



Milano Cortina, Italia sul podio del web: 1 miliardo di interazioni social in 30 giorni

Descrizione

(Adnkronos) â?? Negli ultimi 30 giorni, secondo lâ??analisi di Human Data â?? la nuova piattaforma AI-driven â?? Milano Cortina 2026 produce una conversazione online di scala globale: 27,4 milioni di contenuti pubblicati, 1 miliardo di interazioni social e soprattutto 22,8 miliardi di visualizzazioni video tra TikTok, Instagram e YouTube. Ã? il dato delle views a definire la portata dellâ??evento: le Olimpiadi si affermano prima di tutto come fenomeno video, con una circolazione di contenuti verticali, clip e highlight che portano lâ??Italia al centro della scena digitale internazionale.

La Cerimonia di Apertura Ã? il primo grande picco di interesse: 40 milioni di interazioni e 83 milioni di visualizzazioni video. Il racconto social la inserisce in una cornice anche geopolitica, con richiami alla ricerca di un momento di unitÃ e distensione internazionale. Anche il confronto con Parigi 2024 Ã? costante e spesso valorizza la scelta italiana di uno spettacolo piÃ¹ sobrio e meno divisivo.

Dal punto di vista geografico, gli Stati Uniti sono il principale amplificatore: 410 milioni di interazioni e quasi 8 miliardi di visualizzazioni video. Lâ??Italia Ã? seconda con 145 milioni di interazioni e 2,4 miliardi di video views. Picchi di attenzione si registrano inoltre in Brasile, Giappone, Canada e Cina, in relazione alle performance dei propri atleti. La regione Lombardia ha generato quasi mezzo milione di post nel mondo e 10 milioni di interazioni. Per il Veneto 285 mila post e 7 milioni di interazioni. Il clima emotivo Ã? ampiamente favorevole: 81% di sentiment positivo a livello globale con entusiasmo e orgoglio tra le emozioni principali. In Italia il dato sale allâ??86% positivo, con affetto e orgoglio come driver prevalenti.

Sul piano sportivo, la conversazione globale Ã? guidata soprattutto dalle star piÃ¹ attese e â??socialâ??. Alysia Liu Ã? lâ??atleta piÃ¹ coinvolgente con 61 milioni di interazioni: il suo ritorno alle Olimpiadi dopo il ritiro a soli 16 anni diventa uno dei filoni narrativi piÃ¹ forti. Ilia Malinin segue con 35 milioni di interazioni, con una discussione alimentata anche dalle aspettative di medaglia poi ridimensionate in finale.

Accanto a loro emergono due storie simboliche: il primo oro olimpico del Brasile nello sci (Lucas Pinheiro Braathen, 22 milioni di interazioni) e lâ??infortunio di Lindsey Vonn (20 milioni di interazioni), con il racconto della degenza e gli apprezzamenti per lâ??assistenza sanitaria italiana. Tra gli italiani,

Federica Brignone registra 12 milioni di interazioni, tra i valori più alti nel ranking globale degli atleti. Anche i luoghi entrano nel racconto: il Milano Olympic Village è la struttura più citata (circa 5,5 milioni di interazioni) e il set social quotidiano in cui gli atleti documentano accoglienza, servizi e atmosfera. Qui che l'ospitalità si trasforma in contenuto: dai video nelle aree comuni ai momenti in mensa, il tono è spesso di sorpresa ed entusiasmo, con molti atleti che raccontano un'esperienza di accoglienza oltre le aspettative.

Dentro questa cornice si diffonde il filone del cibo italiano, percepito come uno dei simboli più immediati dell'ospitalità nazionale: la mensa diventa un punto di attrazione e un tema ricorrente nei contenuti, tra pasta, tiramisù e prodotti italiani serviti, assaggiati e commentati. Il risultato è un cluster molto forte (circa 6 milioni di interazioni e 90 milioni di visualizzazioni video) che non parla solo di sport, ma di esperienza complessiva dei Giochi, con accoglienza e cucina come driver principali della visibilità internazionale del Paese.

Nel focus Italia, negli ultimi 30 giorni si registrano 1,3 milioni di contenuti, 145 milioni di interazioni e 2,4 miliardi di visualizzazioni video. I post più influenti ruotano attorno alla Cerimonia di Apertura e ai simboli nazionali: il Presidente Sergio Mattarella e Valentino Rossi, la consegna del tricolore con Vittoria Ceretti e le medaglie conquistate da Federica Brignone. La dimensione di «Olimpiadi diffuse» si riflette anche nelle aziende più presenti nella conversazione. Per volumi di contenuti guidano Ferrovie dello Stato e SEA Milan Airports.

Infine, l'attenzione si estende oltre l'evento: il tema di una possibile candidatura di Roma 2040 raccoglie 604 mila interazioni e registra un consenso quasi unanime (98% di sentiment positivo). Le reazioni sono prevalentemente entusiaste e fiduciose: dominano speranza e orgoglio, con l'idea di Roma 2040 letta come opportunità concreta di continuità e rilancio. «Milano-Cortina 2026» si conferma un caso emblematico di mediatizzazione totale dell'evento sportivo, spiega Luca Ferlino, presidente di Human Data. «L'Italia non sta solo ospitando i Giochi, ma sta costruendo un potente racconto reputazionale internazionale, con ricadute che vanno oltre l'evento e aprono prospettive come Roma 2040».

Human Data è la nuova piattaforma AI-driven progettata per trasformare il flusso continuo dei dati web e social in asset strategici ad alto valore decisionale per aziende, istituzioni e organizzazioni. Frutto dell'integrazione delle piattaforme proprietarie e leader del mercato SocialData, sul versante corporate, e Human, sul versante politica e istituzioni, sviluppate da SocialCom di Luca Ferlino e Spin Factor di Tiberio Brunetti, Human Data concentra anni di esperienza nel data intelligence, nel social listening e nell'analisi semantica avanzata in un unico ecosistema tecnologico.

»

sport

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Febbraio 24, 2026

Autore

redazione

default watermark