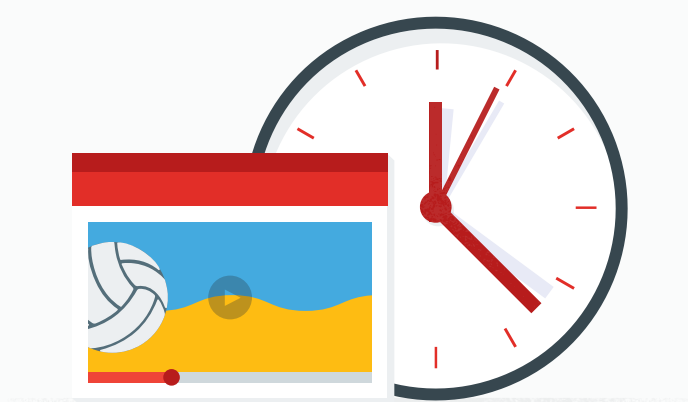


Le Olimpiadi di Rio 2016 su YouTube



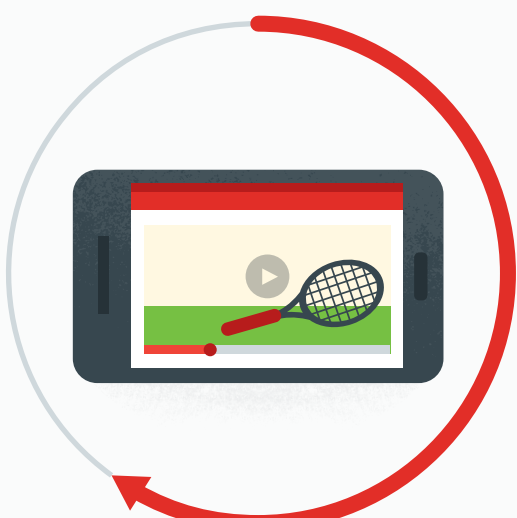
Da volteggi mozzafiato a corse che infrangono ogni record, le Olimpiadi di Rio 2016 sono state un susseguirsi continuo di momenti entusiasmanti. Ecco come gli spettatori si sono avvalsi di YouTube per partecipare all'emozione olimpica.

Durante le Olimpiadi di Rio 2016, gli spettatori hanno guardato oltre



40 milioni di ore di contenuti video correlati alle Olimpiadi su YouTube.¹

Un tempo equivalente a guardare Usain Bolt correre i 200 metri oltre 7 miliardi di volte!²



Oltre il 60% del tempo di visualizzazione di video correlati alle Olimpiadi su YouTube è riferibile a dispositivi mobili.¹

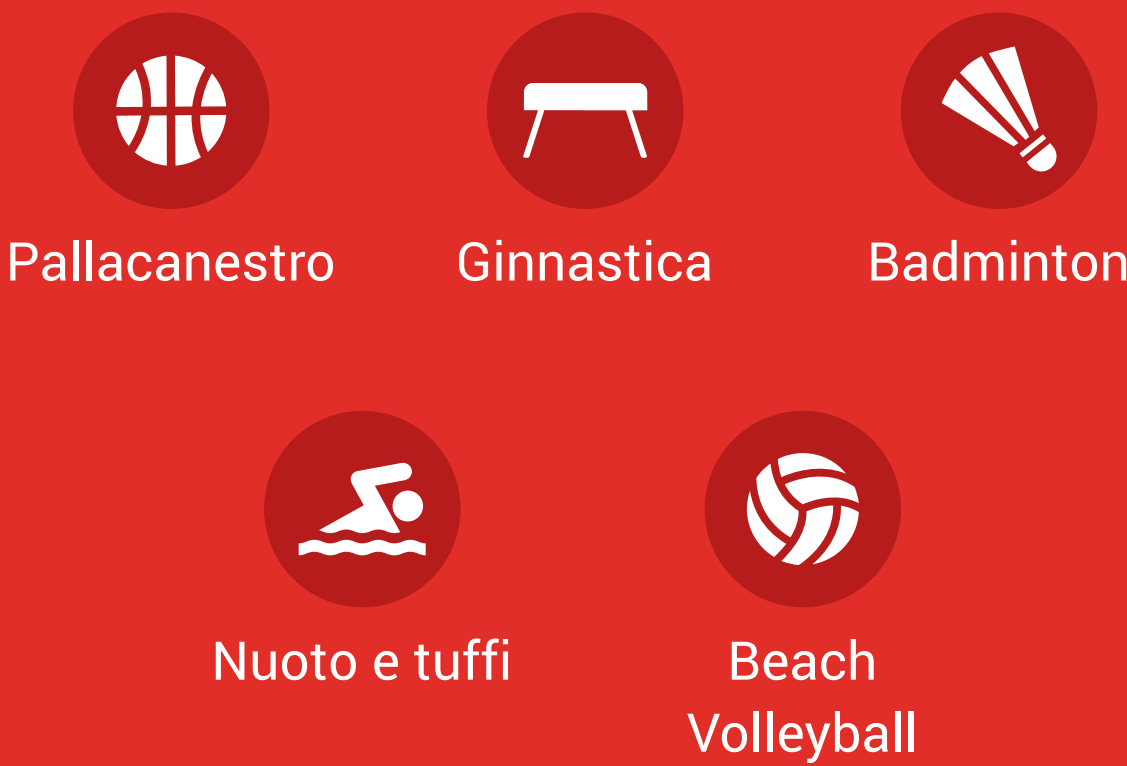
Per avvicinare gli eventi olimpici a centinaia di milioni di appassionati in tutto il mondo, YouTube ha collaborato con emittenti di oltre 60 paesi. Gli spettatori si sono sintonizzati in fretta:



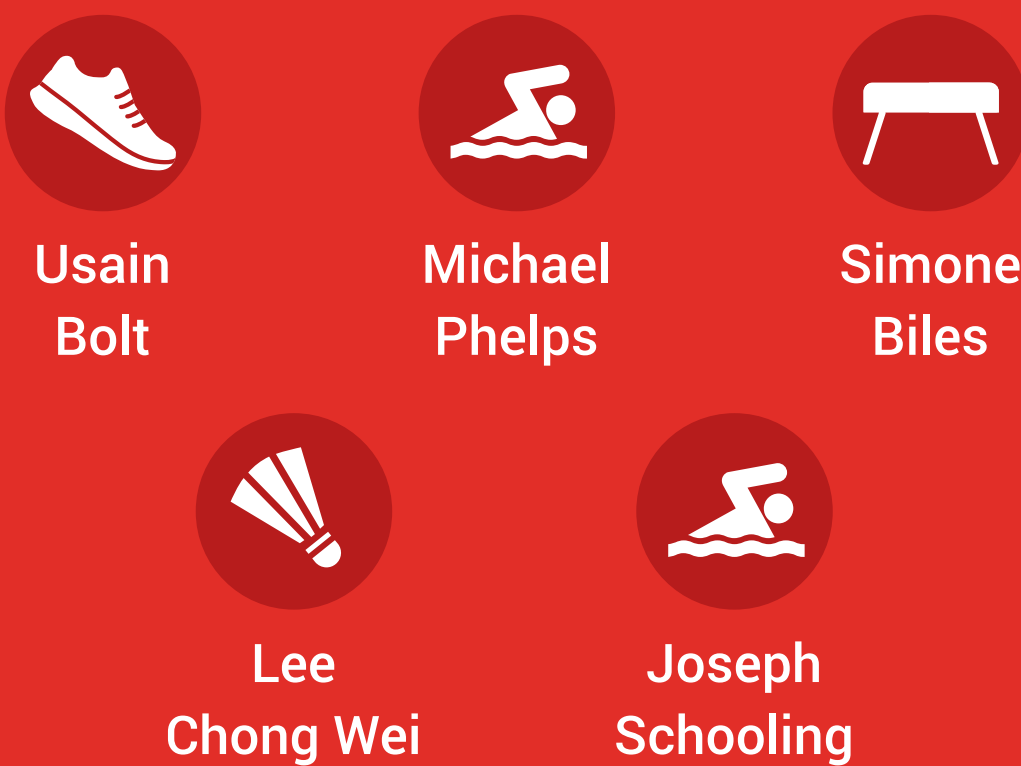
Le iscrizioni ai canali delle emittenti partner di YouTube sono aumentate di più del 20% durante le Olimpiadi di Rio 2016.³

Prima, durante e dopo le Olimpiadi di Rio 2016, gli spettatori si sono rivolti a YouTube per ulteriori informazioni sui loro sport e atleti preferiti:

I principali sport cercati su YouTube durante le Olimpiadi di Rio 2016 includono:



I cinque atleti più cercati su YouTube durante le Olimpiadi di Rio 2016 sono stati:



L'entusiasmo per i giochi è cresciuto rapidamente:



Da aprile a giugno 2016, gli annunci degli sponsor delle Olimpiadi 2016 hanno ottenuto un tempo di visualizzazione pari a oltre 400 anni.⁶



Dai Giochi del 2014, l'interesse di ricerca per termini correlati alle Olimpiadi su YouTube è aumentato di oltre il 90%.⁷

Fonti

1 Dati interni di YouTube relativi al periodo 5-21 agosto 2016 in tutto il mondo; la classificazione come "video correlato alle Olimpiadi" si basa su dati pubblici quali titoli, tag ed elementi simili, ma le statistiche indicate potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube.

2 NBC Olympics, "Usain Bolt blows field away for third straight 200m gold", 18 agosto 2016.

3 Dati interni di YouTube relativi al periodo 5-21 agosto 2016 in tutto il mondo; la classificazione come canale di "emittente ufficiale" si basa su dati pubblici quali titoli, tag ed elementi simili, ma le statistiche indicate potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube.

4 Dati interni di YouTube relativi al periodo 5-21 agosto 2016 in tutto il mondo; la classificazione di sport olimpico si basa sul sito web del Comitato Olimpico Internazionale e su dati pubblici come titoli e tag, ma le statistiche indicate potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube.

5 Dati interni di YouTube relativi al periodo 5-21 agosto 2016 in tutto il mondo; la classificazione è basata sui vincitori di medaglie olimpiche elencati nel sito web del Comitato olimpico internazionale e su dati pubblici come titoli e tag, ma le statistiche indicate potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube.

6 Dati interni di YouTube relativi al periodo giugno-agosto 2016 in tutto il mondo; i video conteggiati sono stati classificati come correlati agli sponsor olimpici sulla base di dati pubblici come titoli e tag, ma potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube.

7 Trend di ricerca di YouTube, 5-21 agosto 2016, dati di tutto il mondo.