

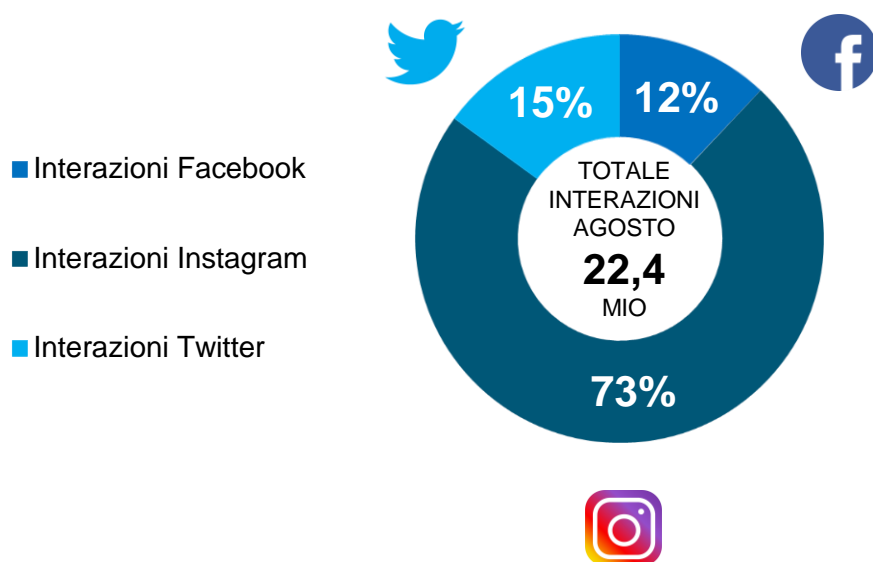
SOCIAL CONTENT RATINGS™

# SERIE A: LA SFIDA SKY- DAZN È ANCHE SUI SOCIAL

OVERVIEW DATI SOCIAL TV  
DELLE PRIME 3 GIORNATE DELLA SERIE A 2018/2019

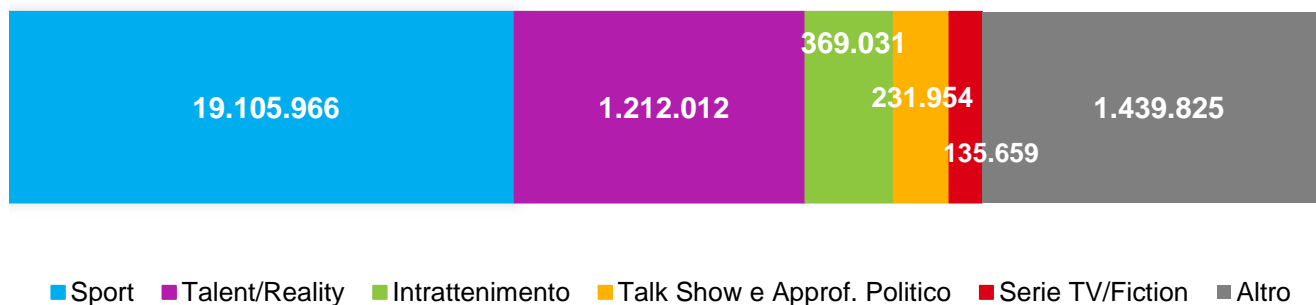
# LA SOCIAL TV IN ITALIA AD AGOSTO 2018

Ad agosto sono stati tracciati 22.4 milioni di commenti e interazioni su Facebook, Twitter e Instagram postati dagli utenti e relativi ai contenuti televisivi trasmessi in Italia.



Il genere più commentato è stato lo Sport con l'85% delle interazioni. Seppure con percentuali più contenute, di solito intorno al 50%, in tutti i mesi dell'anno lo sport live è stabilmente il genere televisivo più discusso dagli utenti italiani dei social network.

## Commenti e interazioni per genere Televisivo



Fonte: Nielsen, Social Content Ratings, agosto 2018.

# PRIME TRE GIORNATE DI SERIE A 2018/19 SUI SOCIAL

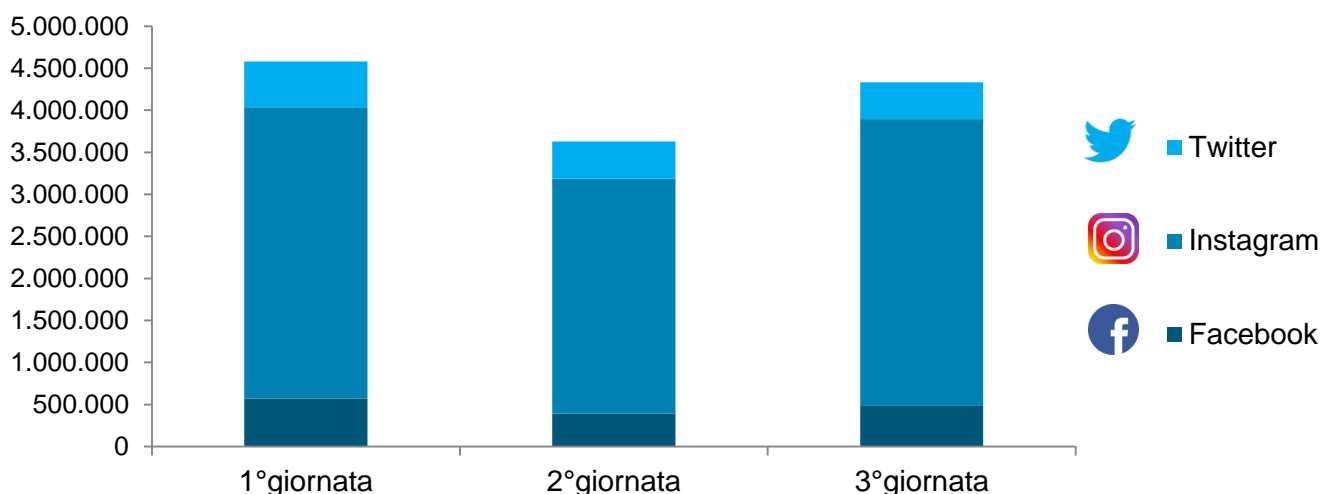
Le 20 partite monitorate da Nielsen Social nelle prime giornate della Serie A hanno generato un totale di 12.1 milioni di interazioni, il 70% (8.4 milioni) delle quali è stato generato dalle 11 partite trasmesse da Sky, e il 30% (3.7 milioni) dalle 9 trasmesse da DAZN.

**Numero di commenti e interazioni sui social nelle prime 3 giornate di Serie A  
DAZN vs. SKY**



Il social network più utilizzato dagli utenti italiani per commentare la Serie A è Instagram, che raggiunge il 76% del totale interazioni. La giornata che ha raccolto il maggior numero dei commenti è stata la terza, che si è conclusa con un totale di **4.3 milioni** di interazioni, ovvero il +19% rispetto alla precedente giornata di campionato.

**Interazioni per Social Network totale serie A**



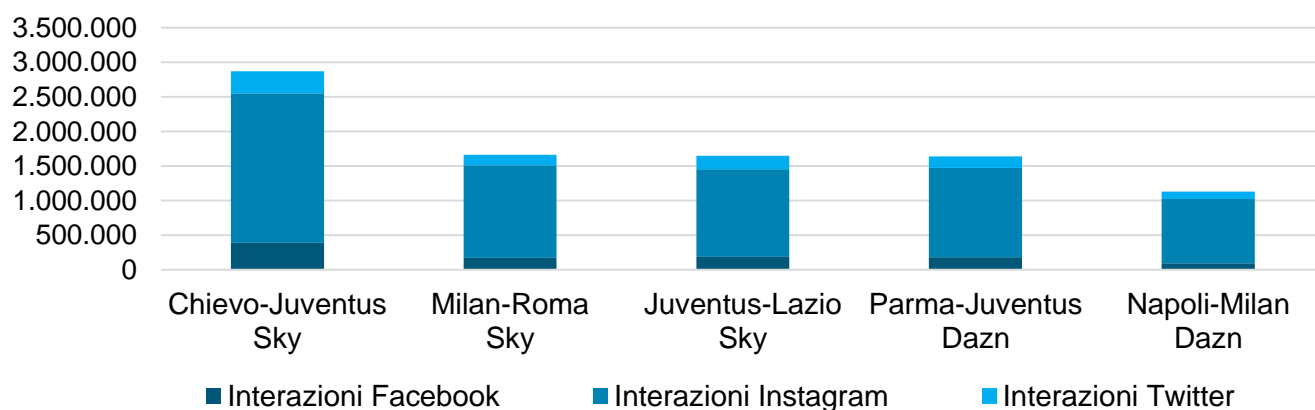
Fonte: Nielsen, Social Content Ratings, agosto 2018.

# LE PARTITE PIÙ COMMENTATE NELLE PRIME 3 GIORNATE

Su 12.1 milioni di interazioni raccolte sulla Serie A, il match che in assoluto ha generato più discussioni social è stato quello d'apertura del campionato: Chievo Verona-Juventus (2.8 milioni).

Rank	Data	Network	Programma	Totale interazioni			
1	18-ago	SKY SPORT	Chievo-Juventus	2.873.403	391.103	2.160.643	321.657
2	31-ago	SKY SPORT	Milan-Roma	1.664.309	172.818	1.336.052	155.439
3	25-ago	SKY SPORT	Juventus-Lazio	1.650.803	185.714	1.266.650	198.439
4	01-set	DAZN	Parma-Juventus	1.640.623	181.329	1.292.046	167.248
5	25-ago	DAZN	Napoli-Milan	1.130.964	94.044	927.945	108.975
6	01-set	SKY SPORT	Bologna-Inter	711.401	87.845	570.931	52.625
7	26-ago	SKY SPORT	Inter-Torino	513.216	64.631	382.410	66.175
8	18-ago	DAZN	Lazio-Napoli	411.580	47.191	291.189	73.200
9	19-ago	SKY SPORT	Torino-Roma	402.966	60.150	276.626	66.190
10	19-ago	DAZN	Sassuolo-Inter	400.855	48.501	278.981	73.373



















Nelle prime tre giornate di campionato, escluso il match d'apertura, le partite che hanno generato il numero più alto di interazioni sono state Milan-Roma (1.6 milioni) e Juventus-Lazio (1.6 milioni). Il match che ha generato il numero più alto di interazioni tra quelli proposti da DAZN è stato invece Parma-Juventus, con 1.6 milioni di interazioni.



Fonte: Nielsen, Social Content Ratings, agosto 2018.

# IL RANKING DEGLI EVENTI SPORTIVI

La Serie A è stato il contenuto sportivo più commentato nel periodo dal 1 Agosto al 2 settembre, in cui si è conclusa la terza giornata di campionato. Al primo e al secondo posto in classifica si collocano Sky Sport Serie A e Sky Sport, su cui vengono trasmessi i match esclusivi Sky per un totale di **8.4 milioni** di interazioni, al terzo posto invece si posiziona Dazn con **3.7 milioni**.

Most Social Programs				Organic Content	Total Engagement	Total Interactions	Social   
	1	 <b>Campionato di calcio Serie A</b> <small>Sports event - # of Episodes: 8</small>	40.2K	8.1M	8.1M		
	2	 <b>Campionato di calcio Serie A</b> <small>Sports event - # of Episodes: 5</small>	23.6K	5.2M	5.2M		
	3	 <b>Campionato di calcio Serie A</b> <small>Sports event - # of Episodes: 9</small>	23.9K	3.7M	3.7M		
	4	 <b>Calcio: amichevole</b> <small>Sports event - # of Episodes: 4</small>	6.1K	3.6M	3.6M		
	5	 <b>Calcio: amichevole</b> <small>Sports event - # of Episodes: 1</small>	2.2K	2.9M	2.9M		

Totale Serie A Sky:  
8.4 milioni\*

\*Il totale delle interazioni viene calcolato escludendo i simulcast fra i canali.  
Fonte: Nielsen, Social Content Ratings, agosto 2018.

## 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 consuntivo già la mattina successiva alla trasmissione dei programmi.