



La nuova TV per chi guarda in alto.



Una tv dai contenuti esclusivi che accompagna le audience della **mobilità** sempre più **sfuggenti** che fruiscono i contenuti su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto.

Una tv che guarda al futuro, che si inserisce nella **videostategy** delle Connected TV e delle piattaforme digitali, ricca di idee e soprattutto di volti, fruita nei luoghi in cui le persone si incontrano e vivono la loro quotidianità.

Una audience di quasi **11 milioni di spettatori unici ogni mese**, distribuita su tutto il territorio **nazionale**, a cui UpTv offre il suo palinsesto, studiato nel rispetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: **informare, aggiornare, intrattenere**.



INFORMAZIONI, NOTIZIE E INTRATTENIMENTO per il mondo che si muove in modo sostenibile



Ha un **palinsesto lineare** che **aggiorna, informa e intrattiene** in **tempo reale**

Presidia **luoghi di attesa** e non di **transito**, con un tempo medio di visione di **5 minuti**

Ha un **look&feel internazionale** e una **impaginazione televisiva**

L'**audience è certificata in tempo reale** dalla **tecnologia BigDataCounter**

Si pianifica come i mezzi più evoluti della **videostategy** ed è valutabile in **Kubik**



IL NETWORK

I TOUCHPOINT

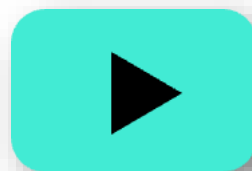
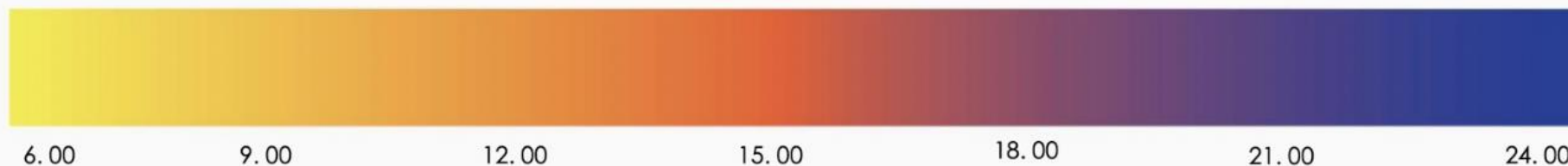
L'APP STREAMING



IL PALINSESTO

INFORMARE, AGGIORNARE INTRATTENERE

Un palinsesto diviso in due moduli, alternati, di tre ore ciascuno (6-9; 9-12; 12-15; 15-18; 18-21; 21-24) per adattarsi al pubblico che in quel momento sta frequentando i touchpoint nei quali UpTV trasmette



I VOLTI di UPTV

per una televisione che racconta



Ultim'Ora

Cento secondi

Caffè Affari

Milano Cortina 2026

Fashion News

ItaliaOggi pocket

On Stage

Fashion And Beyond

Change!

MISSION

informare, aggiornare, intrattenere

Offside

Grand Hotel

Drive Club

WeekEnder

Eye Tech

Turismo

What Women Wear

Linea Mercati

#whytrend

Gambero Rosso

100 SECONDI

Un format in onda ogni giorno: dal lunedì al venerdì, alle 18.00, in 100 secondi il giornalista Franco Tagliaferri racconta i due fatti più importanti della giornata, narrando la loro evoluzione fino agli ultimi aggiornamenti.



un tg della durata di 60'' con cui la redazione di UpTv aggiorna i suoi telespettatori su tutto quello che accade nel mondo. Interni, esteri, attualità, sport e non solo: il racconto della giornata in 5 diverse edizioni sempre aggiornate.

ULTIM'ORA

CHANGE!

il format dedicato alla sostenibilità ambientale. Condotta da Serena Giacomini, fisica dell'atmosfera e meteorologa, il programma si affronta tutti i temi strettamente legati al cambiamento climatico e al surriscaldamento globale, con approfondimenti mirati diversi ogni settimana.



EYE TECH

Un approfondimento firmato da Davide Fumagalli che racconta le frontiere della cosiddetta tecnosofia. Un punto di vista sull'evoluzione del mondo tech, affrontandone anche i lati più scomodi e apparentemente meno tangibili, in grado però di condizionare profondamente la nostra quotidianità.



#WHYTREND

Un format della durata di 60'', in onda dalle 06.00 alle 09.00, in cui il giornalista Pasquale Ancona spiega perché un concetto, una parola o un personaggio è tra i trends di Google o in tendenza su Twitter. Cronaca, cultura, società, raccontate con un linguaggio social: leggero, non impostato, ma al tempo stesso autorevole e sicuro. Uno strumento in più per comprendere ciò che accade sul web.



DRIVE CLUB

Il format video dedicato all'automotive. Tendenze, novità e interviste per raccontare un mondo in continua evoluzione, con protagonisti assoluti del e analisi dettagliate di tutto quello che offre il mercato.



ON STAGE

Un piccolo format d'informazione con cui la redazione di UpTv offre ai suoi telespettatori le ultime notizie legate al mondo dello spettacolo, tramite dichiarazioni, immagini e interviste dei protagonisti del jet set e non solo.

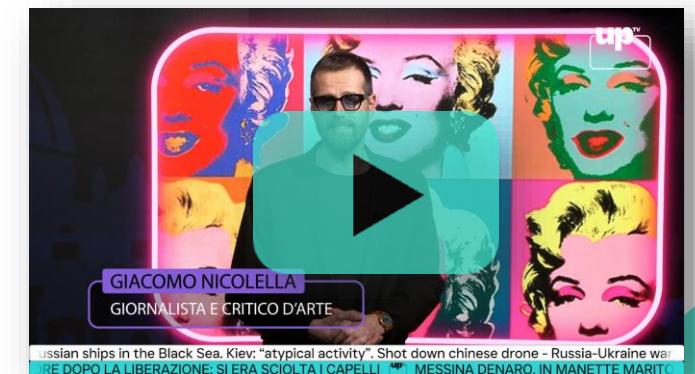


WEEKENDER

Il nuovo format agenda di UpTv: uno strumento, prima di tutto, per consentire ai telespettatori di conoscere i quattro appuntamenti più interessanti del fine settimana. Ovviamente, con indicazioni differenti a seconda della città in cui va in onda: Milano, Roma, Brescia e Genova.

GRAND HOTEL

Un format della durata di 120'', in onda in serata e nei week-end in cui Giacomo Nicoletta Maschietti, giornalista e critico d'arte racconta una mostra, una novità o un semplice spunto di riflessione dal mondo della cultura.



La campagna di lancio

**NASCE
UPTV
LA NUOVA
TV PER CHI
GUARDA
IN ALTO.**

Nasce una nuova tv dai contenuti sorprendenti, che vi informa e intrattiene nelle metropolitane e negli aeroporti di tutta Italia. La guardano già oltre 10 milioni di telespettatori. Alza lo sguardo anche tu!



**NASCE
UPTV
LA NUOVA
TV PER CHI
GUARDA
IN ALTO.**



**NASCE
UPTV
LA NUOVA
TV PER CHI
GUARDA
IN ALTO.**



BigDataCounter

PER LA PRIMA VOLTA LE AUDIENCE DELLA MOBILITÀ IN REALTIME

BigDataCounter è il fusion di due data-set

WeCounter

la tecnologia di Telesia che calcola minuto per minuto le audience di UpTV in prossimità di ogni schermo

BigData Vodafone

I dati ottenuti dal tracciamento anonimizzato dei comportamenti di viaggio nelle metropolitane e negli aeroporti italiani che restituisce: copertura netta, tempo di permanenza, frequenze di ritorno e profilo sociodemografico (sesso, età in 4 passi e provincia di residenza effettiva).



POLITECNICO
MILANO 1863

#REALTIME #TECH #SAFE #ADVERTISING



BigDataCounter

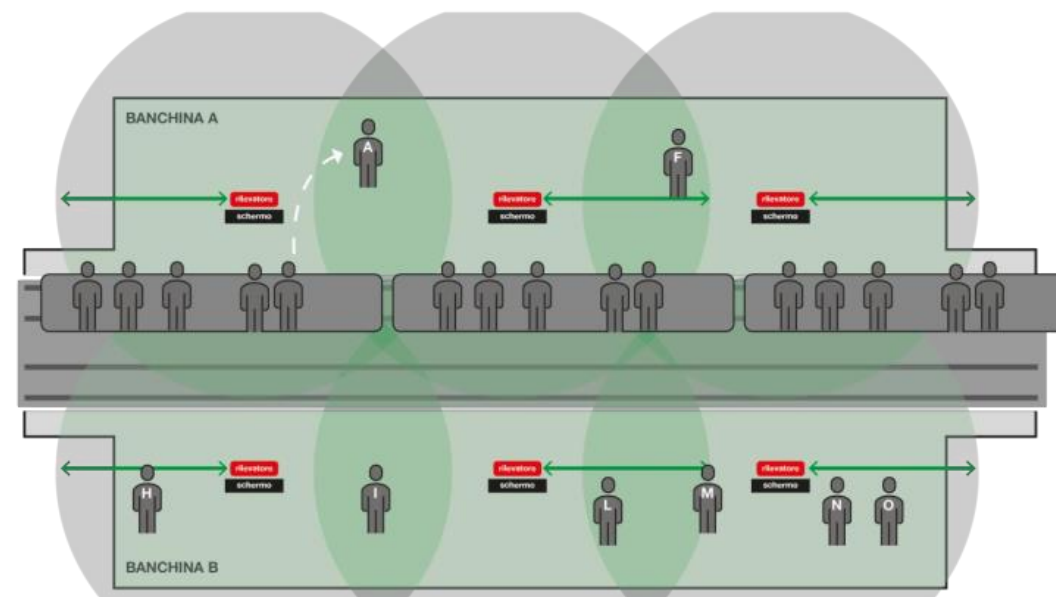
PER LA PRIMA VOLTA LE AUDIENCE DELLA MOBILITÀ IN REALTIME

BigDataCounter in real time calcola il numero di dispositivi mobile con antenna WiFi attiva nell'area di OTS di ogni singolo schermo. La misurazione è attivata ad ogni start di uno spot e termina in corrispondenza della messa in onda dell'ultimo frame dello stesso.

All'interno della misurazione di ogni on-air è garantita l'**unicità del conteggio**.

Per essere incluso nella misurazione il dispositivo deve rispettare **2 parametri**:

- 1. Essere all'interno dell'area di misurazione in una posizione che consente la visione dello schermo.** BigDataCounter lavora su un raggio di circa 10m, ma attraverso la **triangolazione** del segnale e la lettura della **potenza del segnale WiFi**, l'**algoritmo depura il calcolo** da tutti **coloro** che pur essendo all'interno del perimetro **non hanno l'opportunità di visione** (per esempio chi è a bordo treno).
- 2. Permanere nell'area di misurazione per tutta la durata dello spot, dal primo all'ultimo secondo, senza interruzioni.**

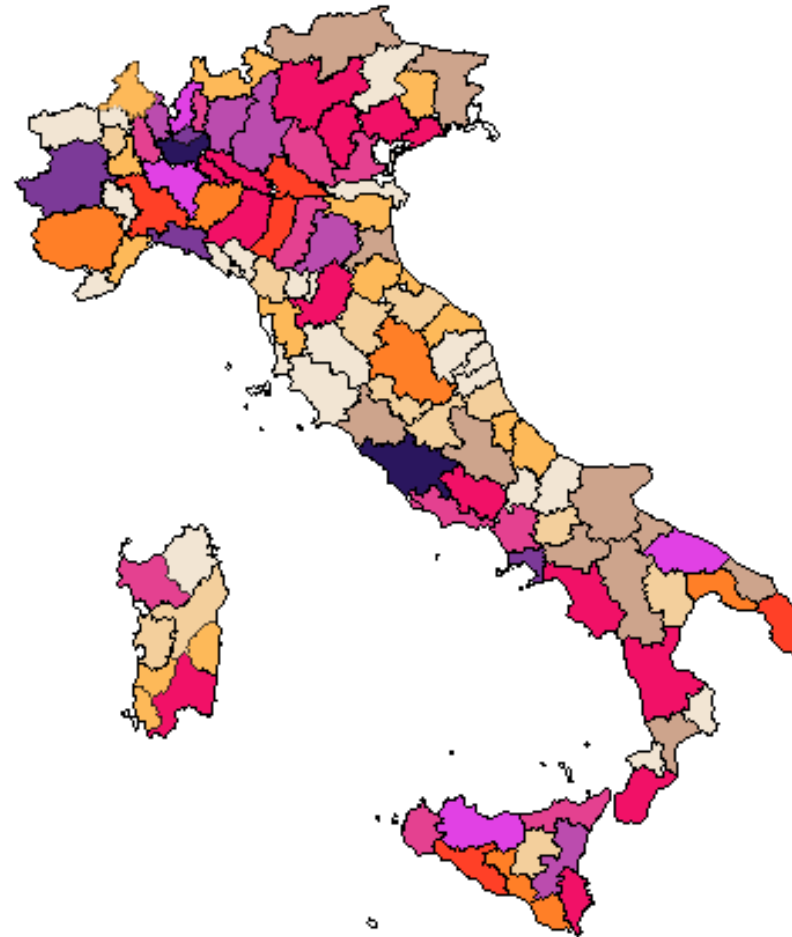


I NUMERI DI UPTV

up^{TV}
11mio
COVER

up^{TV}
30K
AMR

up^{TV}
68%
25-54 anni



LEGENDA

da 194k a 2.2 mln
da 143k a 193k
da 88k a 142k
da 47k a 87k
da 34k a 46k
da 25k a 33k
da 19k a 24k
da 16k a 18k
da 13k a 15k
da 10k a 12k
da 7k a 9k
da 2k a 6k



... 11 MILIONI DI SPETTATORI UNICI NEL MESE

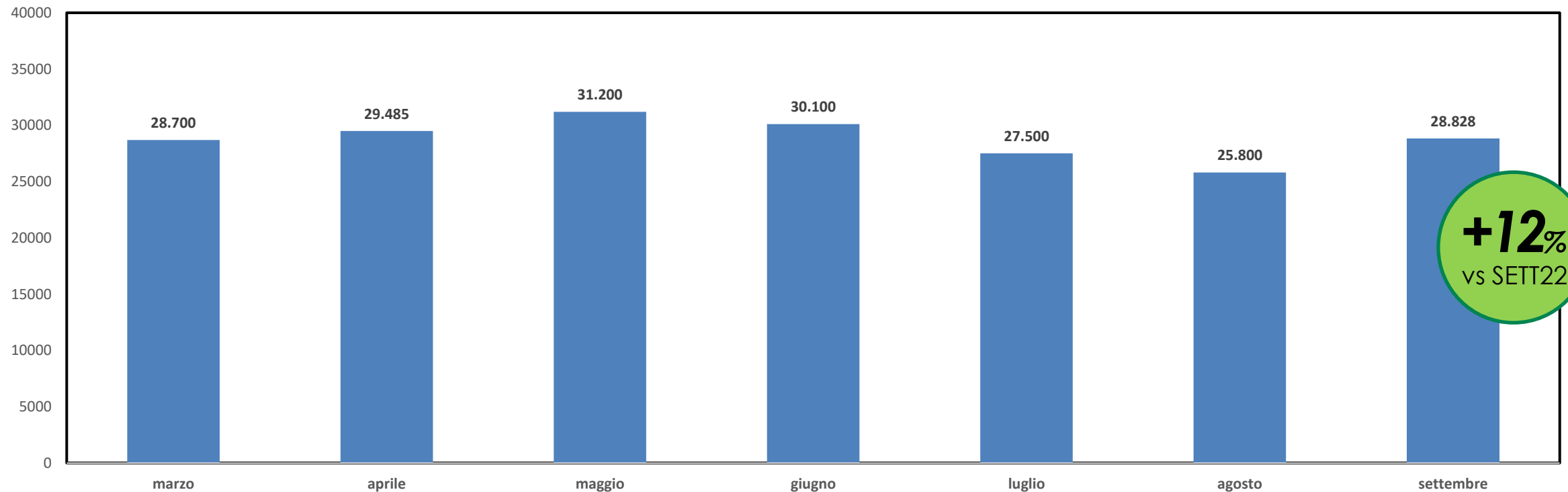
- 1° SETTIMANA: 4.000.000
- 2° SETTIMANA: 6.100.000
- 4° SETTIMANA: 10.700.000



19% POP ITA >14

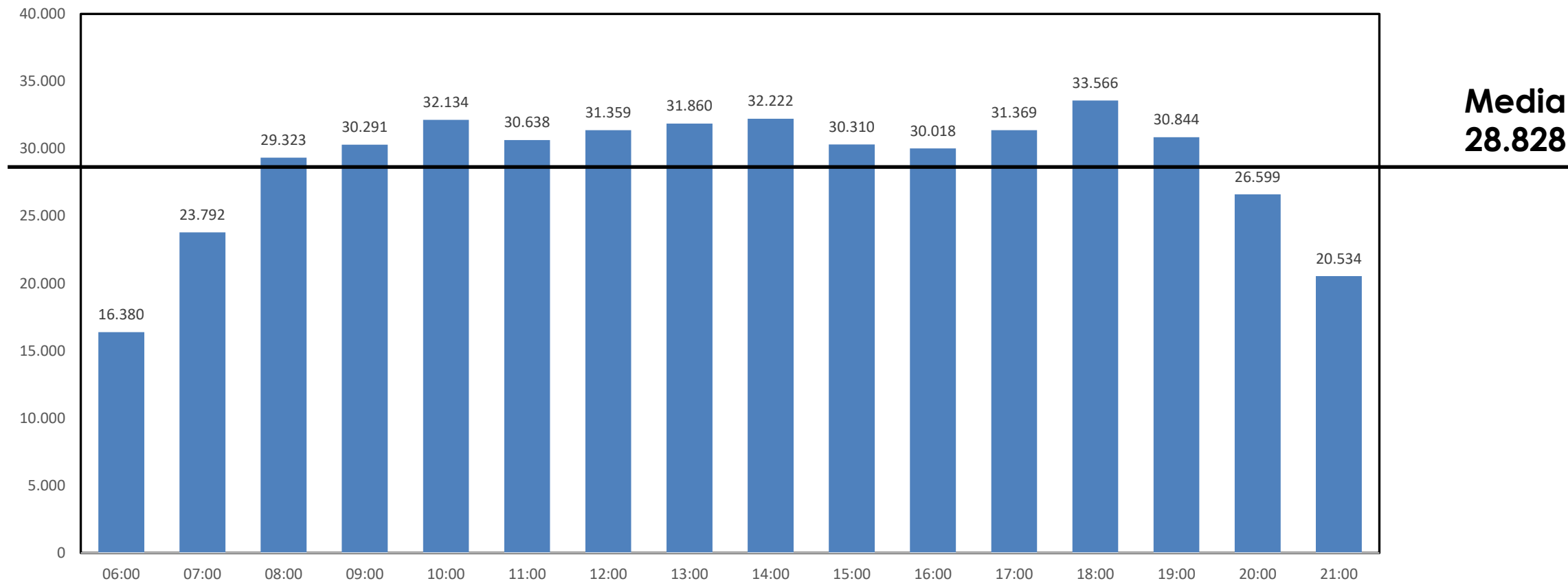
L'EVOLUZIONE DELL'AMR DAL LANCIO DI UPTV

AMR



UPTV: distribuzione AMR per fascia oraria

Settembre 2023

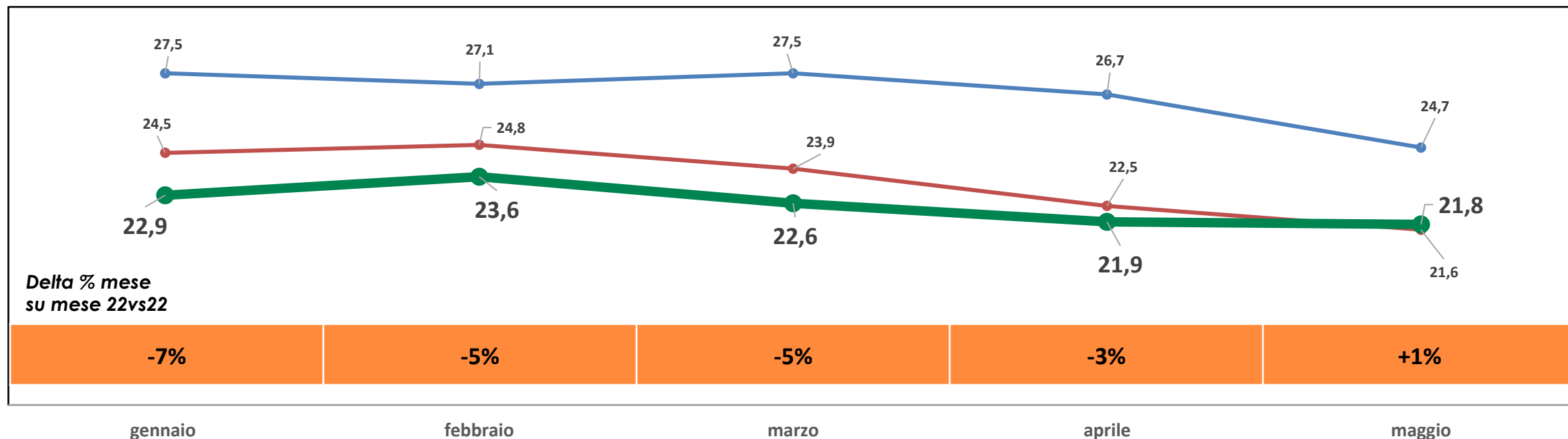


IN UNO CONTESTO IN CUI LA TV CONTINUA A PERDERE AUDIENCE UPTV PORTA REACH INCREMENTALE

Ascolto minuto medio – prime time 20.30-22.30

Dati in milioni

—●— 2021 —●— 2022 —●— 2023

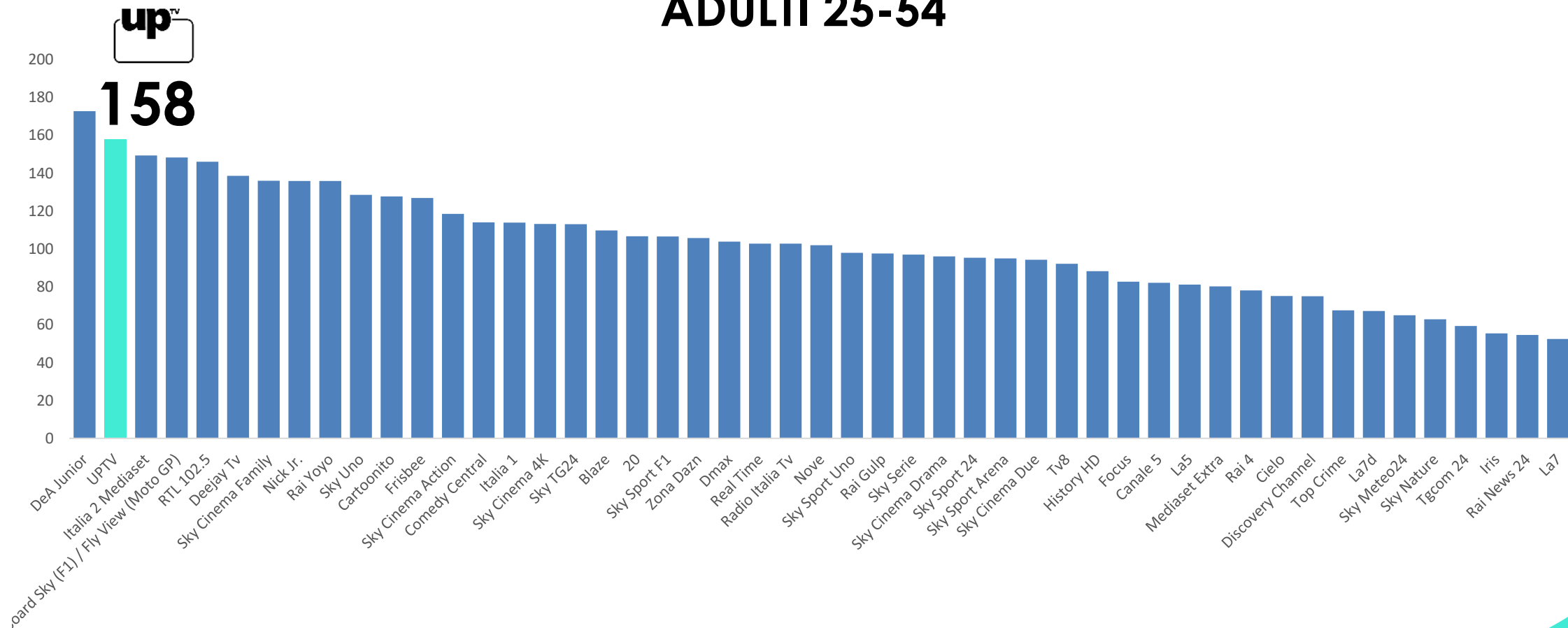


Fonte: Auditel



LA MASSIMA AFFINITÀ SUI TARGET PIÙ PREGIATI E SFUGGENTI

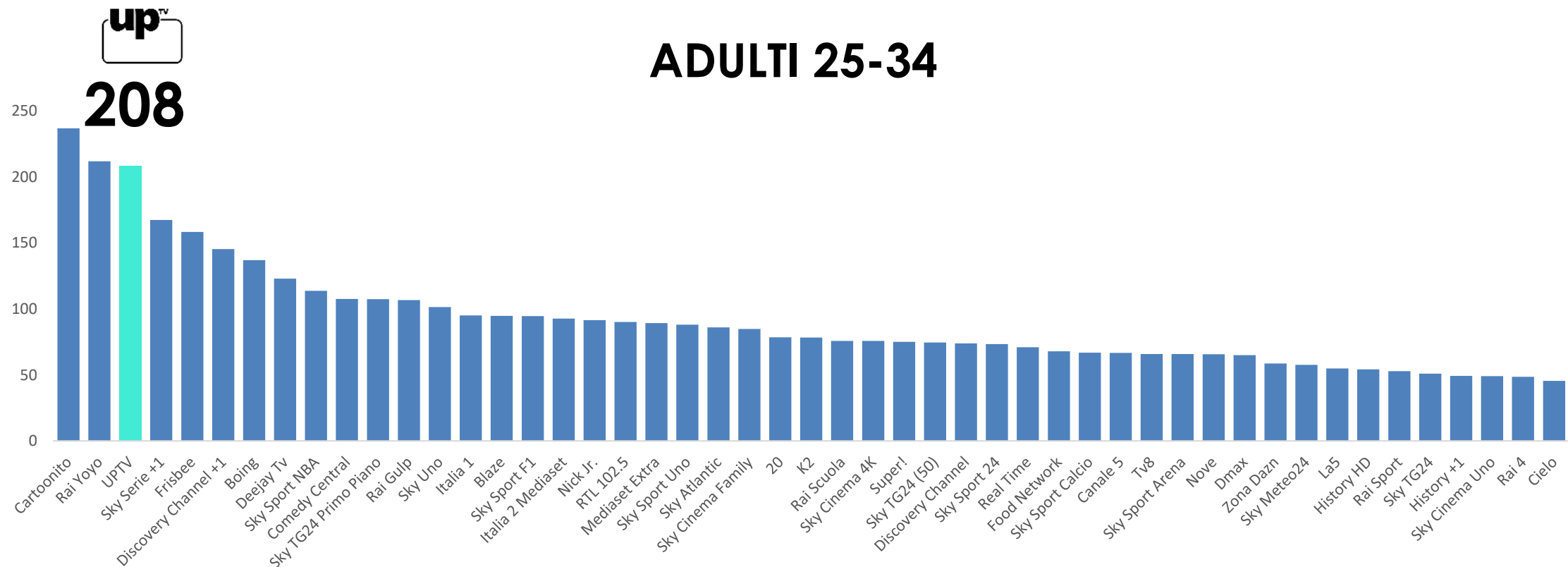
ADULTI 25-54



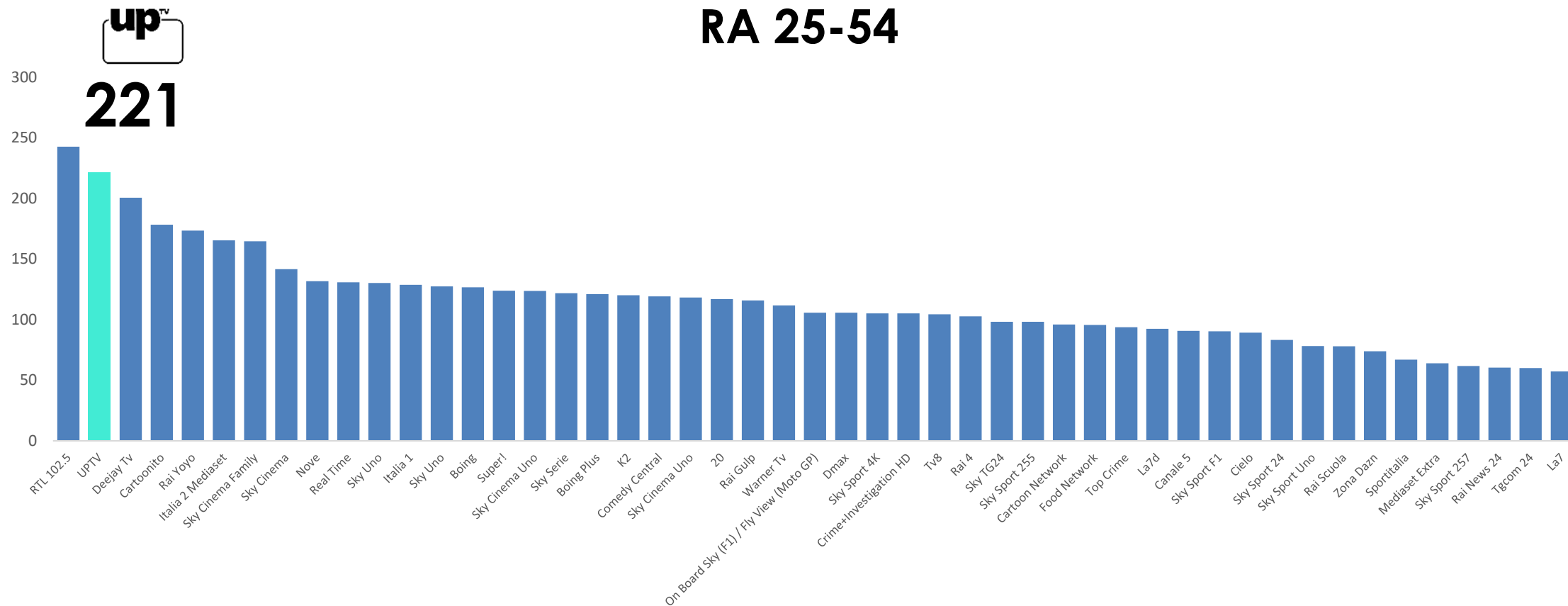
Fonte: canali TV Auditel, UpTV BigDataCounter



LA MASSIMA AFFINITÀ SUI TARGET PIÙ PREGIATI E SFUGGENTI



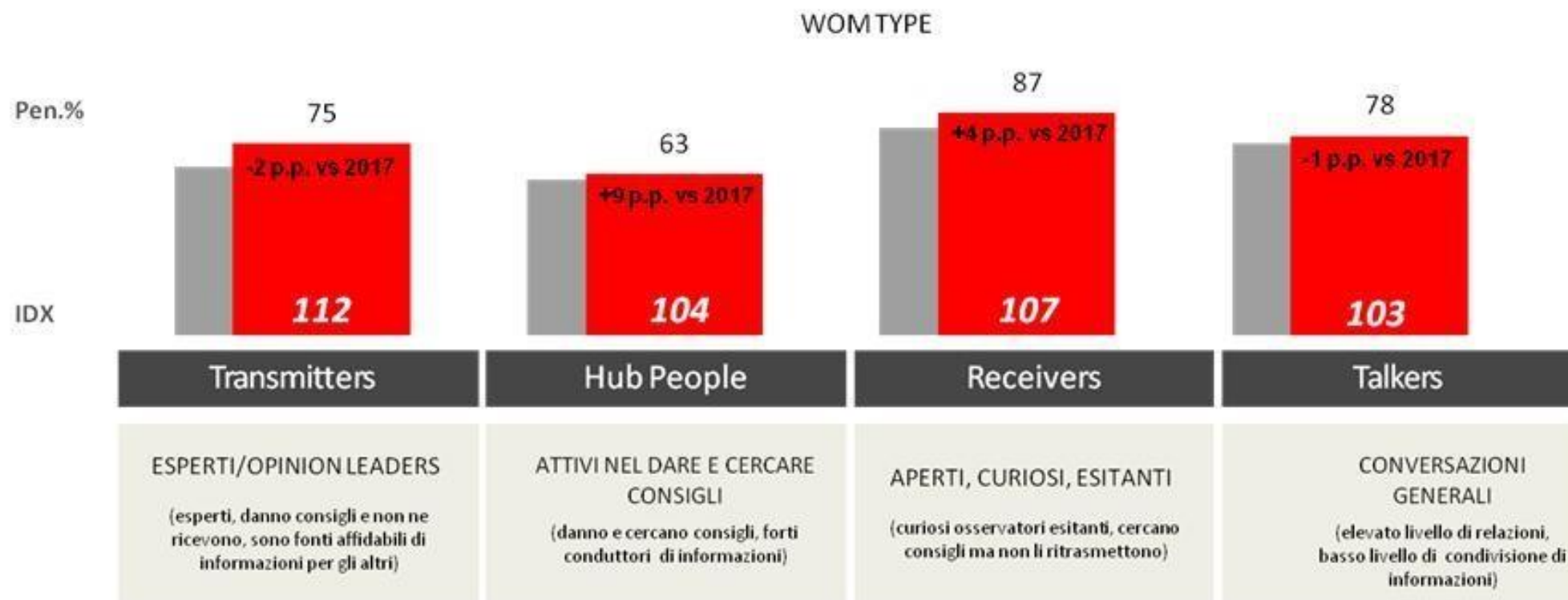
LA MASSIMA AFFINITÀ SUI TARGET PIÙ PREGIATI E SFUGGENTI



Fonte: canali TV Auditel, UpTV BigDataCounter



Un pubblico di OPINION LEADER e BRAND AMBASSADOR



LA PUBBLICITÀ SU TELESIA PIACE!

Il **93%** dei passeggeri è *interessato alla pubblicità* sulla GO TV di **TELESIA** e la considera:

UN PRODOTTO DI QUALITÀ'

133_{Idx}

DISCRETA (NON INVASIVA)

120_{Idx}

FORNISCE INFORMAZIONI UTILI

110_{Idx}

5 MOTIVI PER SCEGLIERE UPTV

1.

Per sviluppare **AWARENESS** nel daytime su target **LIGHT TV VIEWERS**

2.

È il primo canale TV che presidia il daytime di **10 MILIONI DI ITALIANI** che ogni giorno si spostano lungo tutta la penisola

3.

Per raggiungere target più ricercati come i **MILLENNIALS** e i target **ALTO SPENDENTI** sviluppando **REACH INCREMENTALE**

4.

Per completare la **VIDEOSTRATEGY NAZIONALE** e per **HEAVY UP TERRITORIALI** dove si concentrano i volumi di vendita di molti brand

5.

Per supportare la comunicazione tradizionale con **CONTENUTI NATIVE** e **CREATIVE**



A SCAN ME

