



Antonelli trionfa nel Gp Monza e il mondo festeggia l' Italia sui social: analisi Socialcom

Descrizione

(Adnkronos) La vittoria di Kimi Antonelli al Gran Premio d'Italia a Monza, domenica 6 settembre 2026, ha prodotto una delle conversazioni social più massicce dell'anno. Lo spiega un'approfondita analisi Socialcom in esclusiva per

Adnkronos

Il pilota Mercedes, partito dalla 19^a posizione per penalità motore, ha risalito l'intero campo e superato il compagno di squadra George Russell a tre giri dalla fine, diventando il primo italiano a vincere il Gran Premio d'Italia dopo 60 anni, da Ludovico Scarfiotti nel 1966. È la settima vittoria stagionale dell'emiliano ventenne, che consolida il comando del Mondiale con 66 punti di vantaggio su George Russell.

I dati della conversazione sono eccezionali: nel mondo oltre 10 milioni di contenuti su web e social, circa 250 milioni di interazioni sommando tutti i canali incluso TikTok, e 5,8 miliardi di visualizzazioni stimate. La mappa mondiale vede gli Usa tra i principali fan, con 58 milioni di interazioni geolocalizzate, seguiti da Italia, Regno Unito, Francia, Brasile e Argentina.

In Italia la conversazione ha raggiunto 69.200 contenuti, 14,1 milioni di interazioni e 10,9 miliardi di visualizzazioni stimate. Le interazioni triplicano rispetto al weekend precedente: la celebrazione più compatta dell'anno. La Formula 1 ha dominato la conversazione sportiva italiana: il doppio dei contenuti rispetto al calcio e circa sette volte le interazioni nello stesso weekend.

Il social dominano l'engagement, le news online sono ormai marginali. Nel mondo TikTok ha superato Instagram per interazioni (58,5% vs 34,2%): la piattaforma domina nello sport, confermando un trend globale che la vede protagonista nei grandi eventi live. Insieme, TikTok e Instagram coprono il 92,7% dell'engagement mondiale. In Italia Instagram resta superiore con il 76,1% dell'engagement, ma TikTok è al secondo posto con il 15,5% un segnale chiaro di dove si sta spostando il pubblico più giovane. X (Twitter) produce il 37% dei post mondiali ma solo il 3,6%

delle interazioni: il volume non si traduce in coinvolgimento.

Kimi Antonelli Ã il motore assoluto dellâ??evento: 180.100 contenuti nel mondo, 24,3 milioni di interazioni. Monza e il Tempio della VelocitÃ dominano per volume: 453.700 contenuti, 33,6 milioni di interazioni. Le immagini del pubblico che canta â??SarÃ perchÃ© ti amoâ?• e lâ??Inno di Mameli hanno fatto il giro del mondo, generando da sole oltre 3 milioni di interazioni. Il dramma Ferrari Ã lâ??unica sacca di negativitÃ : lo schianto di Leclerc alla Parabolica e lo scontro con Hamilton hanno generato 93.700 contenuti e 6,3 milioni di interazioni, con un sentiment negativo del 15,4% a livello mondiale. In Italia lâ??affetto per la Rossa prevale. Imola cresce in contenuti e interazioni, trainata dallâ??orgoglio emiliano per Kimi, nato a Bologna.

Lâ??account ufficiale @f1, sommando Instagram e TikTok, domina con 93,7 milioni di interazioni. @mercedesamgf1 raggiunge 14,5 milioni grazie al cat trend virale su TikTok. In Italia le voci piÃ¹ riprese sono Kimi Antonelli (2,7M), lâ??account F1 (2,0M), Sky Sport (2,0M), Mercedes (1,3M sommando IG e TikTok), Vogue Italia (905K con il fashion crossover). Giorgia Meloni entra nella classifica degli influencer con 153.000 interazioni su Instagram e Facebook (â??Sessantâ??anni dopo, un italiano torna a vincere il Gran Premio dâ??Italia a Monzaâ?•). Anche Matteo Salvini e figure trasversali postano congratulazioni. La F1 diventa momento unitario e bipartisan, un evento che attraversa tutti i mondi: sport, fashion, politica, musica. â??La vittoria di Kimi Antonelli a Monza non Ã solo un evento sportivo: Ã il piÃ¹ grande momento di celebrazione dellâ??Italia sui social nel 2026. Dieci milioni di post, un quarto di miliardo di interazioni â?? numeri che nessun evento italiano aveva mai raggiunto in un weekend. TikTok ha superato Instagram come piattaforma dâ??engagement, i social hanno schiacciato le news online, e lâ??Italia ha raccontato al mondo una storia di talento, passione e appartenenza attraverso un ventenne partito ultimo e arrivato primoâ?•, spiega Luca Ferlino, Presidente di Socialcom. â??Il dato piÃ¹ significativo Ã la compattezza del sentiment: 99% di commenti positivi per Kimi. Unâ??unanimitÃ rara, che trasforma la F1 in un momento unitario per il Paese e per il mondo interoâ?•.

â??

sport

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 9, 2026

Autore

redazione