



SABATO 10 FEBBRAIO 2018

Sanremo 2018: il Festival corre sui social

ANTONIO GALLUZZO

redazione@spettacolinews.it

SPETTACOLINEWS.IT

Il Festival di Sanremo vince anche sulle piattaforme digitali Rai: i video On Demand distribuiti su RaiPlay e sul canale Rai di YouTube hanno totalizzato per le prime quattro serate del Festival 18 milioni 700 mila visualizzazioni con una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente del 119 per cento.

Per quanto riguarda gli utenti che hanno scelto di vedere la diretta in streaming, le visualizzazioni della quarta serata del Festival sono state 500mila, con un più 40 per cento rispetto al 2017. Le visualizzazioni in streaming delle prime quattro puntate sono state invece 2 milioni.

Continua il trend positivo anche per l'offerta relativa al Festival sulle piattaforme Social su cui si sono registrate 16 milioni 800 mila interazioni nelle prime quattro serate, (più 16 per cento rispetto al 2017)

Festival in crescita progressiva anche nei profili Rai su Instagram, la piattaforma più amata dai giovanissimi, che ha prodotto nella quarta serata del Festival 1,2 milioni di interazioni e che ha raddoppiato, nel corso dei 4 giorni di Festival, il numero dei fan dei profili coinvolti nel racconto di Sanremo.