ATTUALITÀ

# Sanremo 2019: Identità digitale, Mahmood scatena la rete e nel Festival entra Salvini

di **Massimo Iaquinangelo** · 10 febbraio 2019, 16:22

*Il concorso occupa la rete con un engagement di 3.5 Milioni di persone.*

"Il festival di Sanremo ha, di fatto, occupato la rete. Le menzioni sono state 293.6k, gli 'autori unici' di post o articoli sono stati 29.7 K, un sentiment positivo per il il 24%, negativo per il 15%, neutro per il resto. Tutto ha generato un engagement, un coinvolgimento totale, di 3,5 Milioni di utenti". È lo studio di 'Identità Digitale' la società di **Helene Pacitto** che ha monitorato, con lo strumento Talkwalker, la rete nelle giornate del festival, da martedì 5 a Sabato 9. La Pacitto ha lavorato sul Keyword 'Sanremo' e con la collaborazione del giornalista **Gaetano Amatruda**.

"Il vincitore del Festival, Mahmood ha registrato – aggiunge la Pacitto – 15.4K menzioni nella rete nel periodo 5-10 febbraio con un picco di 3,3k nella notte fra sabato e domenica. Per lui un sentiment positivo per il 56,7%, neutro per il 36.6 % e negativo per il 6,7%".

"La curiosità- dice la Pacitto – è stata quella del Ministro **Matteo Salvini** abbinato al Festival. Il Ministro dell'Interno è stato fra i protagonisti. Si è acceso un dibattito, in rete, soprattutto in seguito alla proclamazione del vincitore. Si è, infatti, alimentata una discussione che ha registrato 1,2 K di menzioni ma durante le serate è stata significativa la presenza del titolare de Viminale con un sentiment positivo del 14,5%, negativo del 13,8% e neutro del 71,7%".

"Gli influencer che più hanno inciso sono stati i siti di Repubblica.it che ha generato un engagement di 71.7k per menzione, poi i siti del Messaggero, del Secolo d'Italia, del Corriere e di Fanpage.it. La ripartizione, per tipo di media, ha visto una centralità di twitter con il 78,2%, poi le testate online per il 6,5%, poi i blog per il 6,3%".

"Il Festival si è confermato evento nazionale, una kermesse che unisce il Paese e le fasce d'età. In rete a parlarne sono state per il 53,3% le donne e per il 46,7% gli uomini. La fascia d'età più coinvolta quella dei 25/34 anni (per il 47,6%) poi la fascia 18/24 (per il 33,6%), poi la fascia 35/44. Le ricerche e le menzioni per l'86,6% in Italia e per il 6,2% negli USA".

“Il picco di ascolti nella serata conclusiva. L’ultima serata e’ stata seguita, in media, da 10 milioni 622 mila telespettatori con il 56.5% di share.
Nella prima serata, martedì 5, gli  spettatori sono stati 10.086.000, pari al 49,5% di share. Mercoledì 6 febbraio gli spettatori 9,1 milioni per uno share totale del 47,3%. Giovedì 7 febbraio gli spettatori 9 milioni e 409mila, con uno share del 46,7% e venerdì 8 febbraio erano, invece, 9 milioni 552 mila gli spettatori per uno share del 46,1%”.

**Scarica la Ricerca in PDF – Sanremo 2019. L’eco nella rete**

---

Articolo pubblicato su Istituzioni24: https://www.istituzioni24.it/2019/02/10/sanremo-2019-identita-digitale-mahmood-scatena-la-rete-e-nel-festival-entra-salvini/

© 2026 Istituzioni24