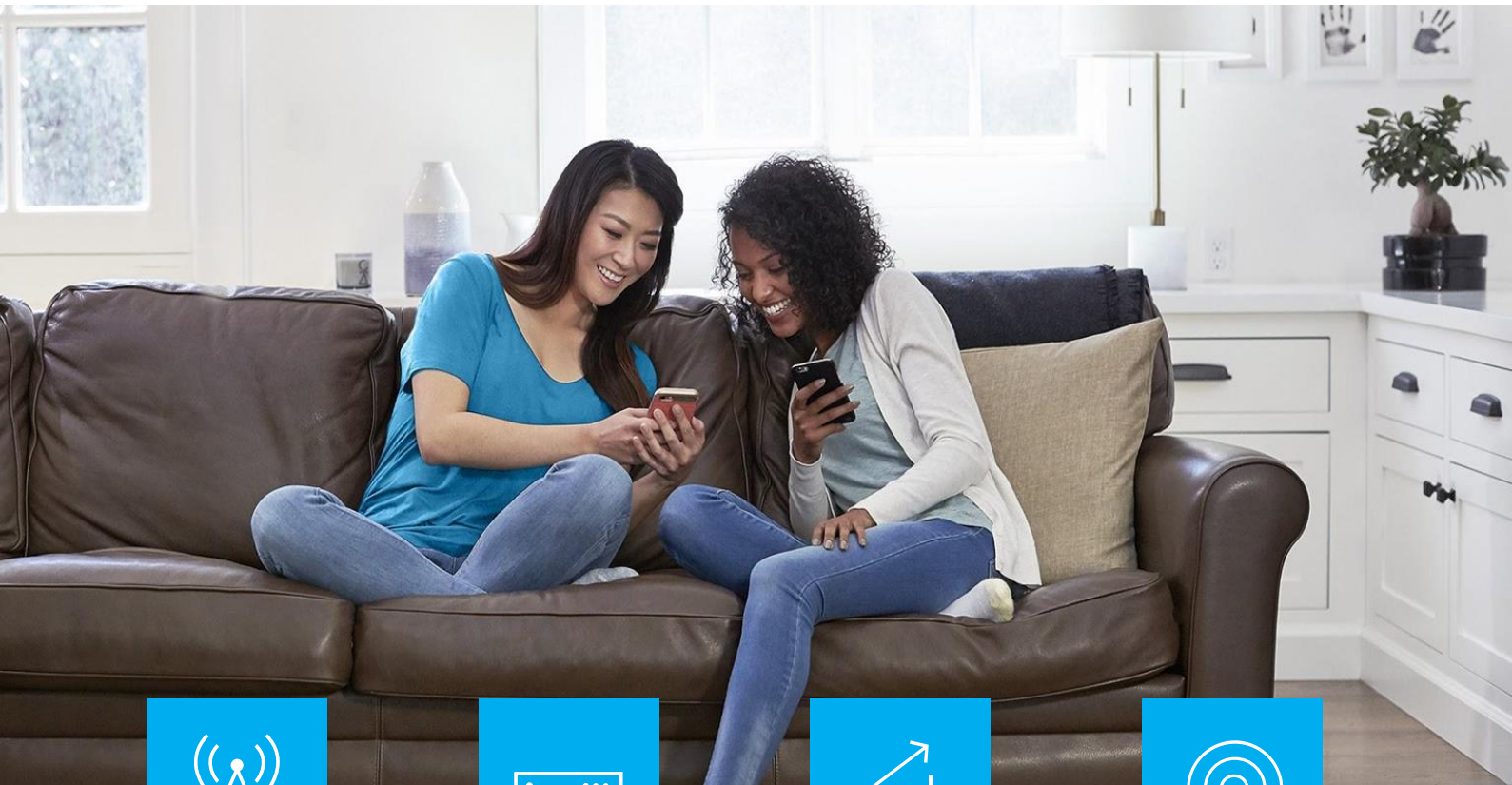


NIELSEN SOCIAL CONTENT RATINGS™

SOCIAL TV: EVENTI SPORTIVI

GIUGNO 2019

SOCIAL CONTENT RATINGS™ IN PILLOLE



36 EMITTENTI FREE E PAY

Nielsen Social traccia i post, i tweet e le relative interazioni sui social network riferite a tutti i contenuti trasmessi dalle emittenti televisive.



I PRINCIPALI CONTENUTI SU OTT

In aggiunta alle 36 emittenti televisive Free e Pay rilevate, Nielsen Social misura anche i risultati di Social TV dei principali contenuti di Netflix e Dazn.



FINESTRE DI RILEVAZIONE LINEAR E 24/7

Due finestre temporali di rilevazione: linear (post e interazioni pubblicati sui social 3 ore prima, durante e 3 ore dopo la messa in onda) e 24/7 (rilevazione continuativa).



INFLUENCER DELLA SOCIAL TV E BRAND

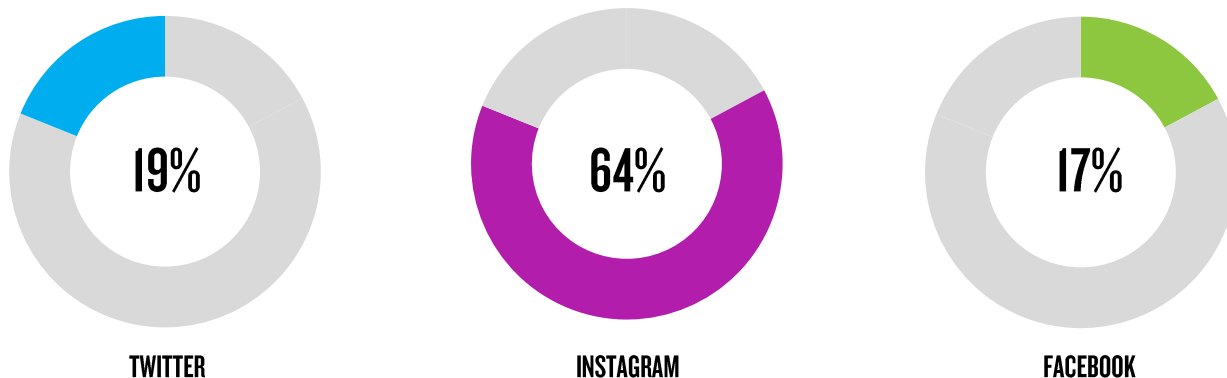
Per tutti i programmi evidenze sul peso dei social influencer e il numero di citazioni di oltre 500 brand su Twitter.

I NUMERI DELLA SOCIAL TV A GIUGNO 2019

Totale mese di giugno in Italia per social e curva giornaliera delle interazioni

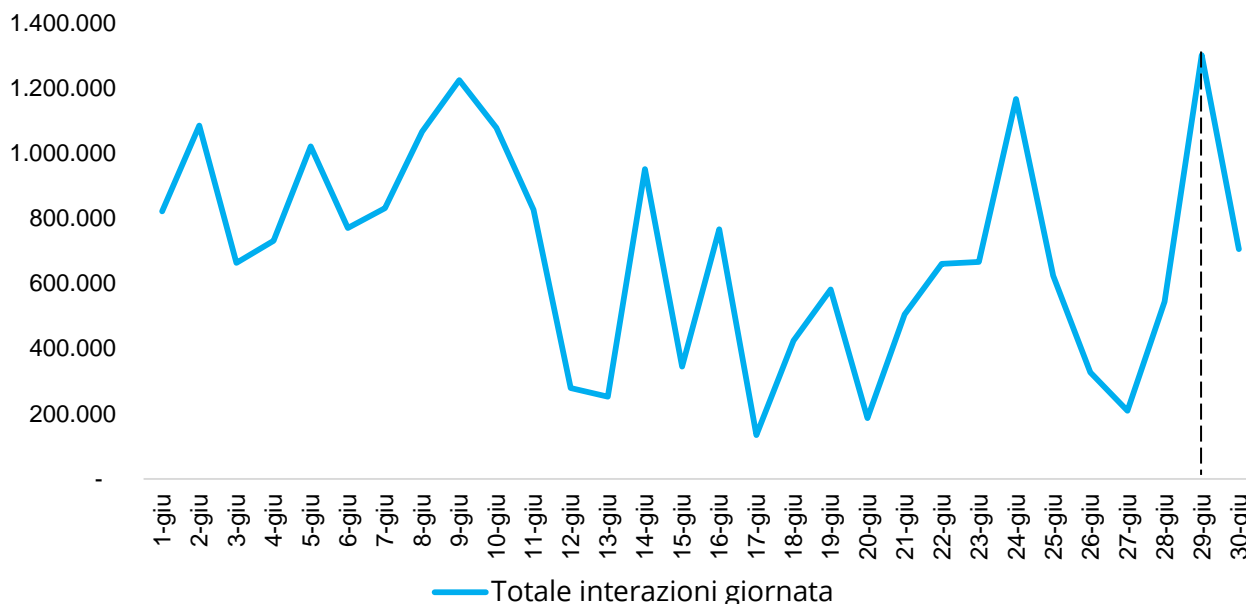
20.8 milioni è il totale interazioni della Social TV tracciate da Nielsen Social Content Ratings nel mese di giugno 2019. Instagram è stato il social più utilizzato (64% del totale interazioni).

DISTRIBUZIONE SOCIAL DELLE INTERAZIONI A GIUGNO



Il 29 giugno è stato registrato il picco di interazioni, in corrispondenza delle qualifiche della Formula 1 e del Moto GP, della diretta del concerto di Radio Italia Live, della partita Italia-Olanda dei Mondiali Femminili e della Copa América.

INTERAZIONI GIORNALIERE A GIUGNO



Periodo in analisi: Giugno 2019. **Rilevazione linear** (3 ore prima, durante e 3 ore dopo la messa in onda). I dati riportati sono relativi alle Interazioni complessive generate su Facebook Instagram e Twitter dai programmi trasmessi dalle emittenti su base giornaliera.

DISTRIBUZIONE DEI GENERI

Interazioni mensili distribuite per genere televisivo

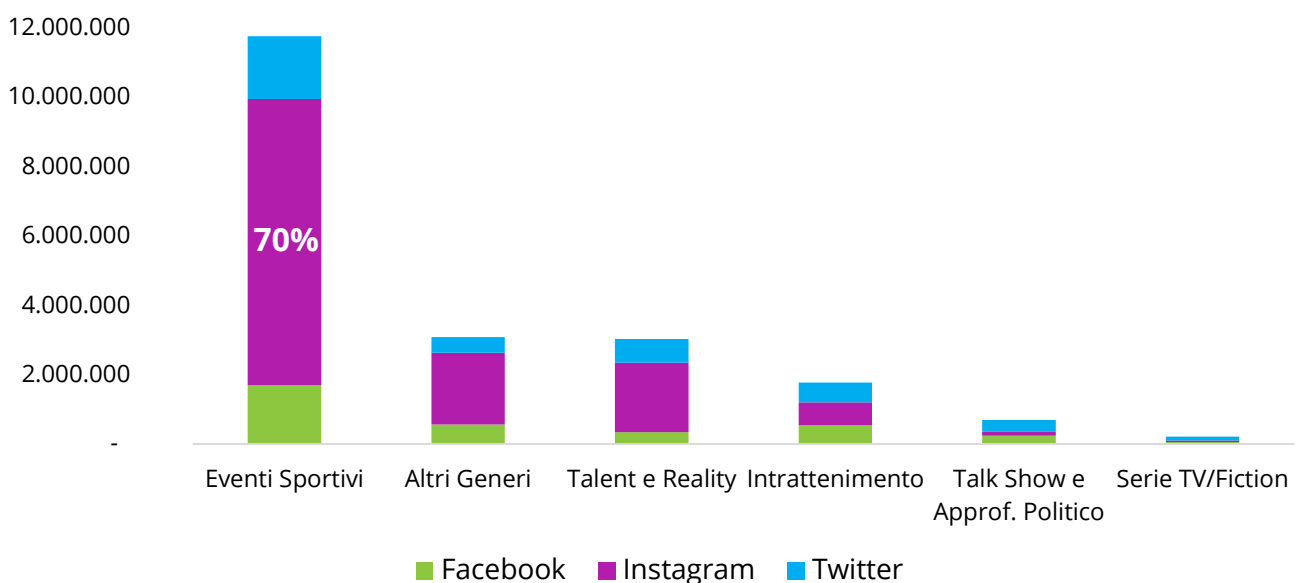
Gli Eventi Sportivi sono il genere TV più rilevante nel mese di giugno, in particolare su Instagram, dove si sono concentrate il 70% delle relative interazioni.

20.8 MILIONI

di interazioni
a Giugno 2019

Eventi Sportivi	57%
Talent e Reality	15%
Intrattenimento	9%
Talk Show/Approf. politico	3%
Serie TV/Fiction	1%
Altri Generi	15%

DISTRIBUZIONE SOCIAL DEI GENERI TELEVISIVI A GIUGNO



Periodo in analisi: Giugno 2019. **Rilevazione linear** (3 ore prima, durante e 3 ore dopo la messa in onda).
I dati riportati sono relativi alle Interazioni complessive generate su Facebook Instagram e Twitter dai programmi trasmessi dalle emittenti su base giornaliera.

I 10 EVENTI SPORTIVI PIÙ SOCIAL

Classifica per numero di interazioni degli eventi sportivi più rilevanti del mese

La Formula 1 è l'evento sportivo che ha generato il maggior numero di interazioni: 3.6 milioni complessivamente su Facebook, Instagram e Twitter. Al secondo posto i Mondiali di calcio femminili con 3.1 milioni di interazioni.

	CANALE	EVENTO SPORTIVO	TOT. INT.
1	Sky Sport Formula 1	Formula 1	3.6 Mio
2	Sky sport serie A/Rai 2	FIFA Women's World Cup 2019	3.1 Mio
3	Rai Uno	Campionato Europeo U21 UEFA 2019	1.1 Mio
4	Sky Sport Moto Gp	MotoGP	1 Mio
5	Rai Uno	Qualificazioni UEFA Euro 2020	987.8K
6	DAZN	Copa America Brasile 2019	459.7K
7	Eurosport	Ciclismo: 102° Giro d'Italia	438K
8	ITALIA 1	UEFA Nations League	407.6K
9	Sky Sport Uno	Champions League	365.9K
10	Sky Sport Uno	Coppa del Mondo U20 FIFA 2019	296.4K

20.8 MILIONI

di interazioni a Giugno 2019

57%

relative allo Sport



Periodo in analisi: Giugno 2019.





I dati riportati sono relativi alle Interazioni complessive generate su Facebook Instagram e Twitter dai programmi trasmessi dalle emittenti su base giornaliera.

GLI ACCOUNT SPORTIVI PIÙ RILEVANTI




Top 5 degli account di team e personaggi sportivi che hanno generato più engagement

La Formula 1 complessivamente su Facebook, Instagram e Twitter è stato l'account relativo a un evento sportivo che ha generato più engagement sui social. Con 392.9K interazioni linear, Juan Cuadrado è stato il personaggio più influente del mondo sportivo.

GLI ACCOUNT DI TEAM PIÙ RILEVANTI DELLA SOCIAL TV A GIUGNO

		ACCOUNT	POST	ENGAGEMENT*
1		Ferrari F1	657	4.8 Mio
2		Nazionale Calcio Italia	1.143	4.1 Mio
3		Nazionale Calcio Italia Femminile	693	341.1K
4		Sky Racing Team VR46	661	306K
5		Federvolley	372	208.5K

I PERSONAGGI SPORTIVI PIÙ RILEVANTI DELLA SOCIAL TV A GIUGNO

		ACCOUNT	POST	ENGAGEMENT*
1		Juan Cuadrado	9	392.9K
2		Cristiano Ronaldo	4	371.4K
3		Valentino Rossi	18	346.2K
4		Francesco Totti	24	184K
5		Lorenzo Baldassarri	95	128.2K

Periodo in analisi: Giugno 2019. **Rilevazione linear** (3 ore prima, durante e 3 ore dopo la messa in onda).











*L'engagement racchiude i dati complessivi di Facebook, Instagram e Twitter e rappresenta la somma lorda delle interazioni generate dagli account durante i vari eventi sportivi rilevati a Giugno.

I PRIMI 5 CONTENUTI SPORTIVI

Classifica dei contenuti sportivi che hanno generato più engagement a giugno

Il contenuto più rilevante è stato un post su Facebook di Cristiano Ronaldo, che ha generato 200.8K attività di engagement.

Sono presenti in classifica anche due contenuti postati da atleti e tre da profili ufficiali di team.

1	<p>Cristiano Ronaldo @Cristiano Athlete • UEFA Nations League (Italia1)</p>	 <p>Muito feliz por ajudar Portugal a chegar à final da Liga das Nações! Parabéns mais! Obrigado ao público português pelo apoio fantástico. Força Seleções de Portugal 🇵🇹🇵🇹</p> <p>05 Jun, 2019</p>		<p>200.8K 234.92x</p>
2	<p>Ferrari @ferrari Team • Formula 1 (Sky Sport F1)</p>	 <p>Speed, thrill and driving-pleasure are what make the #FerrariF8Tributo an outstanding, performance car. #Ferrari #DrivingFerrari</p> <p>07 Jun, 2019</p>		<p>163K 190.72x</p>
3	<p>Juan Cuadrado @OficialCuadrado Athlete • Copa America Brasile 2019 (DAZN)</p>	 <p>Gran trabajo en equipo, en la unión esta la bendición, toda gloria y honra a ti Señor JESUS 🙏🙏 #fuerzatricolor coco</p> <p>16 Jun, 2019</p>		<p>150.7K 176.33x</p>
4	<p>Ferrari @ferrari Team • Formula 1 (Sky Sport F1)</p>	 <p>Ready for a smouldering ride? Step in and prepare for a blistering experience with the #FerrariFXXXEvo. #Ferrari #Adrenaline #CarsWithoutLimits</p> <p>08 Jun, 2019</p>		<p>137.4K 160.73x</p>
5	<p>Ferrari @ferrari Team • Formula 1 (Sky Sport Uno)</p>	 <p>Ready for a smouldering ride? Step in and prepare for a blistering experience with the #FerrariFXXXEvo. #Ferrari #Adrenaline #CarsWithoutLimits</p> <p>08 Jun, 2019</p>		<p>137.4K 160.73x</p>

Periodo in analisi: Giugno 2019. **Rilevazione linear** (3 ore prima, durante e 3 ore dopo la messa in onda).

INFORMAZIONI SU NIELSEN

Nielsen è un'azienda globale di misurazione e analisi dati che fornisce la più completa e affidabile visione al mondo sui consumatori e sui mercati. Coniughiamo dati proprietari con altre fonti per aiutare i nostri clienti a comprendere ciò che accade oggi, ciò che accadrà domani, e come reagire.

Da oltre 90 anni Nielsen fornisce dati e analisi lavorando con metodo scientifico e innovazione, e si impegna a dare sempre nuove risposte alle domande più rilevanti relative ai media, alla pubblicità, alla distribuzione e ai beni di largo consumo. Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90% della popolazione mondiale.

INFORMAZIONI SU SCR

Nielsen Social Content Ratings è la currency riconosciuta da editori TV e centri media per la misurazione dei commenti sui Social Network relativi ai contenuti televisivi trasmessi in Italia.

I dati relativi all'attività social dei programmi TV su Facebook, Instagram e Twitter sono disponibili ogni mattina alle 10:00, con possibilità di download di tutte le classifiche, le metriche e l'elenco completo dei Tweet e degli account e post più popolari per ogni programma.

Nielsen Social monitora i risultati social di tutti i programmi televisivi trasmessi da 34 emittenti tradizionali più Netflix e DAZN e consente di consultare i dati sia in tempo reale che a consutivo già la mattina successiva alla trasmissione dei programmi.