



SENSEMAKERS

MINDS & DATA

Advanced TV: lo scenario tra crescita e nuove sfide

Fabrizio Angelini — CEO Sensemakers

Milano, 1 Ottobre 2025

Advanced Tv: **Reach** di Main e Small screen (1H25)

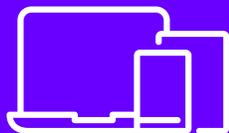


Reach



CTV

33,2 milioni



Small Screen

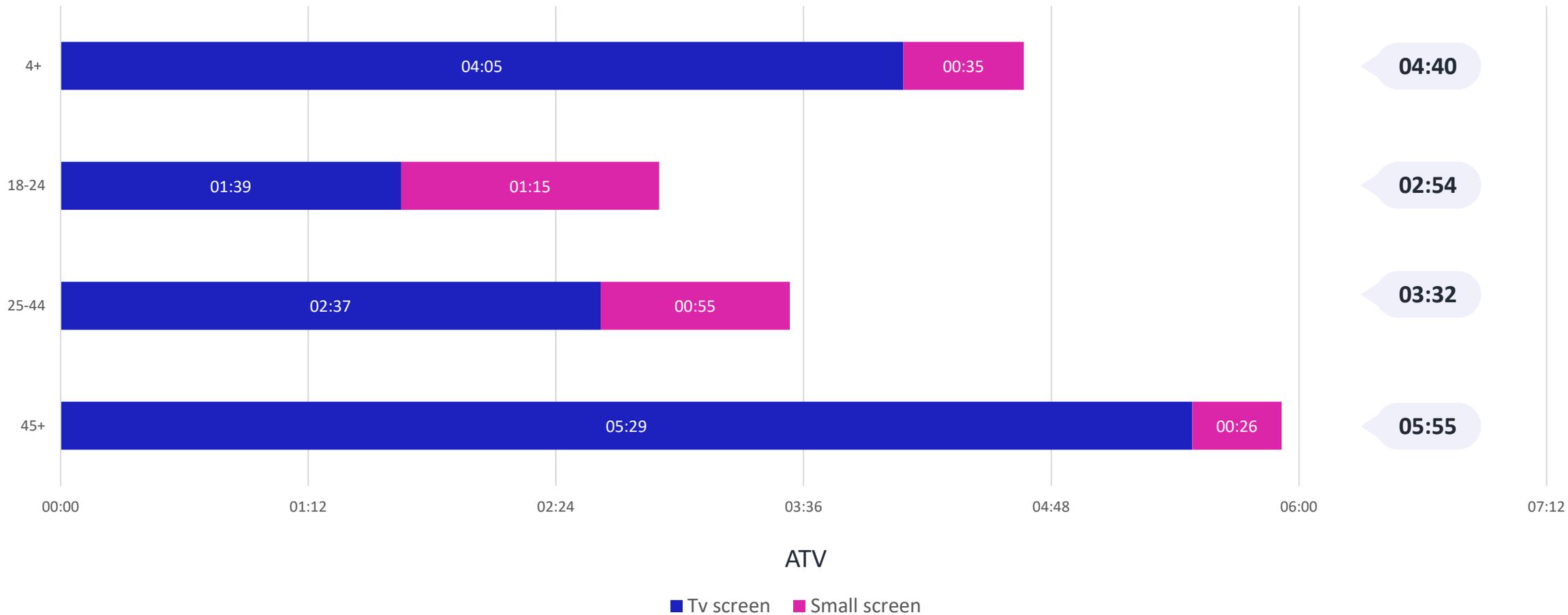
45,6 milioni

Persone	 Reach % Small Screen su popolazione	 Reach % Main Screen su popolazione
18-24	~ 100%	63%
25-44	~ 100%	67%
45+	74%	51%

Fonti: elaborazione Sensemakers su dati Comscore MMX Multi-Platform, Comscore VMX Multi-Platform e Auditel, popolazione 6+, periodo gennaio-giugno 2025 (dato medio mensile), Italia

Advanced Tv: **Tempo Speso** tra Main e Small screen

ATV per segmento demografico

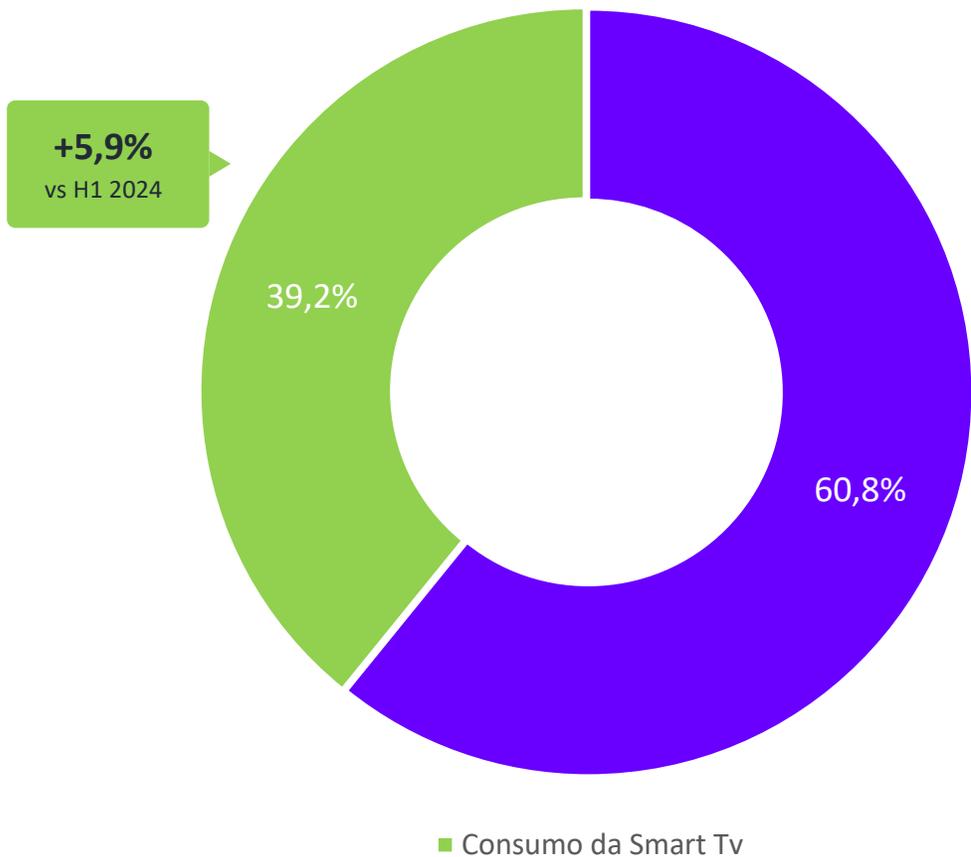


Fonte: Elaborazione Sensemakers su dati Auditel TV Lineare e Comscore, audience senza ospiti, maggio 2025

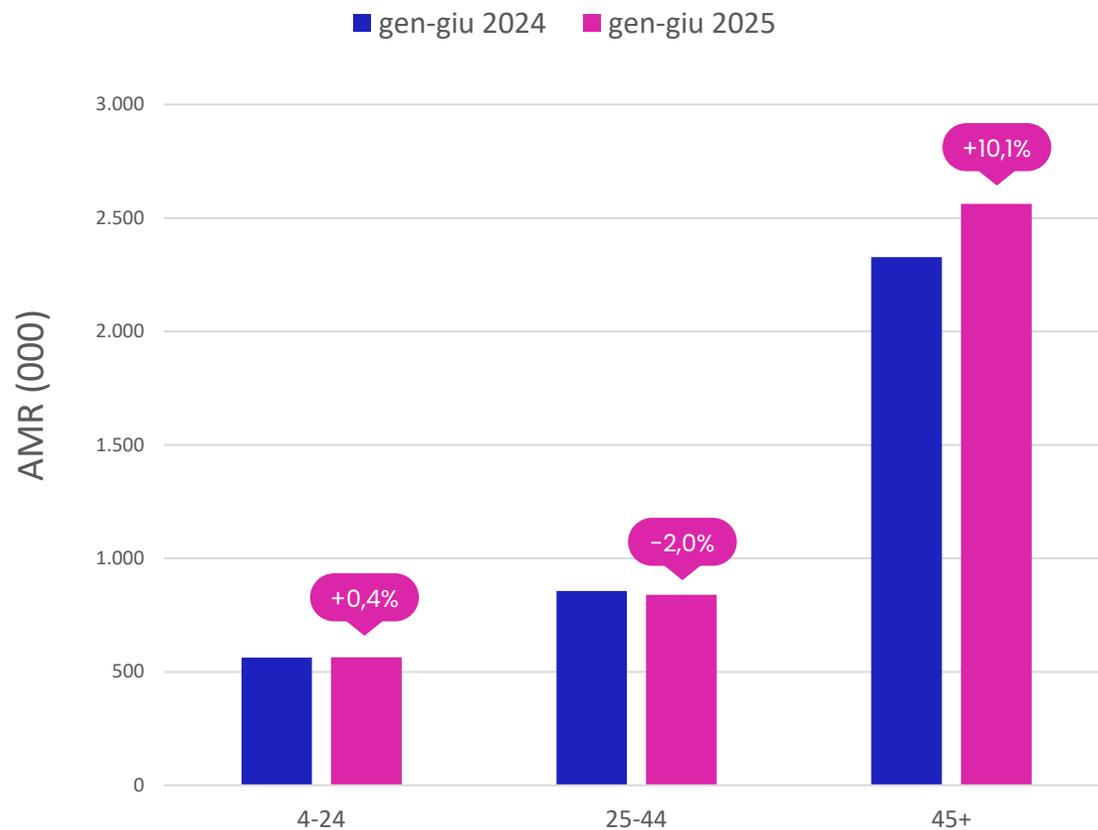
La crescita della Smart Tv



Incidenza della Smart Tv sul consumo Totale - AMR



Crescita Smart Tv per target di età



Font: dato Auditel digital, audience 4+ con ospiti, gennaio - giugno 2025 vs 2024

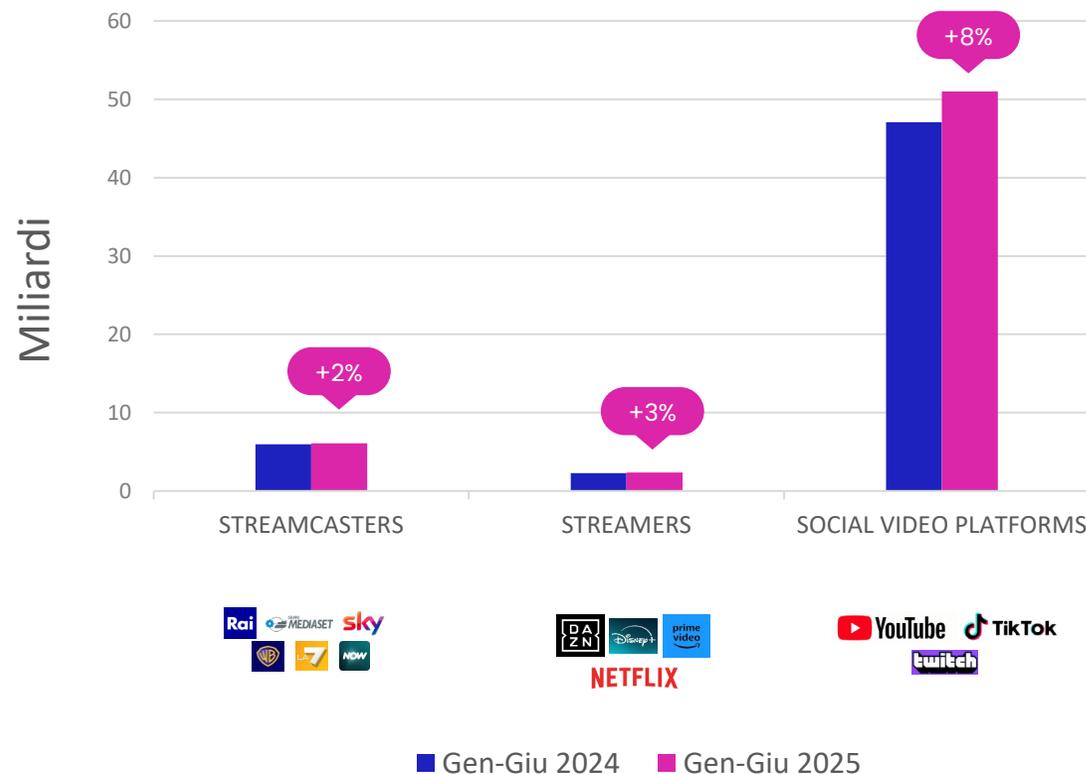
Il Tempo Speso su **Small screen** per target di età e tipologia di piattaforma



Crescita per target di età



Tempo speso su Small Screen (min)



Fonte tabella: Comscore MMX Multi-Platform, Desktop & Mobile, gennaio-giugno 2025 vs 2024 vs 2022 (dato medio), Italia

Fonte grafico: elaborazione Sensemakers su dati Comscore MMX Multi-Platform 6+, Comscore VMX Multi-Platform e Auditel Total Audience 4+, periodo gennaio-giugno 2025 vs 2024 (dato medio mensile), Italia

Andamento della stagione Tv 2024-2025

Il Non Riconosciuto non compensa la perdita della Tv lineare

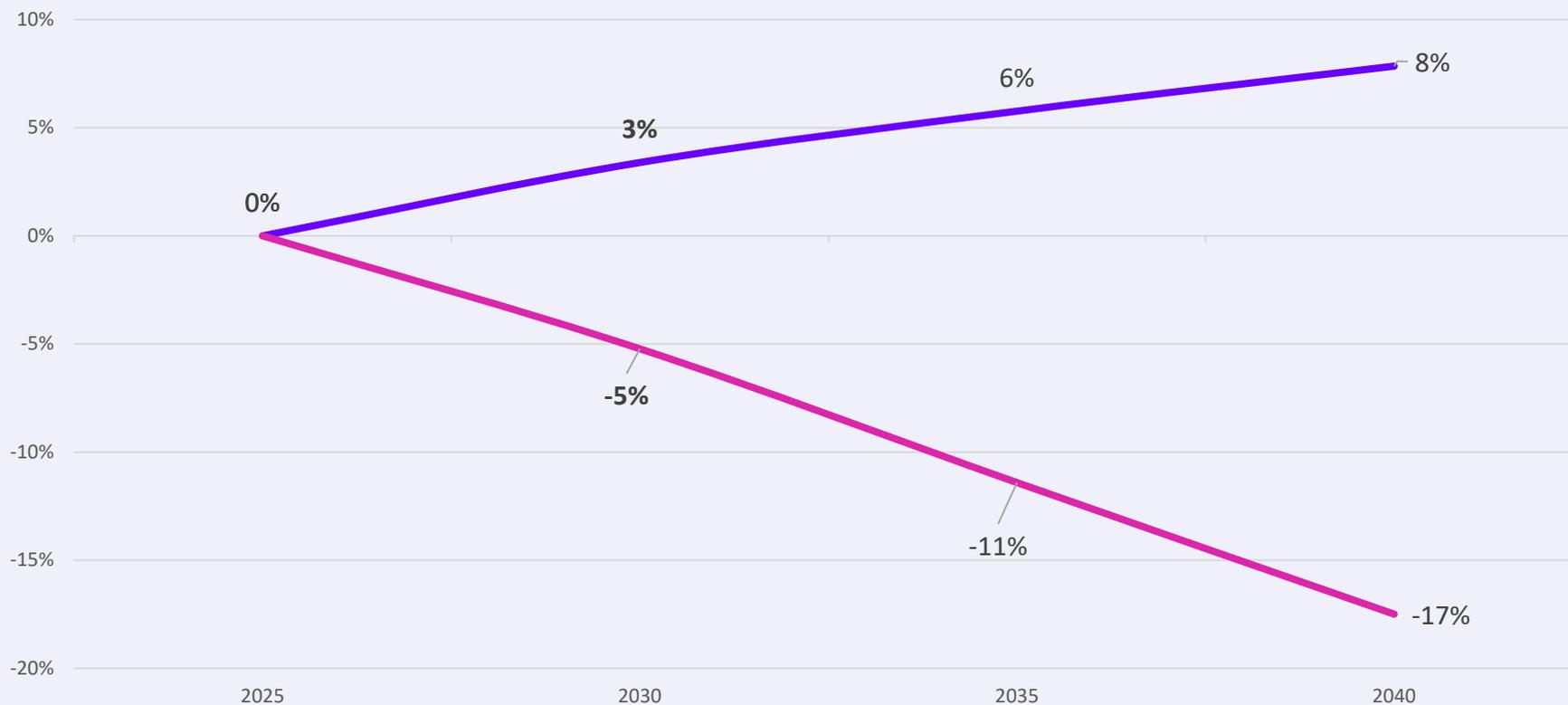
AMR	TV Riconosciuta		Non Riconosciuto	
	Stagione 24-25	Delta Y/Y	Stagione 24-25	Delta Y/Y
4+	8.393	-1,6%	1.875	1,5%
4-24	565	-5,9%	443	2,3%
25-44	1.111	-7,9%	523	-4,6%
45+	6.717	-0,1%	909	5%
-136k individui Y/Y		+28k individui Y/Y		

Daily Reach
Tv riconosciuta Y/Y
-1,9%
Non Riconosciuto Y/Y
-1%

Fonte: Elaborazione Sensemakers-Techedge su dati Auditel TV Lineare, audience senza ospiti, maggio 2025

Stima dell'impatto delle dinamiche demografiche sul consumo di contenuti televisivi al 2040

ATV - Baseline 2025

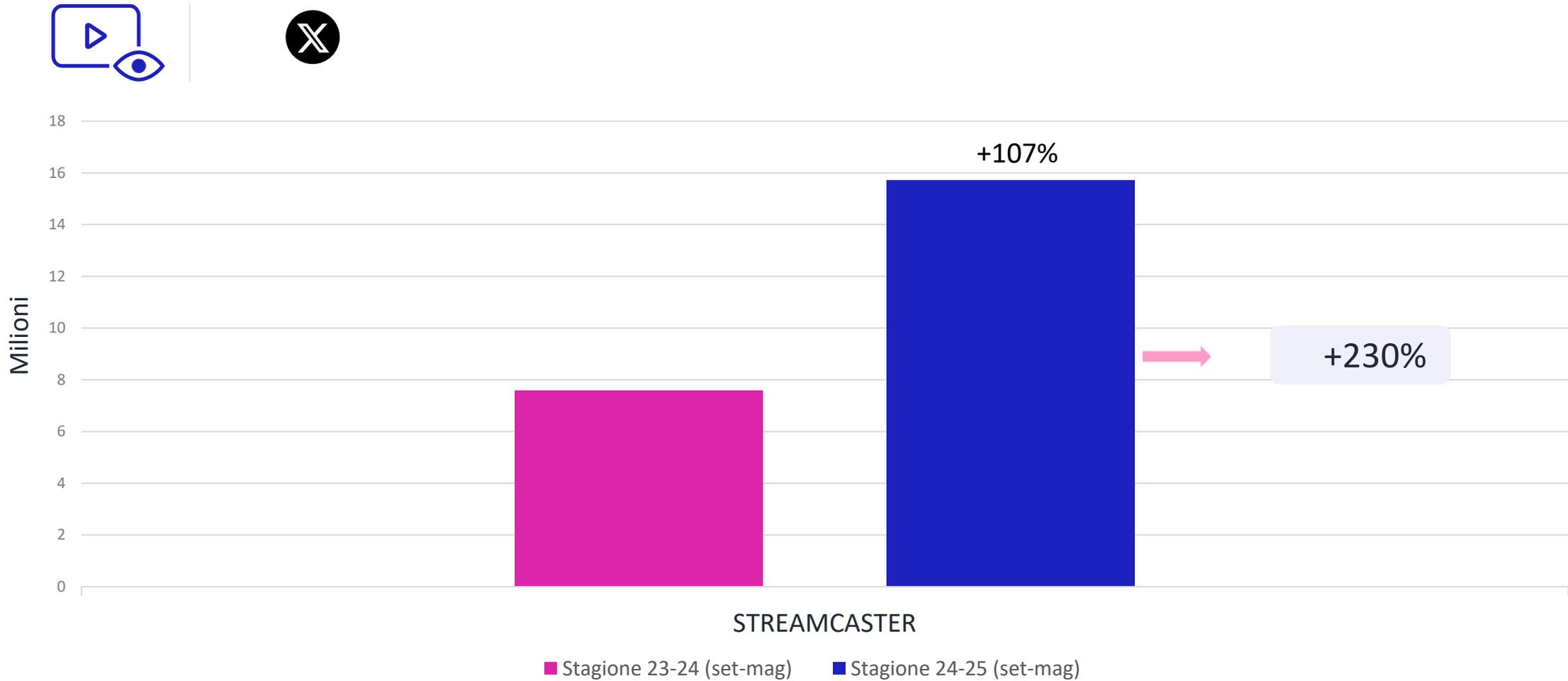


Individui che invecchiando adottano le abitudini di visione del nuovo cluster di età

Individui che invecchiando mantengono le proprie abitudini di visione

Fonte: analisi interna Sensemakers su dati Auditel e Istat

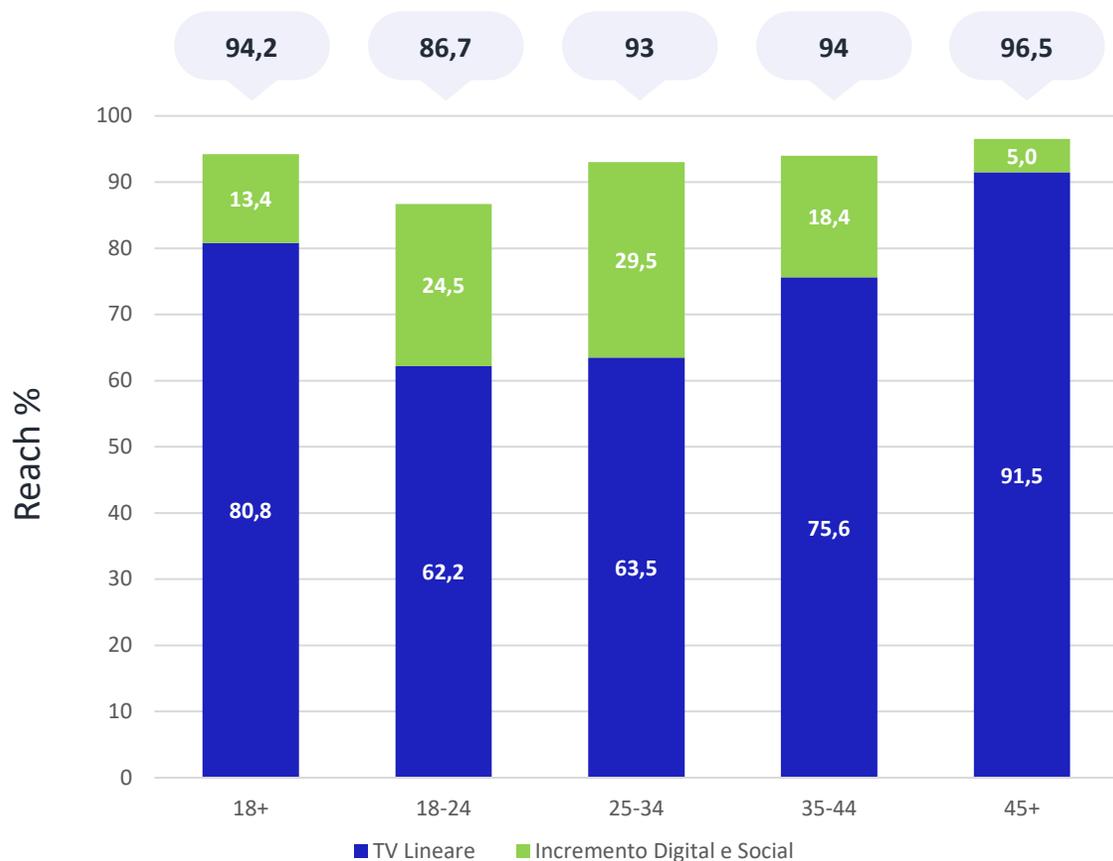
Trend delle video views social degli streamcaster



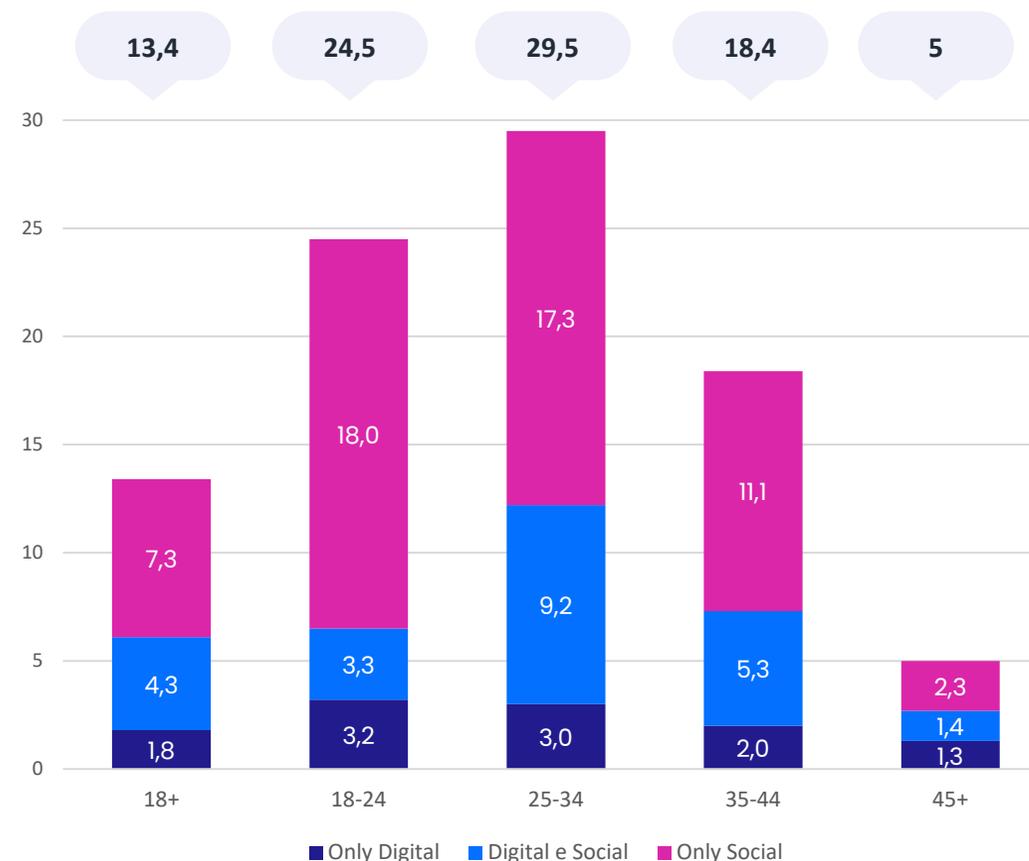
Fonte: Comscore Social, Metrics & Trends, Cross Platform

RAI – Reach incrementale Digital & Social

Reach RAI su totale popolazione – maggio 2025



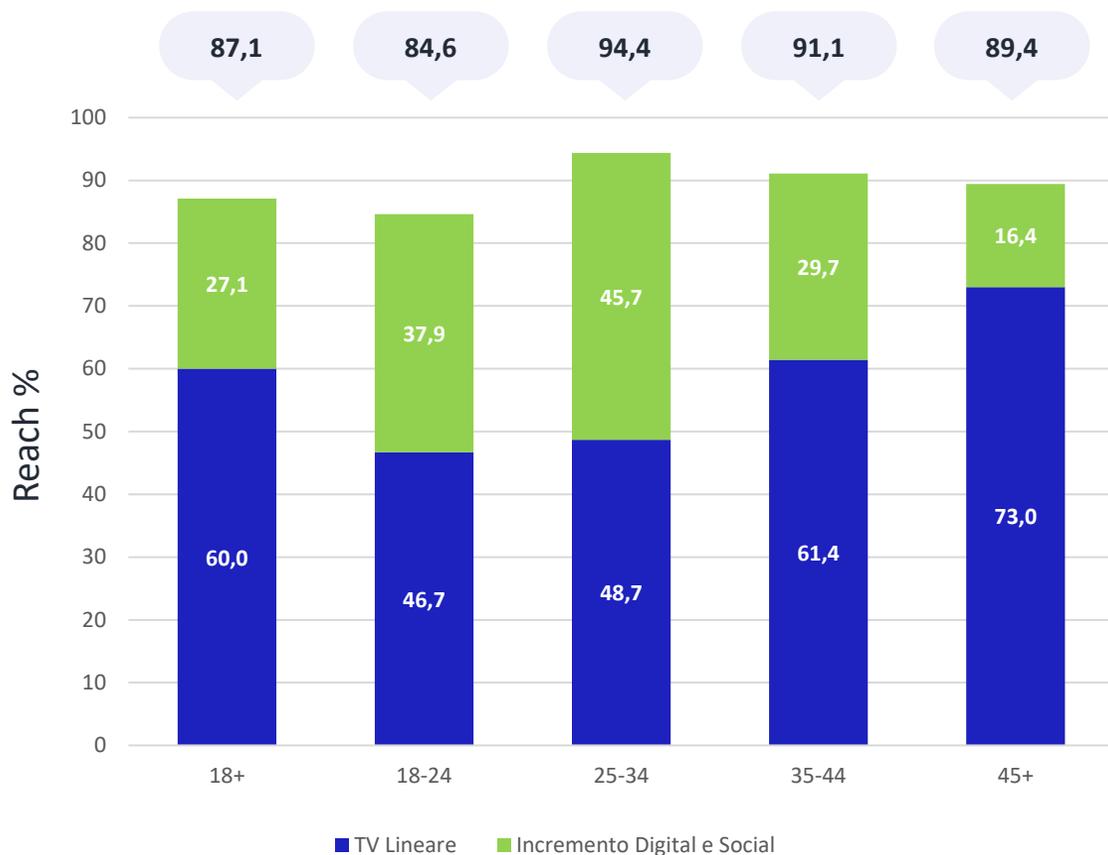
Contributi Digital e Social alla Reach incrementale



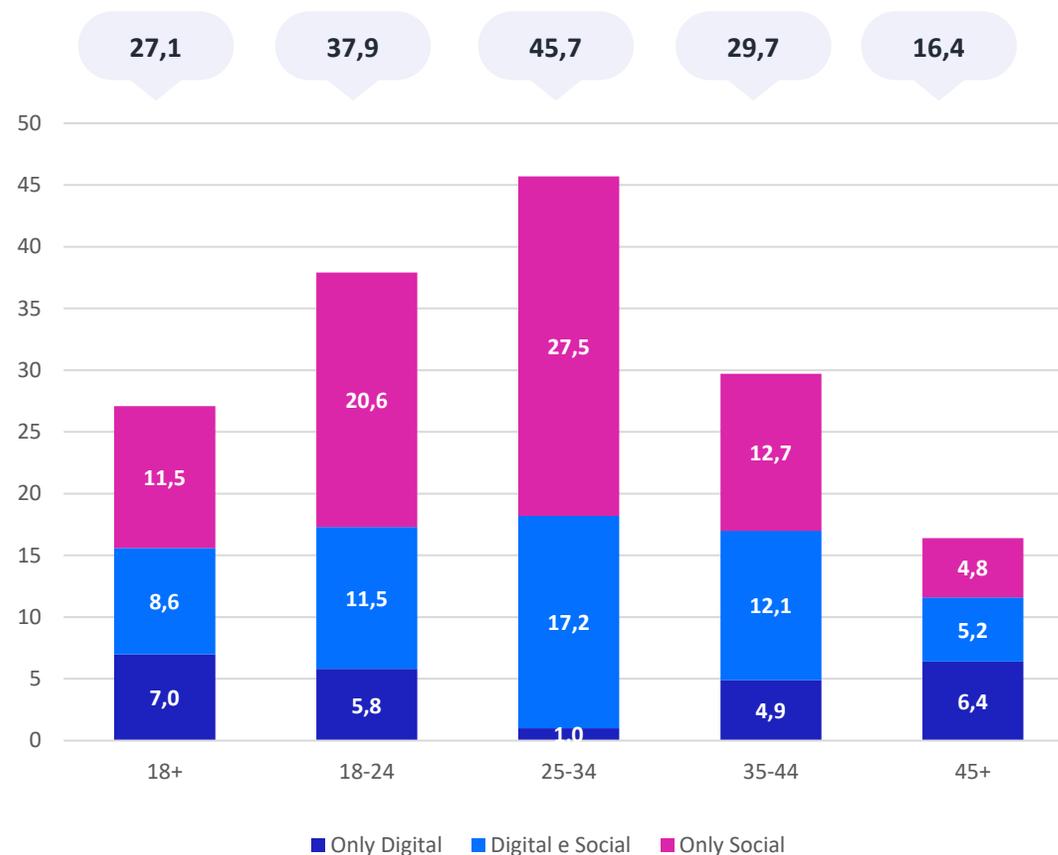
Fonte: Elaborazione Sensemakers-Techedge su dati Auditel TV Lineare e Comscore (il dato social comprende solo IG e FB), audience senza ospiti, maggio 2025

SKY – Reach incrementale Digital & Social

Reach SKY su totale popolazione – maggio 2025



Contributi Digital e Social alla Reach incrementale



Fonte: Elaborazione Sensemakers-Techedge su dati Auditel TV Lineare e Comscore (il dato social comprende solo IG e FB), audience senza ospiti, maggio 2025

Tra palinsesto e algoritmo



Palinsesto

- Confermata la forza della **consuetudine** e degli **eventi**
- Aumenta l'efficacia delle iniziative di **tune-in** (social; pre-broadcasting)
- Nel giorno medio, il 70% di chi inizialmente accede a contenuti non riconosciuti **fa zapping su contenuti riconosciuti**
- **Si riduce la percezione di qualità** dei contenuti degli streamers -4 punti percentuali Y/Y
- Eccessivo affollamento e «**selection fatigue**» +9 punti percentuali Y/Y



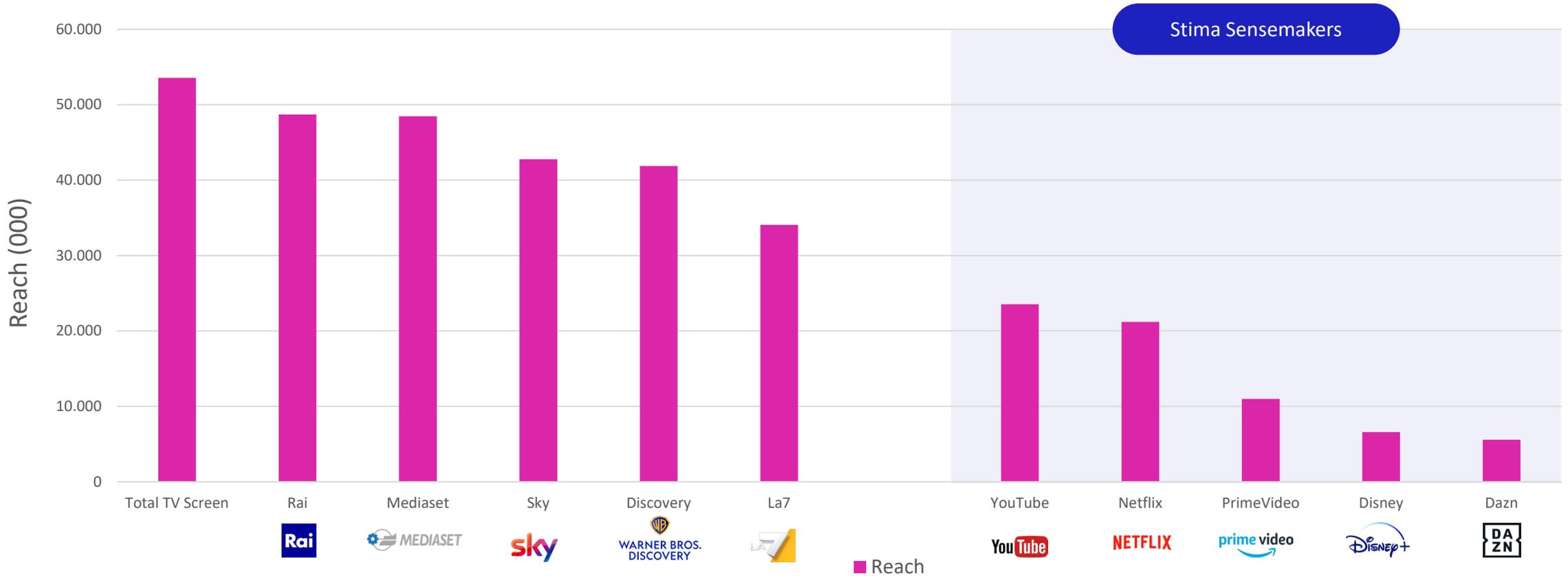
Algoritmo

- Su Smart Tv, nella fascia 4-17 anni, **il 73% degli accessi avviene su contenuti non riconosciuti**
- Aumenta l'importanza della **raccomandazione dei contenuti in base ai propri interessi** (primo fattore di scelta con un valore di 7,29)
- **Aumenta la forbice (15 punti percentuali) tra streamers e BVOD come destinazione iniziale** «quando lo spettatore non sa cosa guardare»
- **Aumenta l'accettazione l'81% (+6 punti percentuali Y/Y) e il ricordo della pubblicità sugli Streamers**

Reach mensile per player su Main screen – maggio 2025

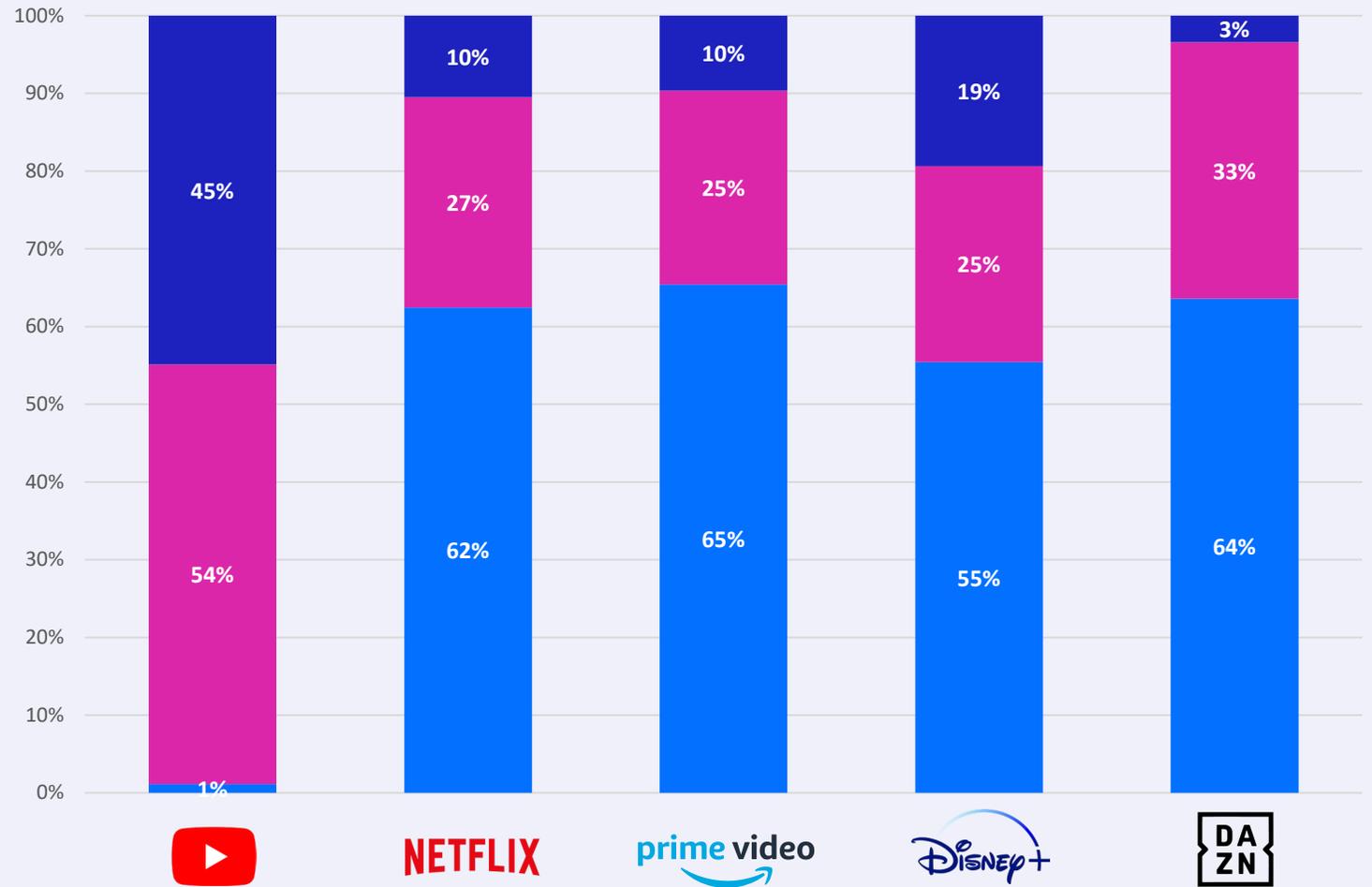


Monthly Reach



Periodo di stima: maggio 2025, Fonte dati TV tradizionale: Auditel TV tradizionale, Fonte dati OTT: Stima interna Sensemakers.
CTV ascolto aggregato di: Smart TV, STB IP e Only IP, Computer, Game Console, TV+Game

Reach % Composition by Device



Fonte: analisi interna Sensemakers su dati Auditel e Istat

Le dinamiche dell'ADV su Advanced TV



Aumento della
disponibilità di
inventory



Automazione dei
processi di buying



Riduzione dei prezzi



Pianificazione in logica
di Incremental Reach Televisiva

Pianificazione in logica sostitutiva
degli investimenti in On-line Video



SENSEMAKERS
MINDS & DATA

Grazie

Mail: info@sensemakers.it