



Cultura - Talkwalker: Grande Fratello Vip, Amici, Festival di Sanremo, Che Tempo che Fa tra i programmi tv più social di gennaio

Milano - 02 feb 2022 (Prima Notizia 24) Il primo posto spetta al Grande Fratello Vip. In classifica ci sono anche Masterchef (Sky) e Incastrati (Netflix). Nella classifica per canali, Sky Sport 1 conta 34,5 milioni di interazioni totali.

Sono Grande Fratello Vip, Amici di Maria De Filippi (Mediaset), Festival di Sanremo, Che Tempo che Fa (Rai) per i free to air, Masterchef Italia (Sky) per le pay tv e Incastrati (Netflix), tra gli OTT, i contenuti televisivi andati in onda o di prossima distribuzione più commentati dagli italiani a gennaio. Questo è quello che emerge dal monitoraggio continuativo della Social TV realizzato su 47 emittenti in Italia da Talkwalker, multinazionale di Consumer Intelligence. Attraverso la sua piattaforma Social Content Ratings™, Talkwalker monitora il mercato italiano, tracciando le interazioni sui social network che riguardano l'offerta televisiva e degli streaming provider in Italia. La classifica generale di gennaio 2022 vede al primo posto il Grande Fratello Vip (Mediaset) con 13,9 milioni di interazioni (1,1 milioni su Facebook, 6,5 milioni su Instagram, e 6,3 milioni su Twitter), seguito da Amici di Maria De Filippi (Mediaset) con 10,2 milioni di interazioni (241mila su Facebook, 7,6 milioni su Instagram, e 2,3 milioni su Twitter). Chiude il podio al terzo posto il Festival di Sanremo (Rai), nelle settimane precedenti alla sua partenza, che ha totalizzato 4,7 milioni di interazioni di cui 960 mila registrate su Facebook, 2,9 milioni su Instagram e 809 mila su Twitter. Al quarto posto si piazza Che Tempo Che Fa (Rai) che ha registrato nel mese di gennaio un totale di 2,6 milioni di interazioni (1,3 milioni su Facebook, 1,2 milioni su Instagram e 106 mila su Twitter). Primo tra i canali pay è Masterchef Italia (Sky) che con 1 milione di interazioni (120 mila su Facebook, 784 mila su Instagram e 69 mila su Twitter) è in top ten classificandosi al 9° posto. Tra gli "ott" prima la serie Netflix "Incastrati" con Ficarra e Picone. Tra i programmi andati in onda sulle piattaforme streaming si distingue la performance della serie diretta e interpretata da Ficarra e Picone "Incastrati" (Netflix) 13° in classifica generale e prima tra gli editori OTT, ovvero tutte quelle emittenti che offrono contenuti via Internet, con complessive 625 mila interazioni di cui 280 mila su Facebook, 333 mila interazioni su Instagram e 12 mila interazioni su Twitter. Segue a distanza il film con Leonardo Di Caprio, Don't Look Up (Netflix) con 460 mila interazioni totali (439 mila su Instagram e 20 mila su Twitter). Al terzo posto il reality Drag Race Italia (Discovery Plus) con 374 mila interazioni (23 mila su Facebook, 180 mila su Instagram, 170 mila su Twitter). Nella classifica per canali vince SkySport davanti a Canale 5, Rai1 e Netflix. Nella classifica per "canali" SkySport Uno (Pay tv) nel corso di gennaio totalizza 34,5 milioni di interazioni totali (558 mila su Facebook, 33,3 milioni su Instagram e 620 mila su Twitter), seguito da Canale 5 con 31,8 milioni di interazioni (2,4 su Facebook, 19,4 milioni su Instagram e 9,8 su Twitter) e quindi al terzo posto Rai 1.

con 11 milioni di interazioni (2,5 su Facebook, 6,8 milioni su Instagram e 1,9 milioni su Twitter) seguito da Netflix (OTT) con 7,7 milioni di interazioni (432 mila su Facebook, 7 milioni su Instagram e 285 mila su Twitter). "Nello specifico – spiega Stefano Russo, Director Media & Sports di Talkwalker – le emittenti in chiaro, le free to air, hanno generato il 50% delle interazioni, le pay tv il 41% e gli streaming, gli OTT, il 9%. Mentre i generi che hanno avuto la fetta più grande di engagement a gennaio sono stati per il 51% talent/reality e con il 31% intrattenimento; il restante 18% è suddiviso tra talk show e approfondimenti politici, serie tv, film e sport, ed esclusione dei grandi eventi sportivi". Tg allnews: a gennaio vince SkyTg24 con 4,6 milioni di interazioni. Prendendo in esame, invece, i tre principali canali di allnews SkyTG24 porta a casa 4,6 milioni di interazioni (di cui 1,5 milioni su Facebook, 3 milioni su Instagram e 126 mila su Twitter), Mediaset TgCom24 1,9 milioni di interazioni (1,2 milioni su Facebook, 536 mila su Instagram e 172 mila su Twitter) e quindi RaiNews24 con 314.000 di interazioni. "Come dato finale, inoltre, rileviamo che nel mese di gennaio abbiamo tracciato 119 milioni di interazioni complessive sui social relativi a tutti i network che monitoriamo quotidianamente – commenta Stefano Russo di Talkwalker – Di tutti i social la piattaforma che è stata più coinvolgente è stata Instagram responsabile del 74% di tutte le interazioni generate".

(Prima Notizia 24) Mercoledì 02 Febbraio 2022