

ITALIA
TV

Starcom, la tv non generalista sfiora il 40% al mattino

A gennaio i canali non generalisti toccano il 34% di share nel totale giorno con picchi tra le 7 e le 12

A gennaio la tv non generalista sfiora il 34% di share nel totale giorno, con una crescita negli ascolti pari al +19% sull'omologo 2012. Secondo la consueta analisi mensile di Starcom Italia, il pubblico si fa più numeroso in tutte le fasce orarie, con un picco di share importante - quasi 40% - registrato la mattina dalle 7 alle 12.

Circa il 5% di share appartiene al gruppo sat pay Sky+Fox che nel mese di gennaio accusa una lieve diminuzione degli ascolti (-6% nel totale giorno). Un calo spalmato su tutte le fasce orarie fatta eccezione per quella meridiana che si mantiene stabile. Di questo 34% di share complessivo, quasi il 29% appartiene ai canali del gruppo Altre Tv digitali (terrestri + satellitari), soprattutto nelle fasce della mattina (quasi 36% di share) e del pomeriggio (quasi 33% di share). Rientra in questo gruppo anche il canale **Cielo** (0.5% di share nel totale giorno).

Passando ad analizzare le singole emittenti del gruppo Altre Tv digitali, il canale dedicato all'intrattenimento al femminile **Real Time** si piazza in cima alla classifica dei più visti, con una performance mensile significativa: oltre



[Clicca per scaricare le tabelle](#)

172 mila spettatori nel minuto medio. Il programma più visto a gennaio è 'Shopping Night', condotto da Carla Gozzi ed Enzo Miccio, e seguito nella puntata di mercoledì 2 gennaio da 713 mila spettatori in fascia 23-24.

Subito dietro **Rai Premium**, con 161 mila spettatori nel minuto medio e la migliore

performance programma realizzata dalla miniserie televisiva in replica 'Preferisco il Paradiso': 928 mila spettatori venerdì 18 gennaio in fascia 22-23.

Tra i canali dedicati al cinema, buon piazzamento di **Iris**, in terza posizione con 151 mila spettatori nel minuto medio a gennaio. Su Iris il film più visto nel mese è stato 'Kill Bill vol. 1': 815 mila spettatori in fascia 22-23 mercoledì 16 gennaio.

Nel gruppo sat pay Sky+Fox le migliori performance mensili sono ottenute da **Sky Cinema 1** e dal canale dedicato all'informazione sportiva **Sky Sport 24** (rispettivamente 44 e 42 mila spettatori nel minuto medio). Su **Sky Cinema 1** il film più visto a gennaio è 'Benvenuti al nord', che il primo giorno dell'anno ha catturato l'attenzione di 1,3 milioni di spettatori in fascia 22-23.

ITALIA

STAMPA, AFFISSIONE, WEB, MOBILE

EasyJet con Cookies per Linate-Fiumicino

Puntera' ad un'utenza business la campagna con cui EasyJet comunicherà il nuovo collegamento Linate-Fiumicino. Con claim 'Business Sense not Business Class', la compagnia pianificherà pagine stampa, esterna, dinamica, web e mobile per veicolare

il messaggio pubblicitario che sottolinea i vantaggi delle proprie tariffe. La creatività porta la firma di Cookies Adv con media di Omd. Per quanto riguarda il budget 2013 sarà in linea rispetto al 2012.

