

SOCIAL TV: UN TERZO DEI COMMENTI POSTATI LONTANO DALLA MESSA IN ONDA

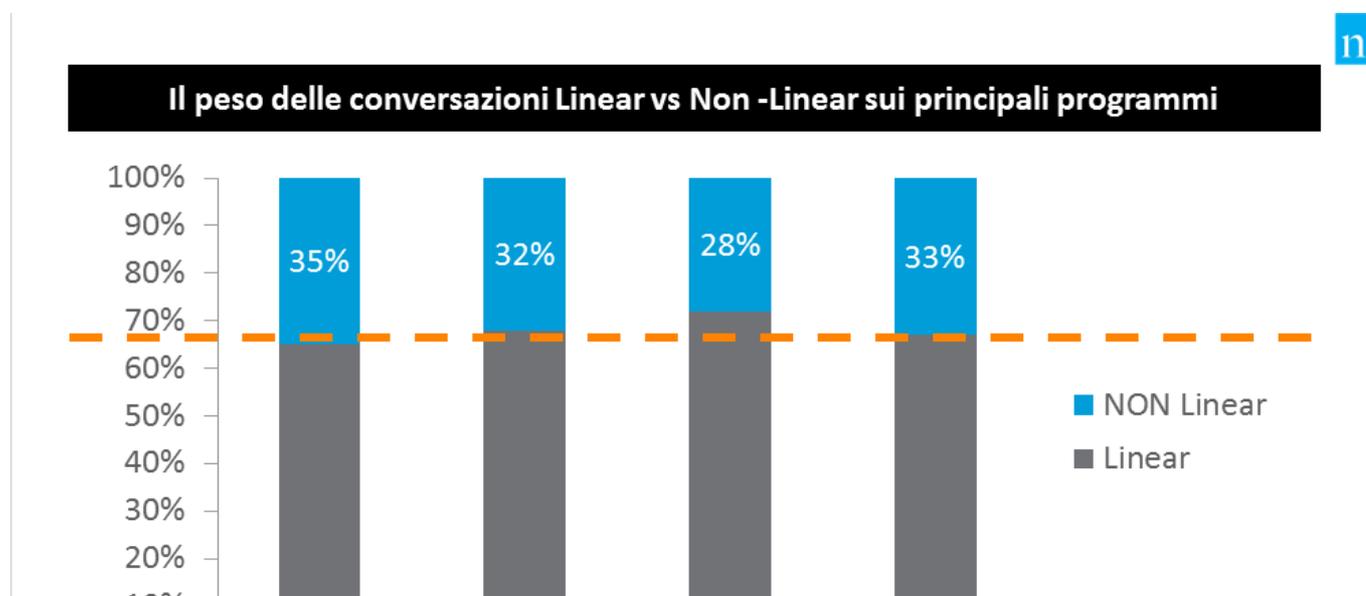
Di Stefano Russo

DIGITAL | 20-03-2017

L'esperienza televisiva si evolve rapidamente a causa del moltiplicarsi dei device e delle piattaforme, nonché del consolidarsi di nuove abitudini di consumo mediale. Tra queste abitudini, negli ultimi mesi, è emersa la fruizione non lineare* dei contenuti. A eccezione dei grandi eventi live (sport, musica o top show) il consumo dei contenuti televisivi avviene sempre più spesso dal device e nel momento preferito dallo spettatore, anziché dalla classica TV in salotto all'orario definito dall'emittente.

Questa tendenza trova riscontro nei dati Nielsen relativi alla Social TV, dove per conversazione Non-Linear s'intendono tutte le interazioni su Facebook e Twitter che, pur riferendosi a un determinato programma, avvengono nei giorni precedenti o successivi alla messa in onda.

Mediamente, nelle ultime settimane, quasi un terzo dei commenti (32%) relativi ai 20 programmi televisivi più "social" sono stati postati in giorni diversi rispetto alla trasmissione degli stessi.





Considerando i primi 20 programmi tv, nelle 4 settimane di febbraio le conversazioni lontane dalla messa in onda dei programmi (Non linear) rappresentano in media **il 32%**

Le conversazioni Linear sono quelle che si registrano durante i programmi, nelle tre ore precedenti e in quelle successive. Con Non Linear si intendono tutte le conversazioni al di fuori della finestra temporale linear o nei giorni precedenti e successivi.

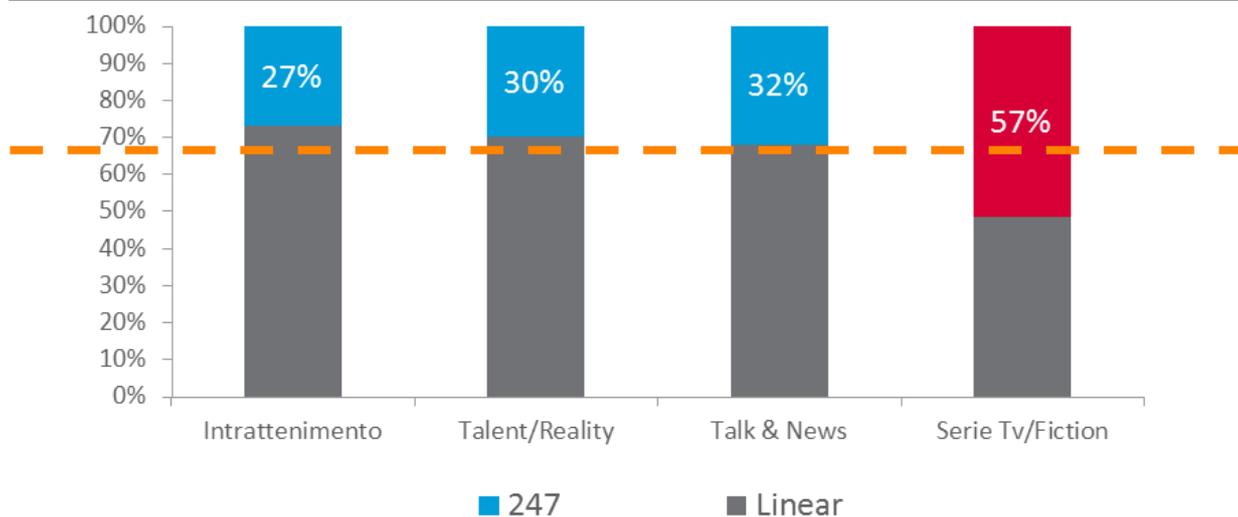
Copyright © 2017 The Nielsen Company

Il peso delle conversazioni Non Linear varia molto in base al genere televisivo e ai singoli contenuti. Per esempio, mentre di solito sono i reality show e i talent che generano una coda lunga di conversazioni, a febbraio sono state le serie TV a raggiungere la quota del 57% di conversazioni Non Linear.



IL PESO DEL NON LINEAR* PER GENERE TELEVISIVO

Il peso delle conversazioni Linear vs 24/7 per genere televisivo



Le Serie TV trasmesse a febbraio hanno generato una coda di conversazione molto rilevante nel mese di febbraio

Le conversazioni Linear sono quelle che si registrano durante i programmi, nelle tre ore precedenti e in quelle successive. Con Non Linear si intendono tutte le conversazioni al di fuori della finestra temporale linear o nei giorni precedenti e successivi.

Copyright © 2017 The Nielsen Company

Il peso delle conversazioni Non-Linear è aumentato molto negli ultimi due anni – fino alla scorsa stagione televisiva si attestava mediamente intorno al 25% – ed è destinato a crescere ulteriormente, perché a determinarlo è proprio l'evoluzione di offerta e domanda dei contenuti televisivi. Le offerte catch-up e le opzioni VOD da parte degli editori si sono moltiplicate, così

contenuti. Le conversazioni sono sempre più sparse e da parte degli utenti sono moltiplicate, così come il numero di device dai quali guardare i contenuti. D'altra parte, gli spettatori (non solo i più giovani) sono sempre più riluttanti a rispettare le regole tradizionali dei palinsesti televisivi.

In questo quadro la Social TV offre a broadcaster e inserzionisti un termometro puntuale della rilevanza dei propri contenuti nel tempo.

**Le conversazioni Linear sono quelle che si registrano durante la messa in onda dei programmi, nelle tre ore precedenti e in quelle successive. Con Non Linear si intendono tutte le conversazioni al di fuori della finestra temporale linear o nei giorni precedenti e successivi.*

<http://www.nielsen.com/it/it/insights/news/2017/social-tv-a-third-of-comments-posted-away-from-airing.html>