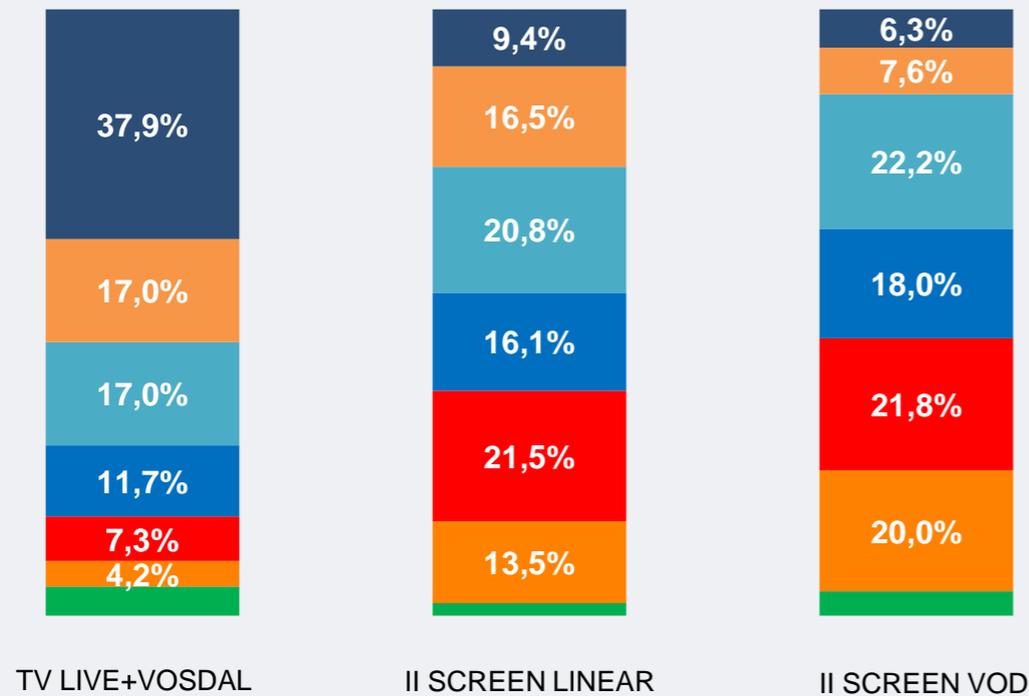


TV live+vosdal; second screen linear+vod - Fonte: dati Auditel

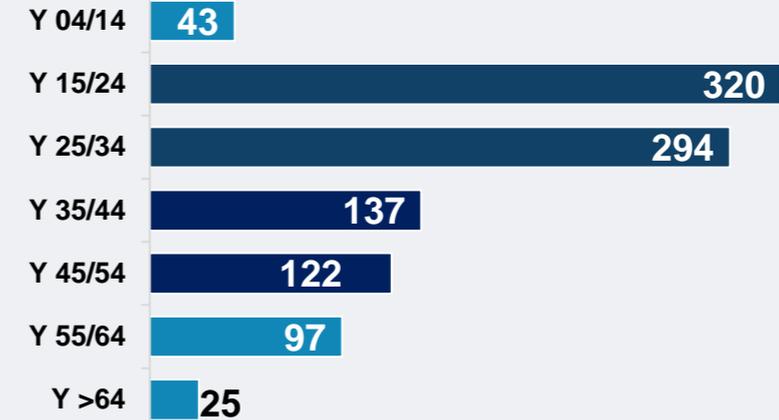
PROFILO TV E SECOND SCREEN: LINEAR E VOD UN PROFILO COMPLEMENTARE ALLA TV LINEARE Gennaio/Maggio 2022



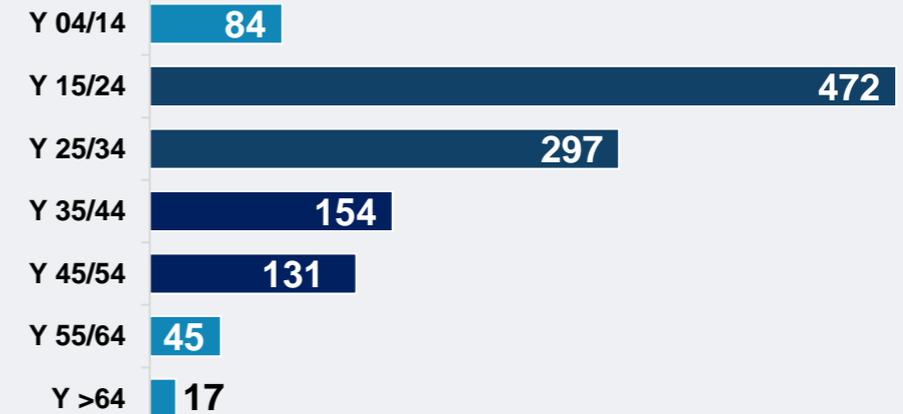
■ Y 04/14 ■ Y 15/24 ■ Y 25/34 ■ y 35/44 ■ y 45/54 ■ y 55/64 ■ y >64



Index
SECOND SCREEN LINEAR VS TV



Index
SECOND SCREEN VOD VS TV



TOTAL AUDIENCE: ASCOLTI LIVE MAGGIO 2022

La forza All Screens della Total Audience emerge ancora di più sugli eventi TV



FINALE COPPA ITALIA



FINALE AMICI



FINALE CHAMPIONS L.

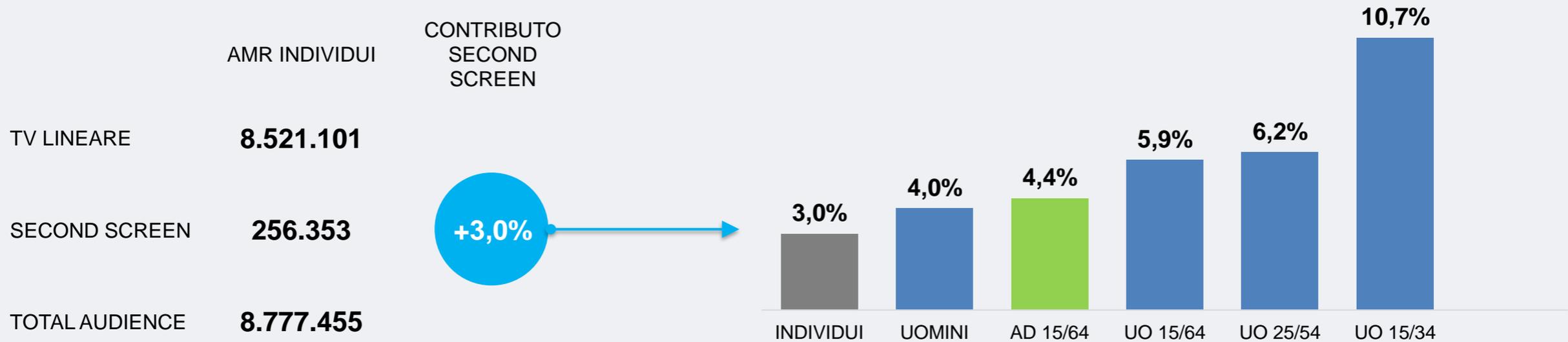


FINALE COPPA ITALIA: JUVENTUS/INTER 11/05/2022

Contributo second screen per target



CONTRIBUTO SECOND SCREEN PER TARGET



Ascolti della fascia oraria del programma TV live; second screen linear - Fonte: dati Auditel

FINALE AMICI 15/05/2022

Contributo second screen per target:

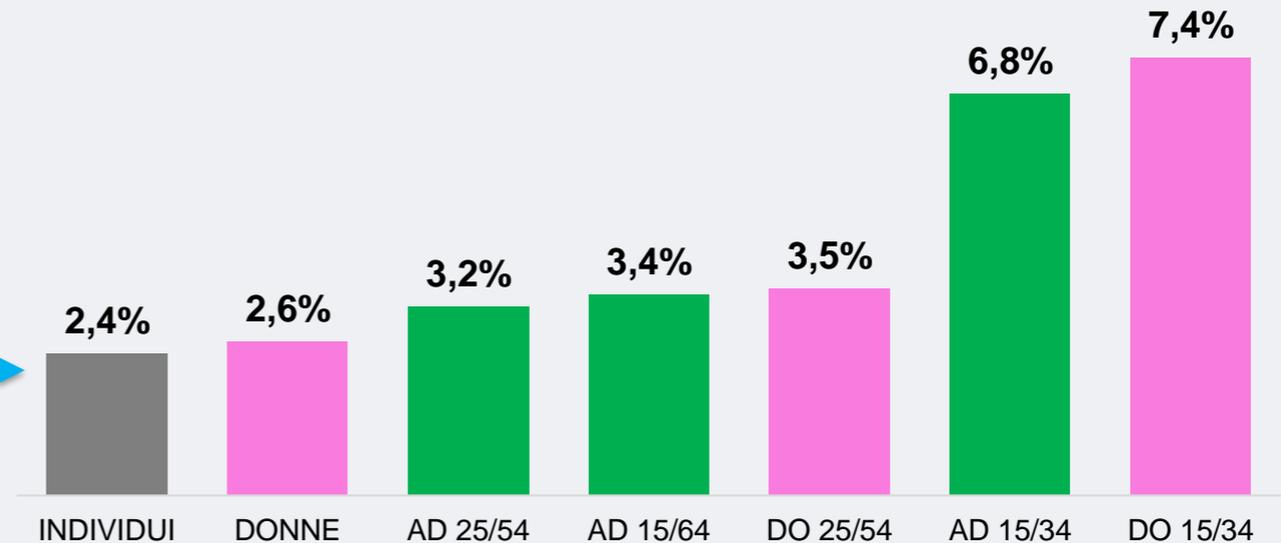


FINALE AMICI

CONTRIBUTO SECOND SCREEN PER TARGET

	AMR INDIVIDUI
TV LINEARE	4.226.183
SECOND SCREEN	101.057
TOTAL AUDIENCE	4.327.240

CONTRIBUTO
SECOND
SCREEN



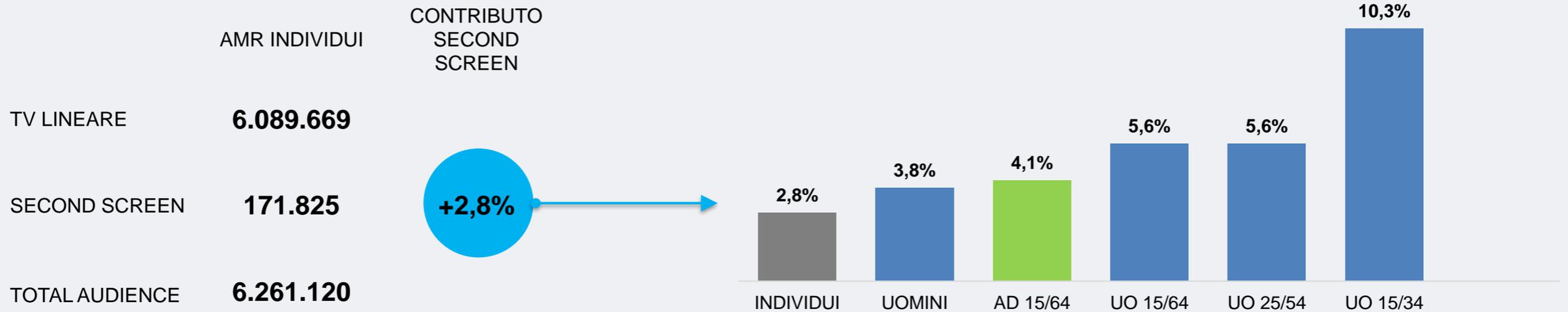
Ascolti della fascia oraria del programma TV live; second screen linear - Fonte: dati Auditel

FINALE CAMPION LEAGUE: LIVERPOOL/REAL MADRID 28/05/2022

Contributo second screen per target



CONTRIBUTO SECOND SCREEN PER TARGET



TV live; second screen linear - Fonte: dati Auditel