



Sanremo 2022 Key Insights

By Nielsen InfluenceScope

1-5 Febbraio 2022

Sanremo 2022,
ha avuto una
maggiore
presenza digitale
rispetto
all'edizione del
2021

104M

Interazioni totali su Instagram
durante la settimana del festival
generate riguardo a Sanremo 2022

+ 59%

rispetto a **Sanremo 2021**

12.6k

Contenuti generati dagli utenti* sul
feed Instagram per Sanremo 2022

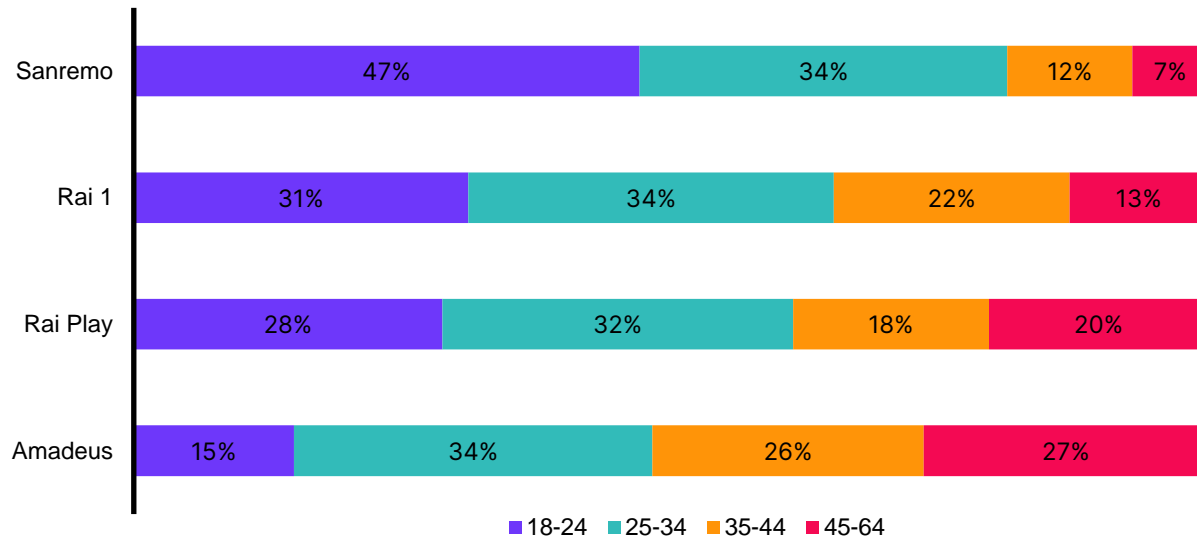
+61%

rispetto a **Sanremo 2021**

*Escludendo i canali ufficiali di Sanremo e Rai

Sanremo 2022 ha attratto una fanbase digitale più giovane sui canali proprietari

Dall'analisi delle fanbase digitali dei profili ufficiali Instagram di **Sanremo**, di quelli della **Rai** e del conduttore **Amadeus** emerge che il profilo del festival è riuscito ad attrarre sui propri canali **un pubblico tra i 18 e i 24 anni**, che rappresenta il **47%** della fanbase.

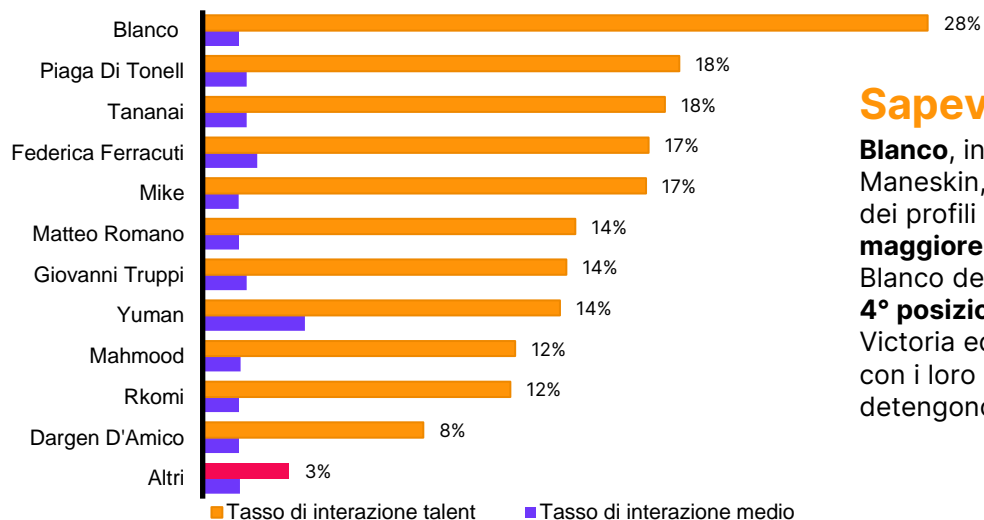


29%

Percentuale di **interazioni** con l'hashtag #Sanremo2022 su Instagram generate dalla pagina «Trash Italiano». La pagina è **seguita da un'audience giovanissima**, il 44% ha tra i 18 e i 24 anni

I giovani e i talent emergenti hanno tassi di interazione migliori rispetto agli altri cantanti

I talenti più giovani e i cantanti emergenti hanno un **tasso di interazione maggiore** rispetto ad altri concorrenti. A livello generale, tutti i cantanti di Sanremo 2022 hanno un tasso di interazione superiore ad altre personalità con lo stesso numero di followers su Instagram.



Sapevi che...

Blanco, insieme ai membri dei Maneskin, è nella **top 10 Italia** dei profili Instagram con il **maggior tasso di interazione**. Blanco detiene al momento la **4° posizione**, mentre Damiano, Victoria ed Ethan dei Maneskin, con i loro profili singoli, detengono le prime posizioni.



La voce "Tasso di interazione medio" si riferisce alla media del tasso di interazione dei profili che hanno un numero di followers simile del profilo preso in considerazione

La voce "Altri" si riferisce agli altri concorrenti di Sanremo 2022 che hanno un engagement rate inferiore alla media, il valore 3.30% si riferisce alla media del tasso di interazione dei concorrenti rimasti

Copyright © 2022 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

I dati sono aggiornati al 7 Febbraio 2022 alle ore 11:00.

Gli artisti in gara a Sanremo hanno **fanbase digitali estremamente variegata**

I talenti in gara durante il festival hanno parlato a una **fanbase composta prevalentemente da donne**, in media il 63%, compresa tra **i 18 e i 34 anni**, mediamente il 38%. I cantanti riportati qui si sono distinti per la loro polarizzazione dei followers.



**Top audience
Over 45**
Massimo Ranieri
è il talent con la
maggiore
fanbase over
45+ (**30%**)



**Top audience
Gen Z**
Matteo Romano è il
cantante con la
maggiore parte della
fanbase compresa
tra i 18 e i 24 anni
(**57%**)



**Top audience
Femminile**
Irama è il talent con
la maggior parte
della fanbase
composta da donne
(**82%**)



**Top audience
Maschile**
High Snob è il
concorrente con i
maggiori followers
di sesso maschile
(**76%**)

63%

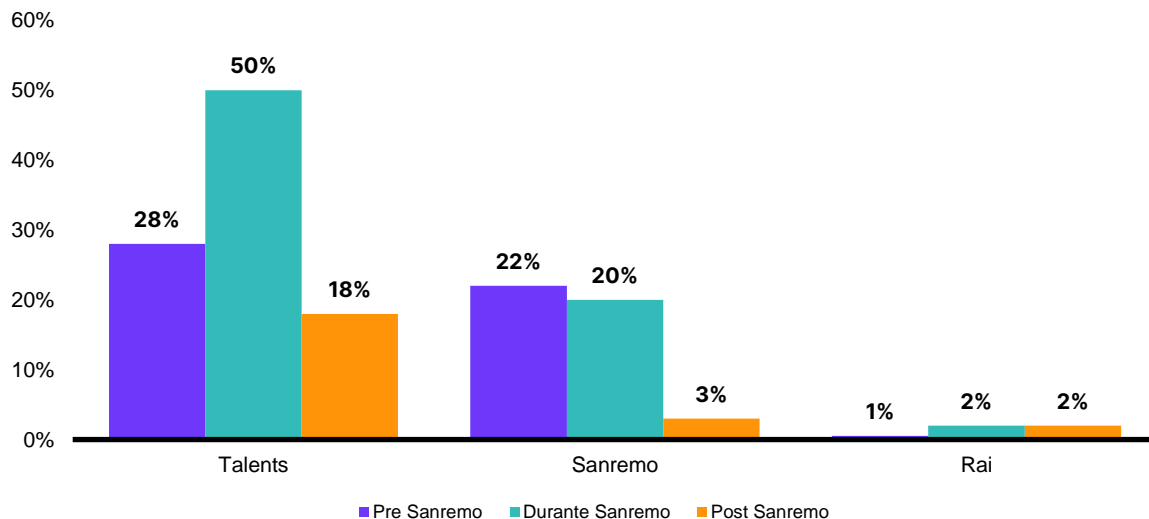
Percentuale media di
fanbase **femminile** dei
28 cantanti del festival

38%

Percentuale media di
followers **compresi tra i**
18 e i 24 anni. **38%** è
anche l'audience media
che ha un'età tra i **25 e i**
34 anni

I concorrenti hanno avuto una crescita di followers costante pre, durante e dopo Sanremo

I **cantanti in gara** hanno ottenuto la **crescita maggiore** durante la settimana prima dell'inizio del festival (28% di crescita media) e hanno mantenuto il trend durante Sanremo. Anche **l'account di Sanremo** ha ottenuto buoni risultati nella settimana antecedente con un crescita del +22% e ha mantenuto un +20% durante le serate del festival. I **canali della Rai** (Rai Play e Rai 1), invece, non hanno registrato una crescita particolare.



Crescita maggiore pre Sanremo

Yuman è il talent che ha ottenuto la maggior crescita nella settimana pre-Sanremo (+150%)

Crescita maggiore durante Sanremo

Dito Nella Piaga è la cantante che ha ottenuto la maggior crescita durante le giornate del Festival (+397%)

Crescita maggiore post Sanremo

Tananai è il talent che ha ottenuto la maggior crescita nelle giornate di domenica e lunedì post Sanremo (+56%)

Mahmood e Blanco, due audience complementari ma diverse

Blanco è la voce delle nuove generazioni, ha una prevalenza di followers compresi tra i 18 e i 24 anni (52%). **Mahmood**, invece, è seguito prevalentemente da **donne di un'età compresa tra i 18 e i 34 anni** (81%) e rispetto a Blanco ha il 10% di followers che ha +35 anni. I due cantanti hanno **solo il 3% di followers in comune**, questo significa che oltre **2.5M** di utenti non seguono entrambi i profili dei cantanti e sono followers unici.



Blanco

52%

Audience maschile:

48%

Audience femminile:



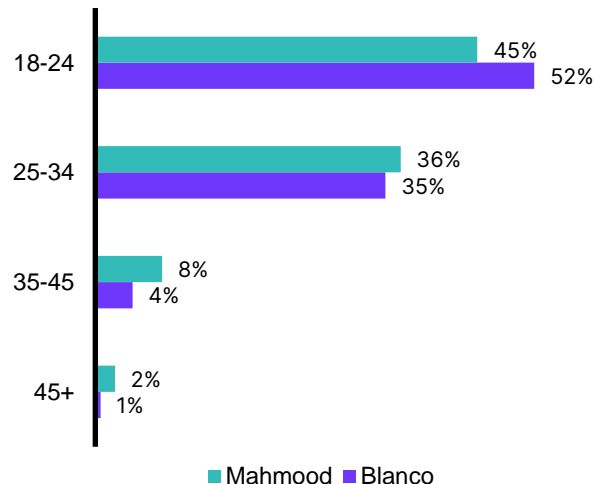
Mahmood

33%

Audience maschile:

67%

Audience femminile:



2.596.648

Followers unici su **2.673.140** followers totali. Solo il **3%** dei followers è in comune e segue entrambe i profili sui social

Blanco è la rivelazione di Sanremo e conquista il podio per crescita e interazioni

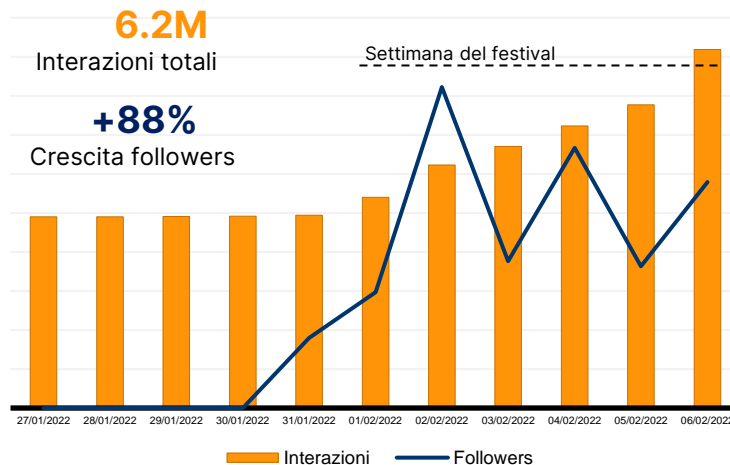
Blanco durante la settimana di Sanremo ha generato un totale di **6.2M interazioni** e la sua fanbase è cresciuta del **+88%**. Inoltre il cantante, ha realizzato per il fashion brand partner del cantante, **Valentino** un valore mediatico pari a **€1.29M** sui canali proprietari del cantante e di quelli del brand.

21%

Percentuale media della **fanbase internazionale** di Blanco sui canali social proprietari (Instagram TikTok e YouTube)



La **Spagna** è il primo paese in Europa, dopo l'Italia, da dove proviene la maggior parte dei followers di Blanco (2.90%), il primo paese extra UE sono gli **Stati Uniti** (1.93%)*



€ 1.294.460

Valore mediatico totale



x

VALENTINO

*Il dato si riferisce alla media della percentuale di followers proveniente dai Paesi in questione sui tre canali proprietari del cantante: Instagram, YouTube e TikTok.

Copyright © 2022 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

I dati sono aggiornati al 7 Febbraio 2022 alle ore 11:00.

Il festival della canzone italiana è anche un'opportunità di marketing per i brand

Come **L'Estetista Cinica** con il suo brand **Veralab** è riuscita a capitalizzare Sanremo tra **real time marketing**, **capsule collections** e campagne di **influencer marketing**, con l'obiettivo di rinforzare il senso di community che ruota attorno al brand.

Campagna con mega e macro influencers
CamiHawke e Alice Audrey



Prodotti omaggio
personalizzati per il festival da inserire negli ordini pre-Sanremo



Real-time marketing per rinforzare lo storytelling sul profilo corporate



19.3k

Interazioni totali generate sul profilo Veralab per i post riguardanti il Festival

4.06%

Tasso di interazione del post di CamiHawke x Veralab, che è quasi 2 volte tanto il suo tasso di interazione medio branded (2.67%)

Il fenomeno «FantaSanremo» si è rivelato un format vincente per ingaggiare gli ascoltatori

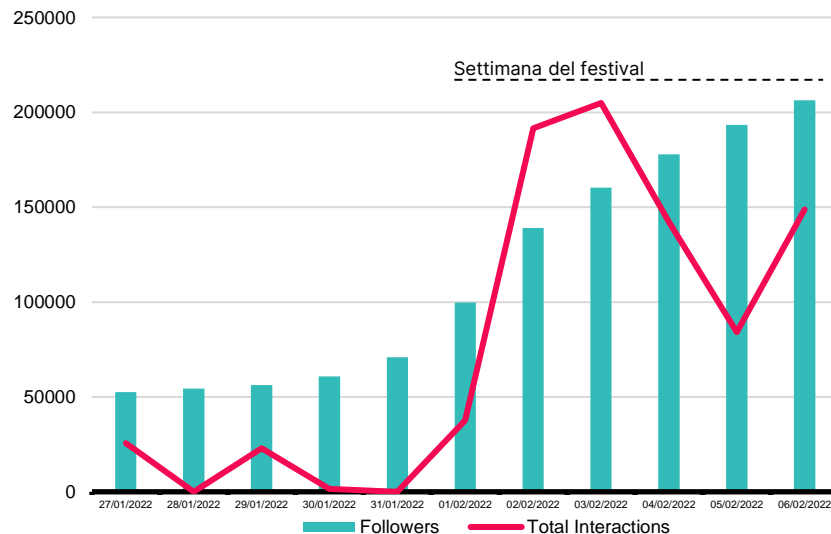
Il format **Fanta Sanremo**, creato dagli utenti ma promosso da Sky, ha concesso agli spettatori del festival, di creare la propria squadra con i concorrenti in gara per condividere Sanremo sfidandosi con i propri amici. Il fenomeno ha riscosso un grande successo e **sono stata create quasi 500.000 squadre**.

500k

Squadre create sul sito di Fanta Sanremo.

206k

Utenti raggiunti sulla pagina Instagram di FantaSanremo



FATTORI DI SUCCESSO

- Gamification & senso di community
- Promozione del format da parte di influencers
- Utilizzo social media e IG stories per raggiungere un'audience più giovane

Pagine di intrattenimento, come Trash Italiano hanno trainato le interazioni durante Sanremo

Le **pagine comiche** che condividono meme e GIFs hanno **trainato le interazioni su Instagram** da parte degli utenti durante il festival di Sanremo 2022. In particolare, **Trash Italiano** con i posts sul feed ha generato il **29%** delle interazioni totali per i post relativi a Sanremo.



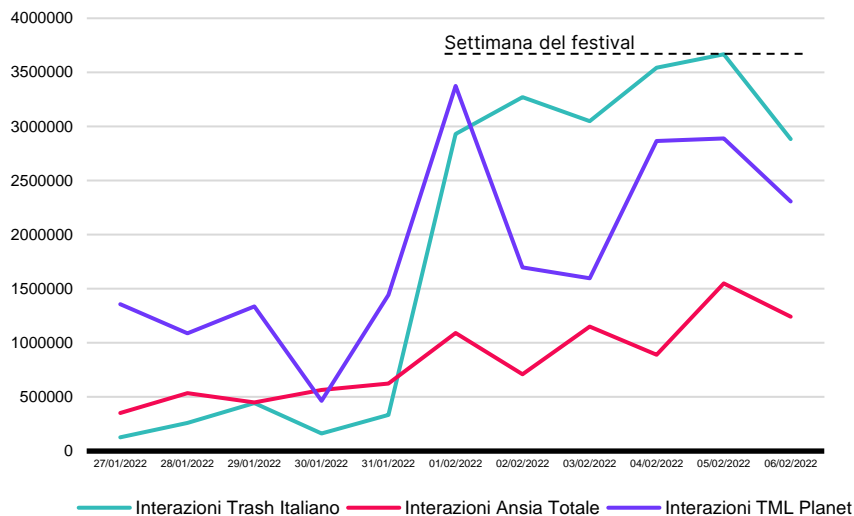
Trash Italiano
4m followers
1.9M interazioni medie



TML Planet
5.5m followers
555k interazioni medie



Ansia Totale
1.7m followers
831k interazioni medie



Sapevi che...

Queste pagine comiche, hanno **picchi di interazioni** in corrispondenza di **reality ricorrenti**, come Temptation Island, o **eventi sportivi** come gli Europei. Gli account hanno una **performance branded media del 67%** e sono un ottimo mezzo per ingaggiare gli utenti e organizzare dei **takeover** sulle piattaforme social.

TikTok è stata una piattaforma fondamentale per i contenuti generati dagli utenti

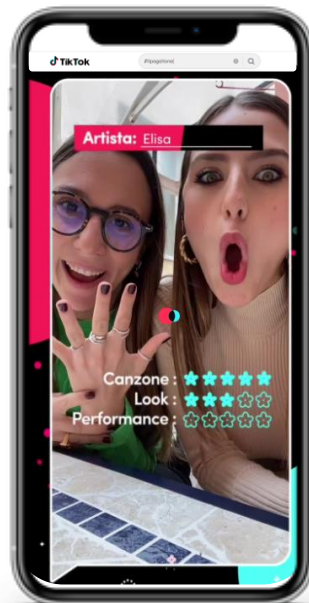
L'approdo del festival con il canale proprietario «**Casa Sanremo**» su **TikTok** ha permesso di parlare a un pubblico diverso e più giovane. In particolare, gli utenti della piattaforma hanno commentato il festival utilizzando i filtri, gli hashtag e i suoni pensati ad hoc per Sanremo. L'hashtag #Sanremo2022 conta ad oggi oltre 598M di visualizzazioni

598.3M

Views all'hashtag #Sanremo2022 risultato tra i primi in tendenza su TikTok Italia

+71%

Views all'hashtag #Sanremo2022 rispetto alle views generate dall'hashtag #Sanremo2021



1.3M

Views degli utenti al filtro «Il Pagellone» ideato ad hoc per il festival

Sapevi che...

Beretta, in occasione di Sanremo 2022, ha lanciato una **campagna di influencer marketing** con il brand «Viva la Mamma»

La campagna ha ottenuto un tasso di interazione medio del **5.12%**

e la creator **Altamura Elisa** è stata la più performante con un tasso di interazione medio del **8.54%**

Cos'è Nielsen InfluenceScope?

In uno scenario competitivo sempre più complesso e dinamico è necessario capire, osservare e pianificare. InfluenceScope non è un prodotto né un'attività temporanea. **Nielsen InfluenceScope è il nuovo ecosistema connesso di soluzioni e idee** per ottimizzare, migliorare, misurare, implementare, prendere decisioni e sviluppare strategie nel settore dell'Influencer Marketing.

Copertura Globale



Database con +100M di profili analizzabili tra influencers; atleti, fashion, music, personalità note e dello spettacolo



Dashboard interattive e completamente personalizzabili



