



televisioni

I più e i meno visti del fine settimana

1,597 mln

■ **Domenica pomeriggio**, su Rai1 "L'Arena - Speciale" ottiene uno share del 12,1%.

835 mln

■ **Sabato mattina**, su Canale 5, "Forum" arriva a totalizzare il 10,97% di share.

2,025 mln

■ **Venerdì** in access prime time, su Rai3, la soap opera "Un Posto al Sole" ottiene l'8,4% di share.

venerdì 7 aprile



3.513.000

L'Onore e il Rispetto
Fiction - Canale 5 - 15,4%

2.774.000

Il coraggio di vincere
Film - Rai1 - 11,8%

1.646.000

Furore
Show - Rai2 - 7,7%

sabato 8 aprile



3.794.000

Ballando con le stelle 2017
Show - Rai1 - 19,85%

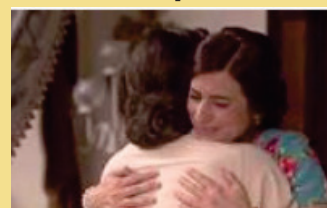
3.621.000

Amici
Talent - Canale 5 - 18,29%

1.512.000

NCIS Los Angeles
Telefilm - Rai2 - 6,45%

domenica 9 aprile



3.454.000

Il Segreto
Fiction - Canale 5 - 13,69%

2.527.000

Che fuori tempo che fa
Show - Rai3 - 10,7%

2.283.000

Che Dio ci aiuti 3
Fiction - Rai1 - 10,3%

Performance Nel primo trimestre La7 è la tv generalista che cresce di più nel totale giornata (+6% sul 2016)

Ottimi ascolti nel primo trimestre del 2017 per La7 che si conferma la tv generalista che cresce di più nel totale giornata (7:00/2:00) con il 3% di share medio (2,97%) con un incremento del +6% rispetto al periodo omologo del 2016. Significativi riscontri si evidenziano nel daytime che segna un +14% rispetto all'anno precedente: in particolare, la fascia del mattino (07.00-12.00) registra un 3,9% di share medio pari a un +13% sul primo trimestre 2016, posizionandosi come quinta rete nazionale davanti a Rete 4 (3,01% di share) e Italia 1 (2,75% di share), grazie

alle performance di "Omnibus" (+12%), "Coffee Break" (+13%) e "L'Aria che tira" (+15%). In crescita anche la fascia 12:00/15:00 con un +26% sul 2016 grazie a "L'Aria che tira oggi" (+29%) e l'edizione del "TG La7" delle 13.30 (+25%). In costante aumento anche il pomeriggio nella fascia 15:00/18:00 che fa segnare un +21% grazie al percorso di crescita di "Tagadà" (+37%). In prime time (20:30/22:30) la rete conferma il 3,5% di share, grazie ai suoi capisaldi come "Otto e mezzo", che con il 5,9% di share medio e quasi 1,6 milioni di spettatori segna una crescita del +17% rispetto all'omologo trime-

stre 2016. Incremento consistente, pari a un punto percentuale di share (+32%), nella versione del sabato (4,1% di share medio). "diMartedì" di Giovanni Floris con il 4,8% di share e oltre 1 milione di spettatori medi in questi primi tre mesi dell'anno ha vinto il confronto diretto sia con "Agorà due-miladiciassette" (fermo al 4,3% di share), sia con l'attuale "cartabianca" (4,2% di share). In crescita anche "Piazza Pulita" di Corrado Formigli che realizza il 3,7% di share con più di 4,6 milioni di contatti a puntata, facendo registrare una crescita del +19% rispetto allo scorso anno. Ottimi riscontri

si evidenziano anche dal "TG La7" delle 20 condotto da Enrico Mentana che ottiene il 5,6% di share con oltre 1,3 milioni di spettatori medi ogni giorno. L'offerta digital La7 conferma buoni riscontri nel corso di questo primo trimestre con 78 milioni di visualizzazioni (+13% vs 2016) sulle piattaforme La7.it, TGLa7.it e Youtube, e grazie alle app TGLa7 e Eccezionale Veramente. Inoltre, La7 continua a essere l'unica rete a entrare stabilmente nella classifica settimanale curata da Nielsen dei 5 programmi più seguiti e dibattuti sui social (Facebook e Twitter) per il genere Talk e News.

■ **CANALI QVC rinnova il format di "QVC Informa"** QVC, il retailer multicanale dedicato allo shopping e all'intrattenimento, rinnova il format di "QVC Informa", lo spazio nel palinsesto dedicato all'informazione, divulgazione e sensibilizzazione su temi di interesse collettivo. Pillole informative da due minuti che presentano realtà no profit affini al mondo femminile, trattando argomenti utili e specifici della vita di ogni donna, con la presenza di un consulente dell'associazione di riferimento. Un contenuto multicanale che utilizza non solo la tv ma anche i social media quali FB Live, per diventare un momento di interazione con gli utenti QVC. QVC Informa viene trasmesso ogni ora del giorno durante le 17 ore di programmazione. Così, la formula della diretta, che ha reso celebre QVC, viene messa al servizio della cultura dell'informazione. Le associazioni coinvolte nel progetto diventano protagoniste di focus specifici, mettendo a disposizione del pubblico le proprie competenze e conoscenze peculiari per informare, consigliare e offrire un servizio concreto.