



---

YouTube  
Trends 2016

# Il rapporto YouTube sulle Olimpiadi estive

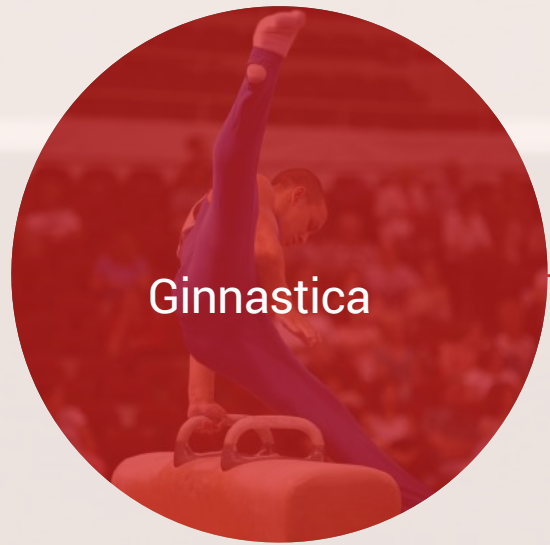
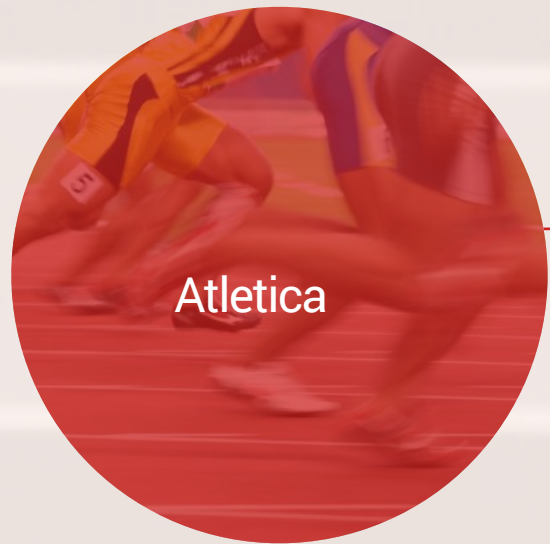
Anche se le Olimpiadi estive 2016 devono ancora iniziare, gli sport che domineranno la scena, come il basket, il nuoto, la ginnastica e persino il pentathlon moderno, hanno già ricevuto milioni di ore di visualizzazione su YouTube in tutto il mondo. Il rapporto YouTube sulle Olimpiadi estive offre informazioni sugli sport preferiti dagli appassionati di tutto il mondo, rivelando anche su quali dispositivi li guardano e che cosa li entusiasma di più.\*

\*Questo rapporto è fornito a fini puramente informativi e non è sponsorizzato né approvato dal CIO, dal comitato locale di Rio 2016 o dalle squadre nazionali.

Google



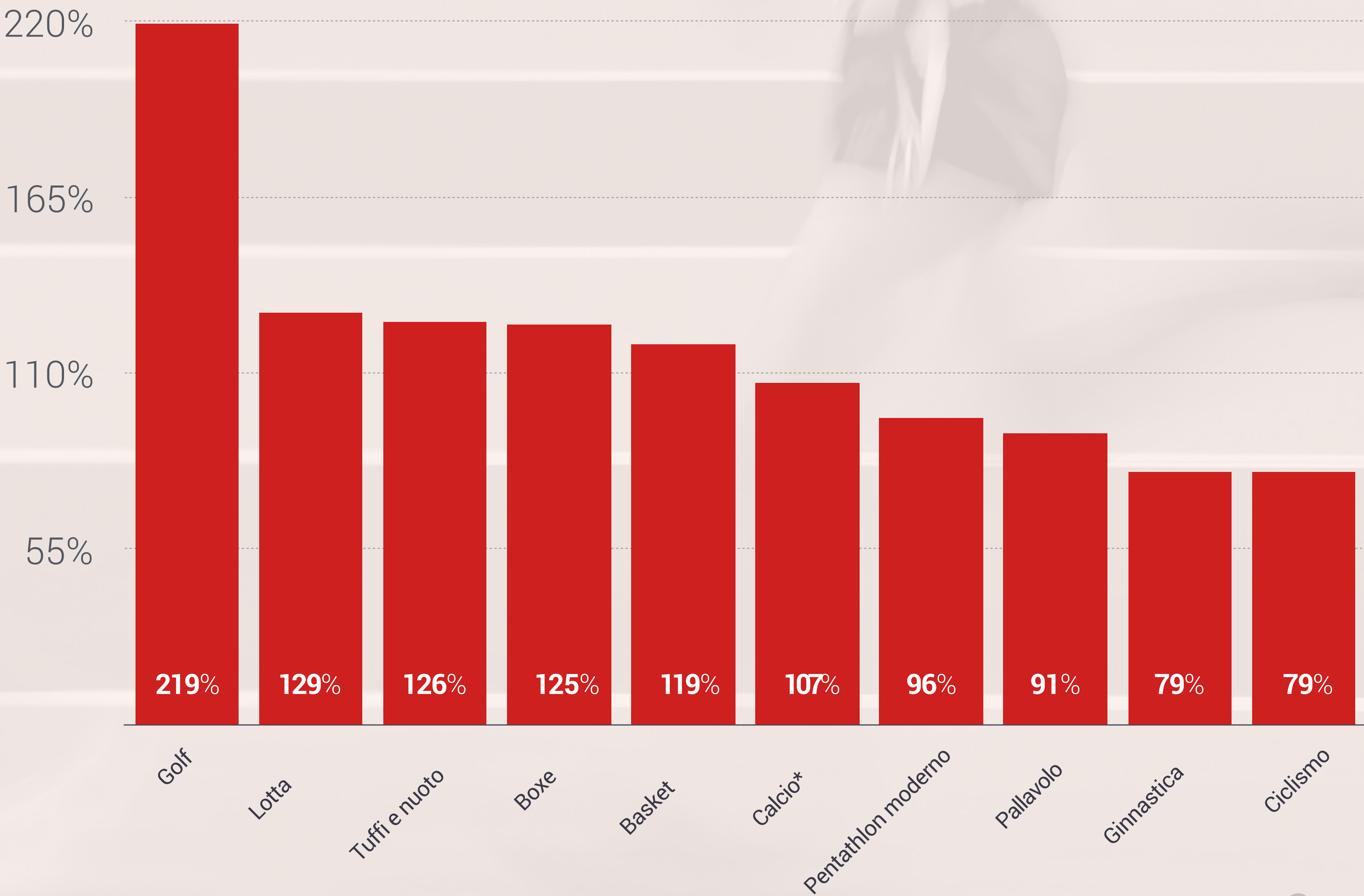
Negli ultimi 12 mesi sono stati guardati su YouTube oltre 23.000 anni di contenuti correlati all'atletica, ai tuffi e al nuoto, alla ginnastica e alla pallavolo. Per rendere meglio l'idea, è come se qualcuno avesse guardato tutte le 17 giornate dei Giochi olimpici estivi 24 ore al giorno, non una volta, ma più di 500.000 volte.



Fonte: dati internazionali di Google, la classificazione dei contenuti come video di "atletica", "ginnastica", "tuffi e nuoto" o "pallavolo" si basa su dati pubblici quali titoli e tag, e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, luglio 2015 - giugno 2016.

Nella fervente attesa dei giochi, sta aumentando il tempo di visualizzazione degli sport su YouTube. In particolare il golf, che quest'estate farà il suo ritorno tra le discipline olimpiche, ha registrato l'aumento più elevato del tempo di visualizzazione tra tutti gli sport che saranno presenti ai giochi.

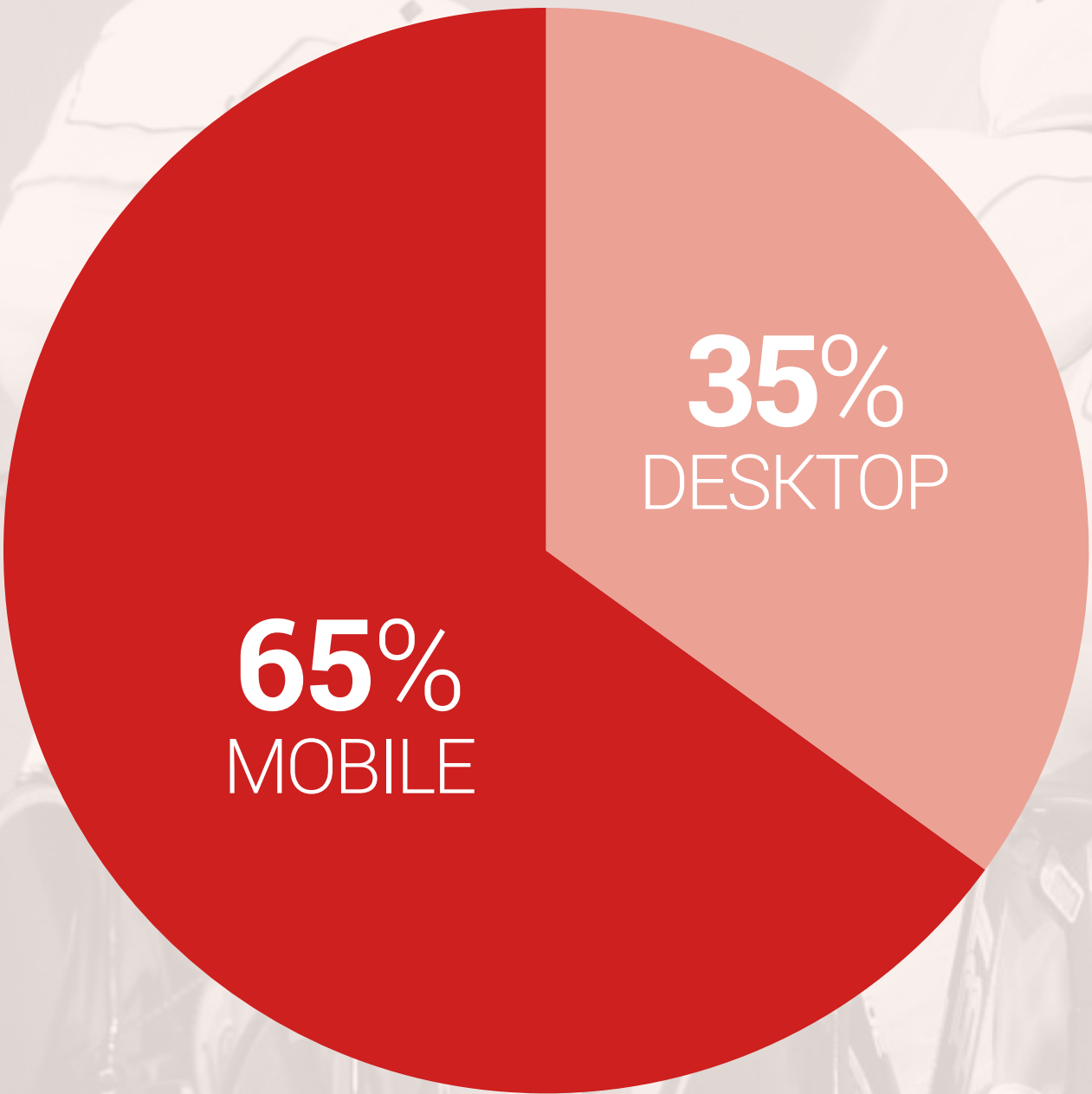
**PRIMI 10 SPORT - GIUGNO 2015 VS GIUGNO 2016**  
(CLASSIFICATI IN BASE ALL'AUMENTO DEL TEMPO DI VISUALIZZAZIONE SU BASE ANNUA)



\*"Soccer" in inglese americano

Fonte : dati internazionali di YouTube, la classifica si basa su dati pubblici come titoli e tag e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, giugno 2015 vs giugno 2016.

Per la maggior parte del tempo trascorso a guardare contenuti sportivi, gli utenti scelgono i dispositivi mobili. Negli ultimi 12 mesi, il 65% del tempo di visualizzazione totale di video di sport olimpici è stato trascorso sui dispositivi mobili.



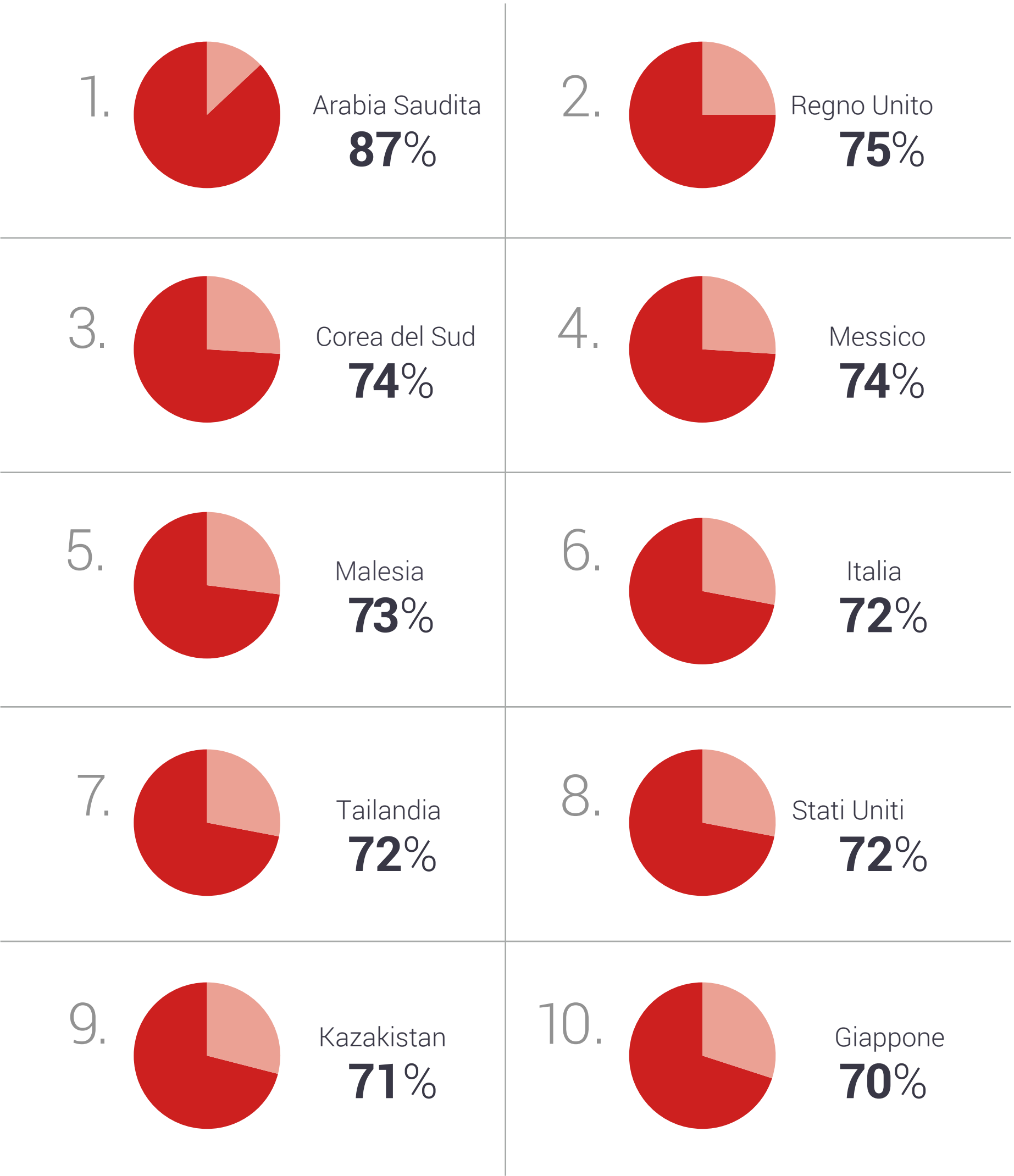
TEMPO DI VISUALIZZAZIONE TOTALE DI VIDEO DI SPORT OLIMPICI

\*L'elenco completo dei paesi inclusi è riportato nell'appendice.

Fonte: dati internazionali di YouTube e paesi che dimostrano interesse per gli sport olimpici, la classifica si basa sulla rilevanza olimpica e su dati pubblici quali titoli e tag, e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, luglio 2015 - giugno 2016.

QUOTA DEL TEMPO DI VISUALIZZAZIONE SUI DISPOSITIVI MOBILI

Primi 10 paesi\*



Gli appassionati di tutto il mondo scelgono YouTube per guardare i loro sport preferiti. Ecco una panoramica di alcuni degli sport presenti alle Olimpiadi estive e dei paesi in cui sono popolari, in base alla quota del tempo di visualizzazione di contenuti sportivi su YouTube in ogni paese.\*

\*L'elenco completo degli sport e dei paesi inclusi nella classifica è riportato nell'appendice

Fonte: dati internazionali di YouTube, paesi che dimostrano interesse per gli sport olimpici, la classifica si basa sulla rilevanza olimpica e su dati pubblici quali titoli e tag, e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, luglio 2015 - giugno 2016.

Anche se il basket è uno sport molto popolare negli Stati Uniti, dove all'inizio di quest'anno ha fatto registrare record di ascolti televisivi in occasione delle finali NBA, le Filippine detengono la quota più elevata del tempo di visualizzazione di eventi correlati al basket su YouTube.\*\*

#### BASKET

1.  Filippine
2.  Stati Uniti
3.  Canada

Com'era prevedibile, l'Europa occupa una posizione importante per quanto riguarda il tempo di visualizzazione di contenuti a tema calcistico, ma è l'Argentina ad aggiudicarsi il primo posto.

#### CALCIO\*\*\*

1.  Argentina
2.  Italia
3.  Polonia

Il Giappone, che ospiterà la Coppa del Mondo di rugby nel 2019, si piazza al terzo posto per la quota del tempo di visualizzazione di eventi correlati al rugby su YouTube, dopo la Francia e l'Australia.

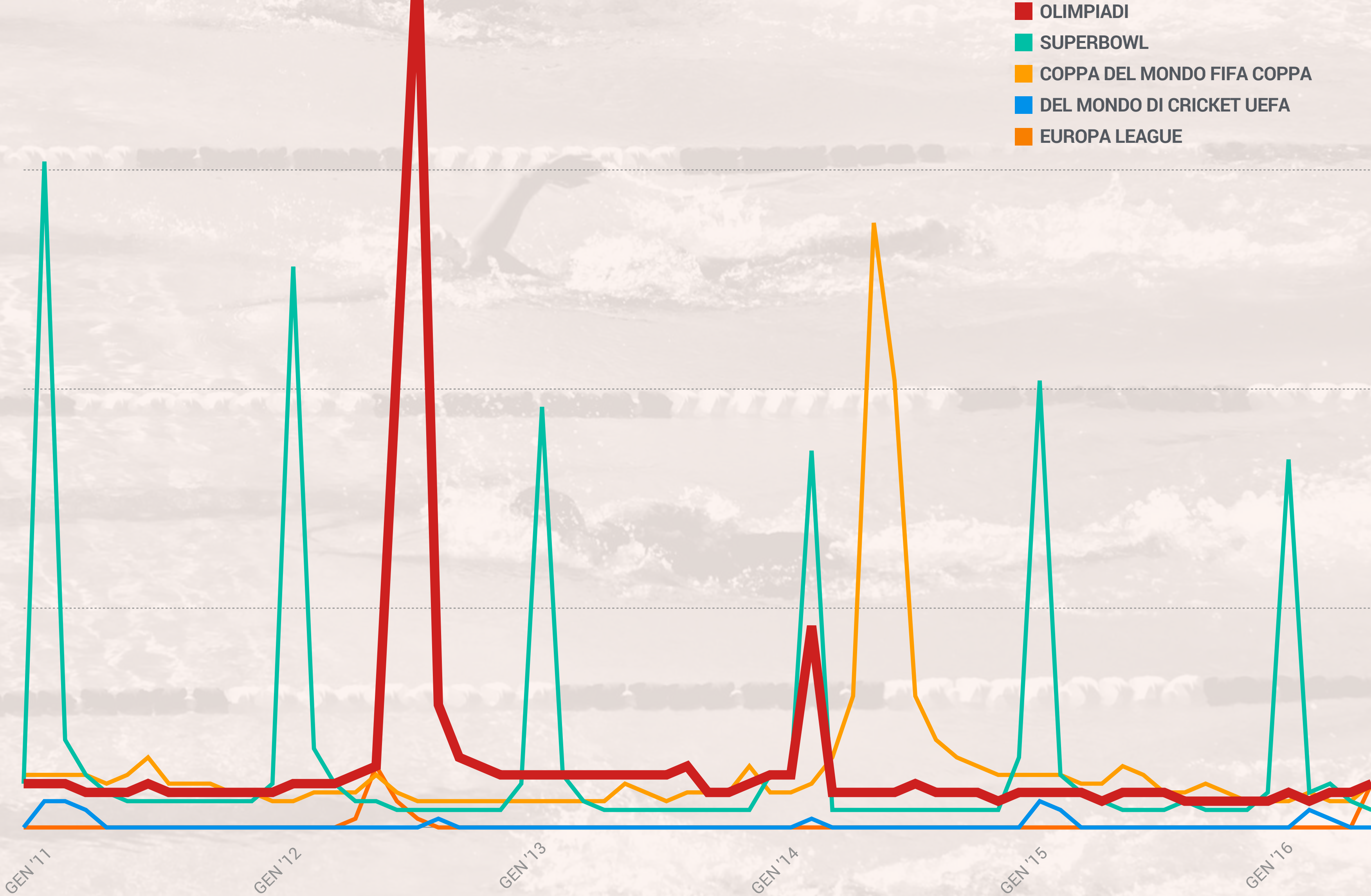
#### RUGBY

1.  Australia
2.  Francia
3.  Giappone

\*\*<http://variety.com/2016/tv/ratings/tv-ratings-nba-finals-game-7-record-1201799138/>

\*\*\*"Soccer" in inglese americano

Gli sport non solo contribuiscono a generare milioni di ore di tempo di visualizzazione su YouTube, ma incoraggiano anche gli appassionati a effettuare ricerche. In particolare, le Olimpiadi estive hanno suscitato il maggior livello di interesse per le ricerche su YouTube, rispetto a eventi sportivi internazionali che attirano gli appassionati, come l'ultima Coppa del Mondo e le ultime due edizioni della UEFA Europa League.



Fonte Google Trends, ricerca di YouTube, dati internazionali, mensili, gennaio 2011 - giugno 2016.

Dalle vittorie storiche agli spettacoli delle celebrità, gli appassionati si interessano a tutti gli eventi che si tengono nel periodo delle Olimpiadi, non solo sportivi, ma anche culturali.

## I 10 VIDEO PIÙ POPOLARI RELATIVI ALLE OLIMPIADI ESTIVE 2012

(CLASSIFICATI IN BASE ALLE VISUALIZZAZIONI SUL CANALE OLIMPICO UFFICIALE)

1.



Usain Bolt vince la medaglia d'oro olimpica nei 100 metri - Olimpiadi di Londra 2012

2.



Concerto delle Spice Girls a Londra nel 2012

3.



USA-Nigeria: gli Stati Uniti battono il record olimpico di punti nel basket maschile del Gruppo A - Olimpiadi di Londra 2012

4.



Performance di Mr. Bean/Rowan Atkinson a Londra nel 2012

5.



Performance di James Bond con la Regina a Londra nel 2012

6.



Usain Bolt vince la finale dei 200 metri - Olimpiadi di Londra 2012

7.



La Giamaica batte il record mondiale nella staffetta 4x100 maschile - Olimpiadi di Londra 2012

8.



Michael Phelps vince l'oro nei 100 metri farfalla maschili, evento completo - Olimpiadi di Londra 2012

9.



Finale femminile alla trave - Olimpiadi di Londra 2012

10.

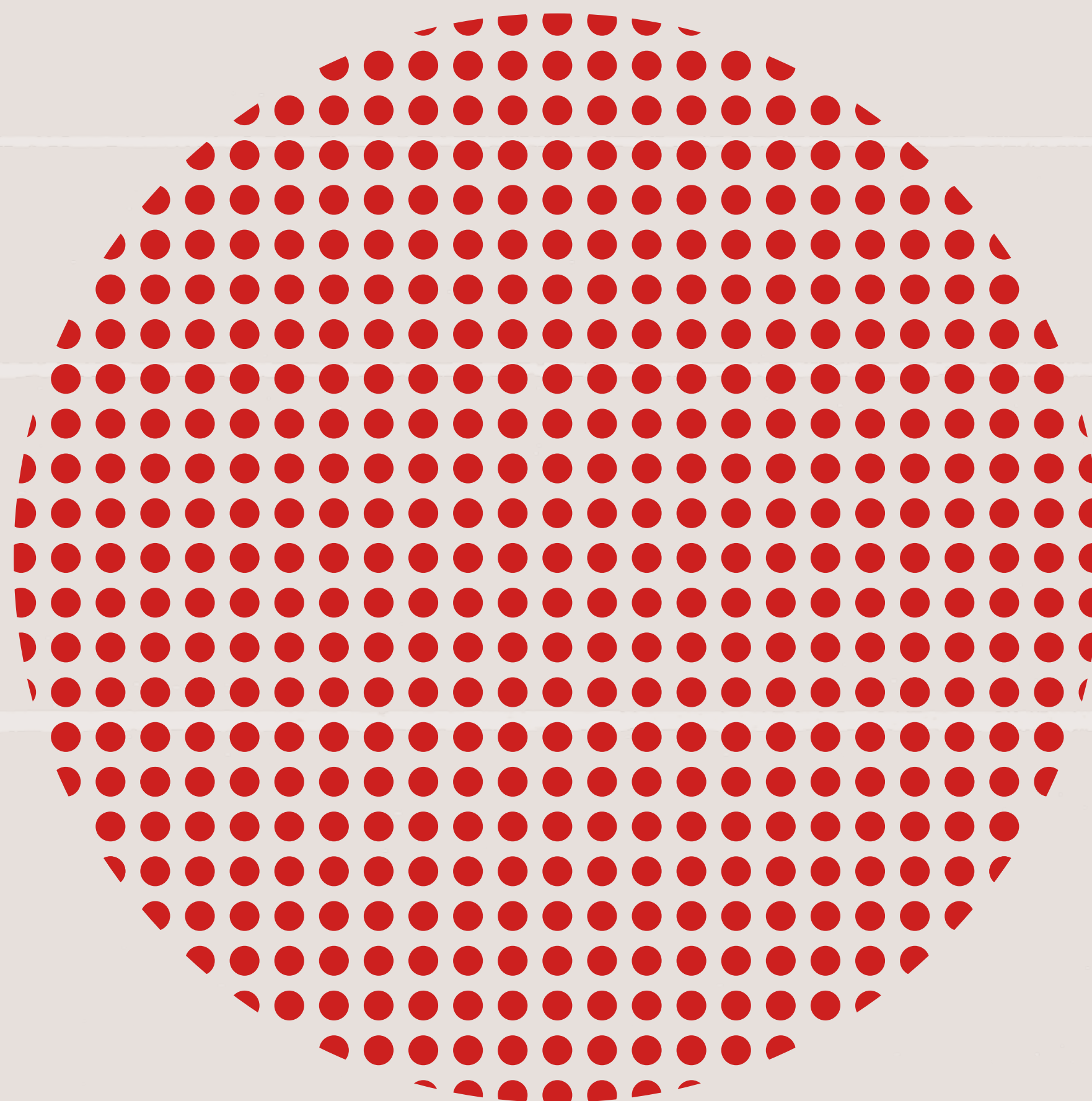


La cerimonia completa di inaugurazione a Londra nel 2012 Olimpiadi di Londra 2012

I brand hanno già caricato annunci che celebrano gli atleti, la cultura e la passione che ruotano intorno alle Olimpiadi e gli spettatori li hanno notati. Nei mesi tra aprile e giugno 2016, gli annunci degli sponsor olimpici hanno già ricevuto l'equivalente di oltre 400 anni di tempo di visualizzazione. Ecco una panoramica di alcuni degli annunci più visti finora.

Fonte: dati internazionali di YouTube, la classifica dei video a tema olimpico degli sponsor si basa su dati pubblici come titoli e tag e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, aprile 2016 - giugno 2016.

## OLTRE 400 ANNI DI TEMPO DI VISUALIZZAZIONE DI ANNUNCI DEGLI SPONSOR DELLE OLIMPIADI 2016



APRILE 2016 - GIUGNO 2016

● UN ANNO DI TEMPO DI VISUALIZZAZIONE DI ANNUNCI

### Esempi di annunci più visti



**Always**

Always #LikeAGirl – Keep Playing Agenzia pubblicitaria: Leo Burnett



**Minute Maid**

Minute Maid #doingood I See What U.S. Olympian Missy Franklin Has To Say Agenzia pubblicitaria: Doner



**P&G**

P&G Thank You, Mom - Strong I Rio 2016 Olympic Games Agenzia pubblicitaria: Wieden+Kennedy



**Samsung**

Samsung Official TVC: "The Chant" Rio 2016 Olympic Games Agenzia pubblicitaria: Leo Burnett



**Visa**

Visa | The Carpool to Rio - featuring Team Visa Olympians Agenzia pubblicitaria: BBDO

# Appendice


















LE PRIME 3 NAZIONI IN CUI OGNI SPORT HA LA QUOTA MAGGIORE DI VISUALIZZAZIONI SPORTIVE

TIRO CON L'ARCO	1.  Canada	2.  Stati Uniti	3.  Ungheria
ATLETICA	1.  Giappone	2.  Canada	3.  India
BADMINTON	1.  Malaysia	2.  Indonesia	3.  Corea del Sud
BASKET	1.  Filippine	2.  Stati Uniti	3.  Canada
BOXE	1.  Kazakhstan	2.  Repubblica Ceca	3.  Tailandia
CANOA	1.  Repubblica Ceca	2.  Canada	3.  Stati Uniti
CICLISMO	1.  Repubblica Ceca	2.  Colombia	3.  Francia
IMMERSIONE SUBACQUEA & NUOTO	1.  Olanda	2.  tacchino	3.  Russia
EQUITAZIONE	1.  Ungheria	2.  Ucraina	3.  Repubblica Ceca
SCHERMA	1.  Ungheria	2.  Vietnam	3.  Repubblica Ceca
CAMPO DA HOCKEY	1.  Olanda	2.  Argentina	3.  India
CALCIO*	1.  Argentina	2.  Italia	3.  Polonia
GOLF	1.  Giappone	2.  Corea del Sud	3.  Canada
GINNASTICA	1.  Stati Uniti	2.  Australia	3.  Canada
PALLA A MANO	1.  Ungheria	2.  Polonia	3.  Francia

Fonte: dati internazionali di YouTube, paesi che dimostrano interesse per gli sport olimpici, la classifica si basa sulla rilevanza olimpica e su dati pubblici quali titoli e tag, e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, luglio 2015 - giugno 2016.

\*"Soccer" in inglese americano

LE PRIME 3 NAZIONI IN CUI OGNI SPORT HA LA QUOTA MAGGIORE DI VISUALIZZAZIONI SPORTIVE

JUDO	1.  Giappone	2.  Corea del Sud	3.  Kazakhstan
PENTATHLON MODERNO	1.  Repubblica Ceca	2.  Ungheria	3.  Polonia
CANOTTAGGIO	1.  Vietnam	2.  Thailandia	3.  Corea del Sud
RUGBY	1.  Australia	2.  Francia	3.  Giappone
VELA	1.  Canada	2.  Australia	3.  Olanda
TIRO A SEGNO	1.  Stati Uniti	2.  Russia	3.  Repubblica Ceca
NUOTO SINCRONIZZATO	1.  Spagna	2.  Olanda	3.  Canada
TENNIS DA TAVOLO	1.  Corea del Sud	2.  Giappone	3.  Indonesia
TAEKWONDO	1.  Corea del Sud	2.  Vietnam	3.  Indonesia
TENNIS	1.  Giappone	2.  Corea del Sud	3.  India
TRIATHLON	1.  Spagna	2.  Germania	3.  France
PALLAVOLO	1.  Thailandia	2.  Filippine	3.  Vietnam
PALLANUOTO	1.  Ungheria	2.  Olanda	3.  Giappone
SOLLEVAMENTO PESI	1.  Repubblica Ceca	2.  Russia	3.  Kazakhstan
LOTTA	1.  India	2.  Malaysia	3.  Arabia Saudita

Fonte: dati internazionali di YouTube, paesi che dimostrano interesse per gli sport olimpici, la classifica si basa sulla rilevanza olimpica e su dati pubblici quali titoli e tag, e potrebbe non tenere conto di tutti i video di questo genere disponibili su YouTube, luglio 2015 - giugno 2016.