

The background features a central logo surrounded by a circular burst of abstract, wavy lines in shades of cyan, magenta, and blue, set against a dark blue, starry space background. The logo itself is white with a glowing effect.

Sanremo 2022

72° Festival della canzone italiana

PERFORMANCE DIGITAL E SOCIAL

Seconda serata 2 febbraio 2022

Direzione Marketing

		Δ 2021
▪ DIRETTA STREAMING RAI1 2 FEBBRAIO	989.000 LS	+51%
▪ ASCOLTO MEDIO DIGITAL (AMRD)	228.000 DV*	+68%
▪ ON DEMAND RAIPLAY 2 FEBBRAIO	4,2 mln LS	+58%
▪ INTERAZIONI SOCIAL 2 FEBBRAIO	6,0 mln	+12%
▪ O.A. SANREMO RAI 2 FEBBRAIO	646.000	+24%

** numero medio di device collegati durante la diretta*



Δ 2021

▪ DIRETTA STREAMING RAI1 1-2 FEBBRAIO	2,2 mln LS	+43%
▪ ON DEMAND RAIPLAY 1-2 FEBBRAIO	5,1 mln LS	+64%
▪ INTERAZIONI SOCIAL 1-2 FEBBRAIO	11,8 mln	+25%
▪ O.A. SANREMO RAI 1-2 FEBBRAIO	1,7 mln	+53%

** numero medio di device collegati durante la diretta*

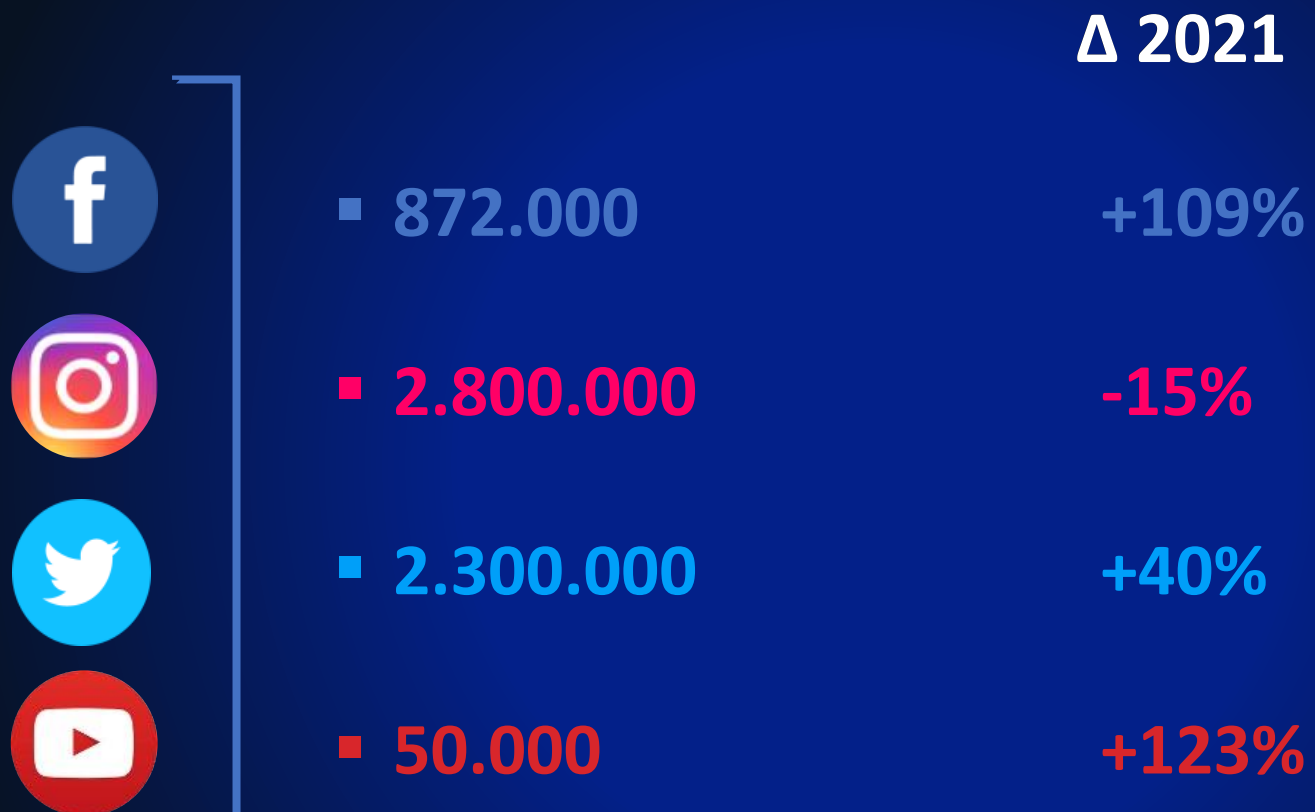




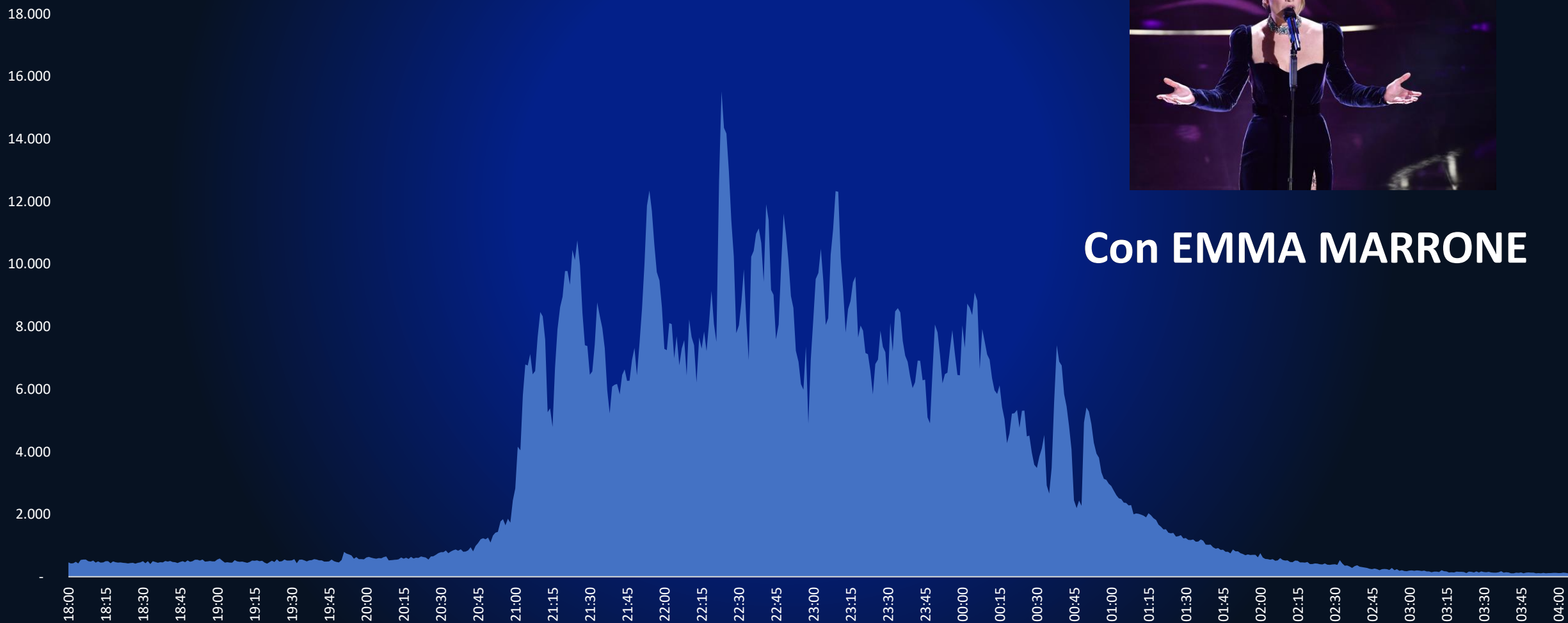
**Con L'ANNUNCIO DEI CONDUTTORI
DELL'EUROVISION 2022
286.400 DEVICE COLLEGATI NEL MINUTO**



LE INTERAZIONI SOCIAL NELLA GIORNATA DEL 2 FEBBRAIO



IL PICCO DELLE INTERAZIONI TWITTER ALLE 22:23 CON 15.500 INTERAZIONI NEL MINUTO



Con EMMA MARRONE



LA DISTRIBUZIONE DELLE INTERAZIONI DEL 2 FEBBRAIO

- 76% TALENT (CONDUTTORI/CAMPIONI/OSPITI)
- 16% PROGRAMMA (O.A. SANREMO)
- 5% CORPORATE (CANALI RAI)
- 3% ALTRO (EUROVISION SONG CONTEST, MILANO CORTINA 2026)



**I THE JACKAL SONO L'ACCOUNT
TALENT PIÙ SOCIAL DELLA
SECONDA SERATA CON 791K
INTERAZIONI**