

Sanremo, boom social dopo tre serate

26 FEBBRAIO 2026



Human Data

THE AI COMPANY

per  **adn**kronos

Highlights

- La classifica social elaborata con l'indice di vittoria **Sanremo Human Index, dopo la terza serata** vede in testa ancora **Arisa** con 7,01%, seguita da Sal Da Vinci (6,38%), Sayf (6,17%), Ditonellapiaga (5.65%) e Fedez/Masini (5.45%).
- Le interazioni vedono primo **Samurai Jay**, con oltre 8 milioni seguito da **Arisa** e **Sal Da Vinci**.
- Il Festival cresce nel dato complessivo delle tre serate rispetto allo scorso anno, **430 milioni** di interazioni (+**22%**); lieve calo fisiologico rispetto alla seconda serata che colleziona 142 milioni di interazioni (-11%).
- La discussione social è stata scandita da diversi picchi di interesse, legati ai momenti più forti dello show. Tra i primi il premio alla carriera a **Mogol**, con le canzoni più famose cantate dal pubblico dell'Ariston, la standing ovation per **Sal Da Vinci**, l'esibizione di **Alicia Keys/Ramazzotti** e dei **"The Kolors"** con **Fru** per finire con **Arisa**.
- **Fru**, con la sua apparizione a sorpresa che domina anche come "momento social più divertente", stravinca la classifica degli **ospiti più apprezzati**: 900 mila interazioni, più di **Alicia Keys** (250 mila), **Eros Ramazzotti** (205 mila), **Irina Shayk** (73 mila) e **Mogol** (65 mila).
- **Arisa** diventata **tormentone social** della serata con la battuta a Conti sui tranquillanti, come 11 anni fa.

Le interazioni totali sul Festival

→ CONFRONTO TRA IL 2026 E IL 2025



Human Data

430 milioni
INTERAZIONI SOCIAL*

+22%
INTERAZIONI RISPETTO
AL 2025

*somma di like, commenti, condivisioni, visualizzazioni.

Quanto se ne è parlato

→ CONFRONTO TRA LA SECONDA E TERZA SERATA



Human Data

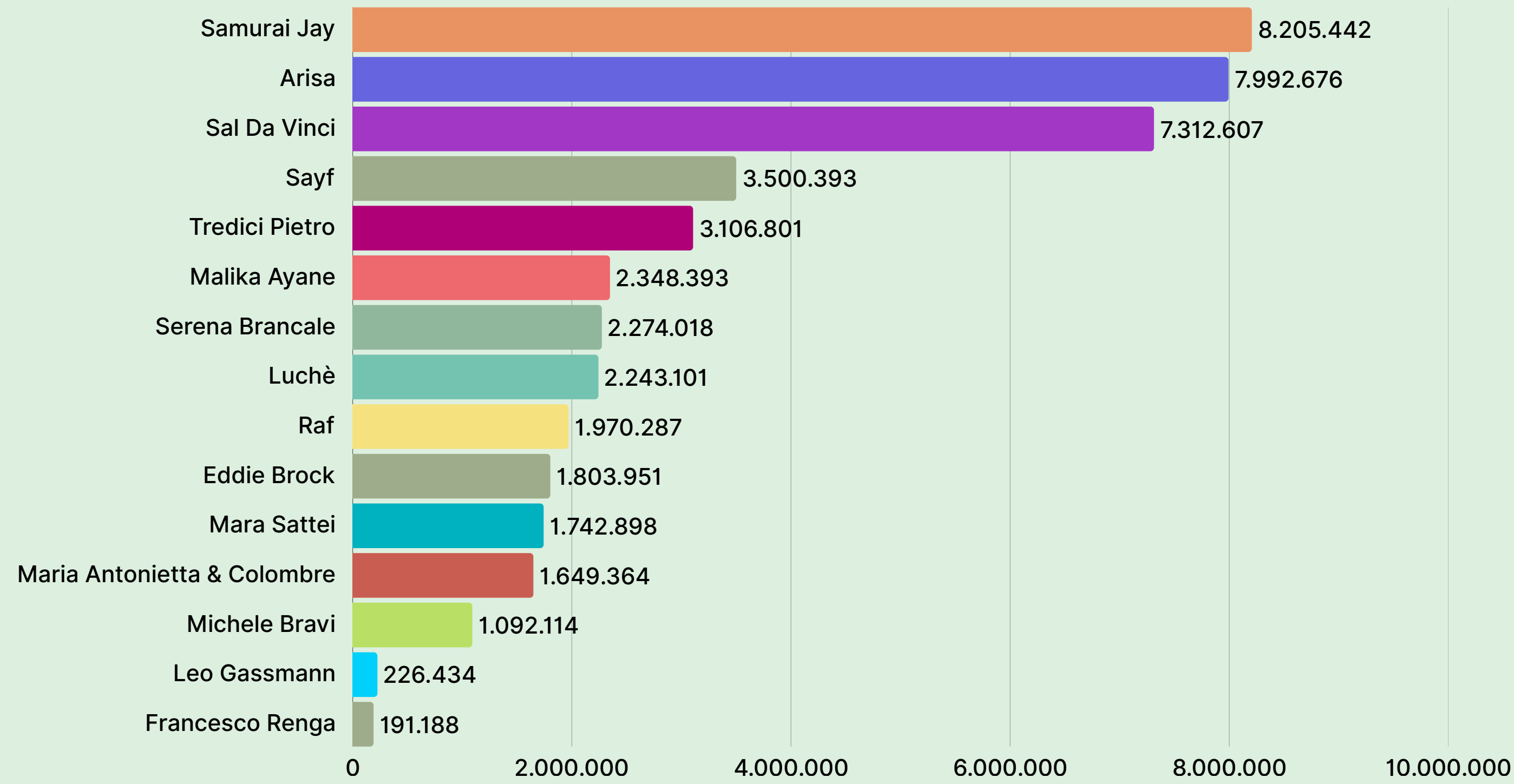
142 milioni
INTERAZIONI SOCIAL*

-11%
RISPETTO ALLA
SECONDA SERATA

*somma di like, commenti, condivisioni, visualizzazioni.

La classifica delle interazioni social

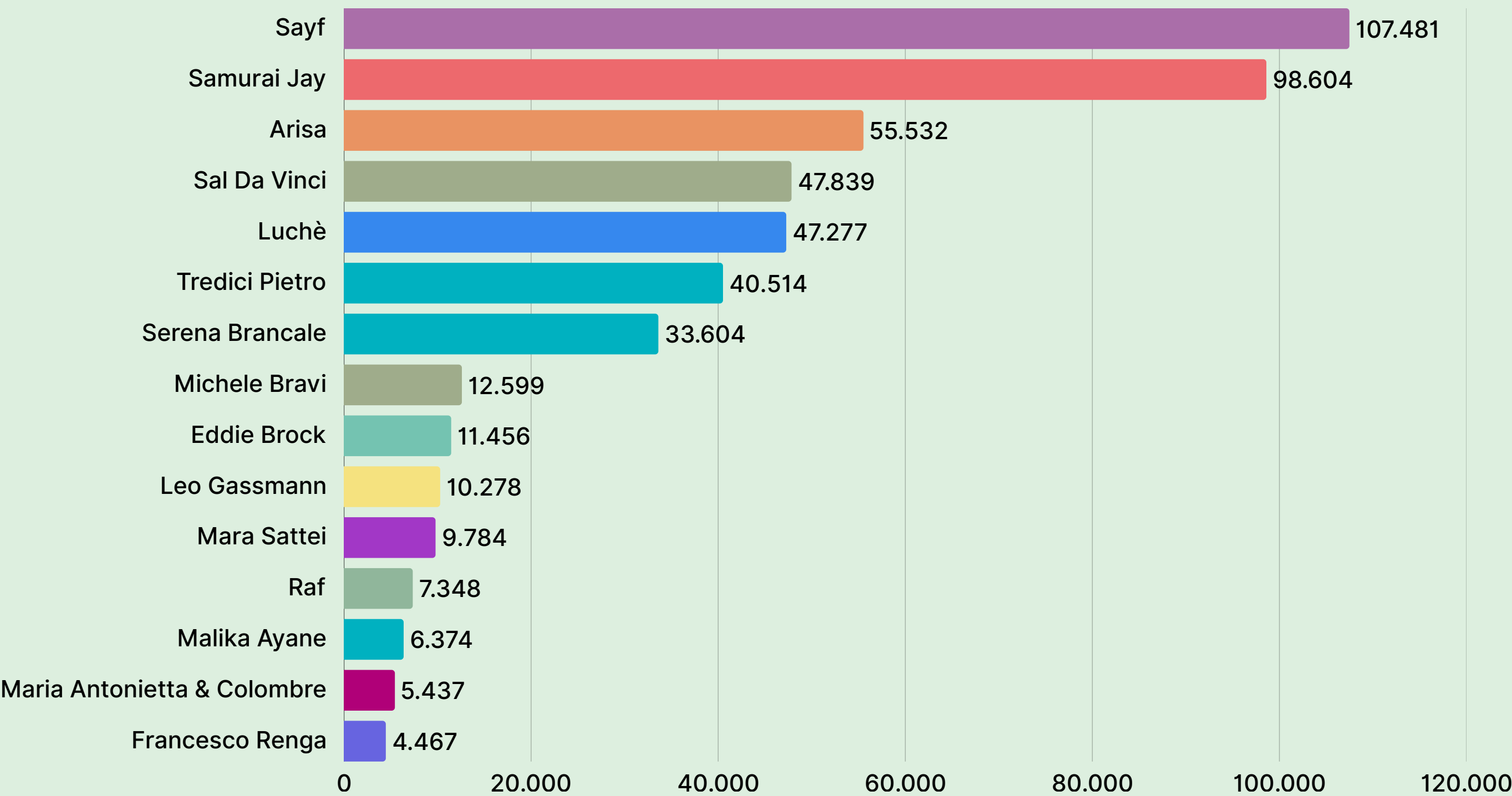
→ DISTRIBUZIONE DELL'ENGAGEMENT PER CANTANTE SULLA TERZA SERATA - TOP 15



26 febbraio 2026

Chi guadagna più follower

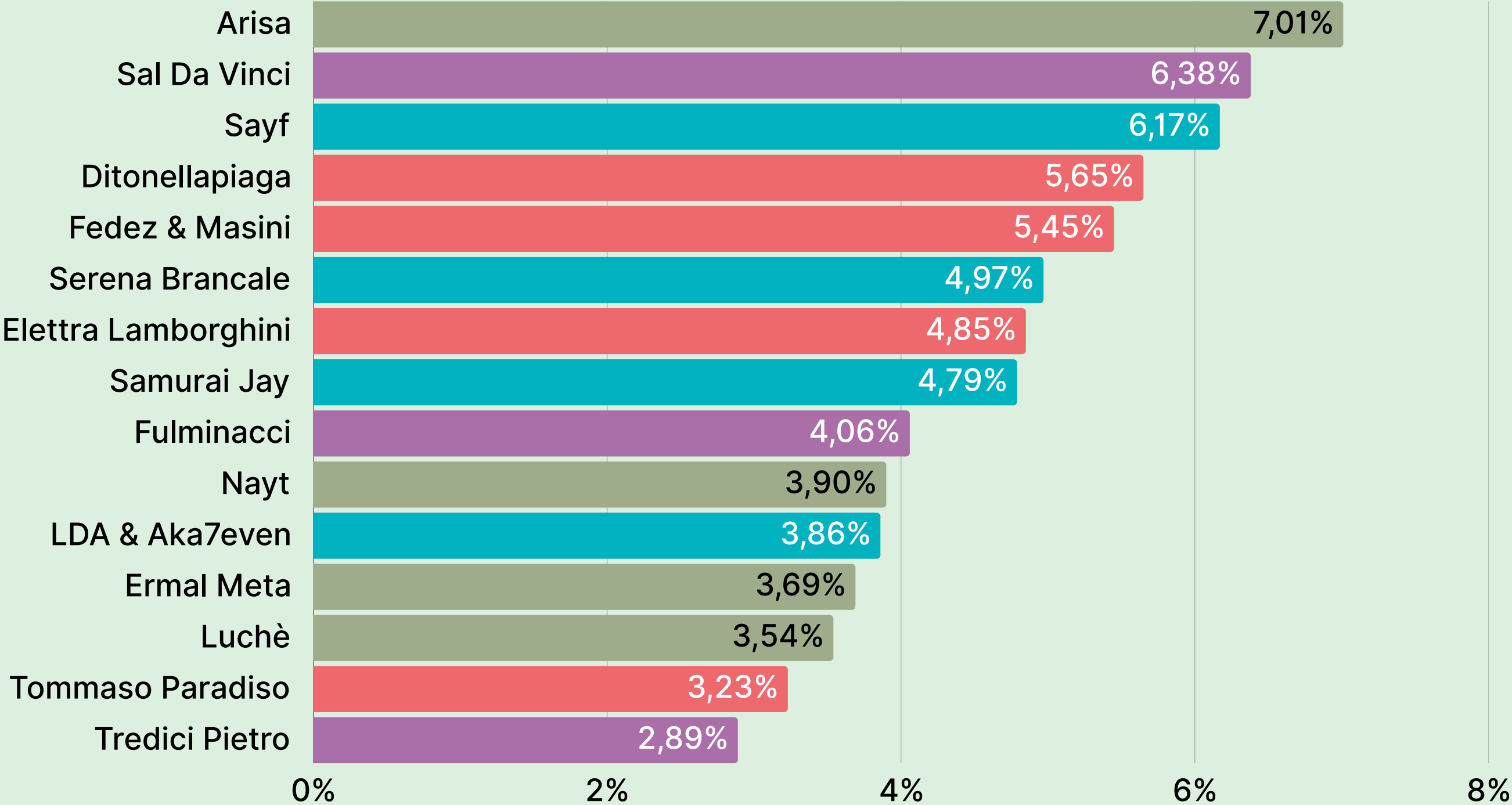
→ CRESCITA FOLLOWER SUGLI ACCOUNT SOCIAL PROPRIETARI DOPO LA TERZA SERATA - TOP 15



26 febbraio 2026

Indice di vittoria: Sanremo Human Index

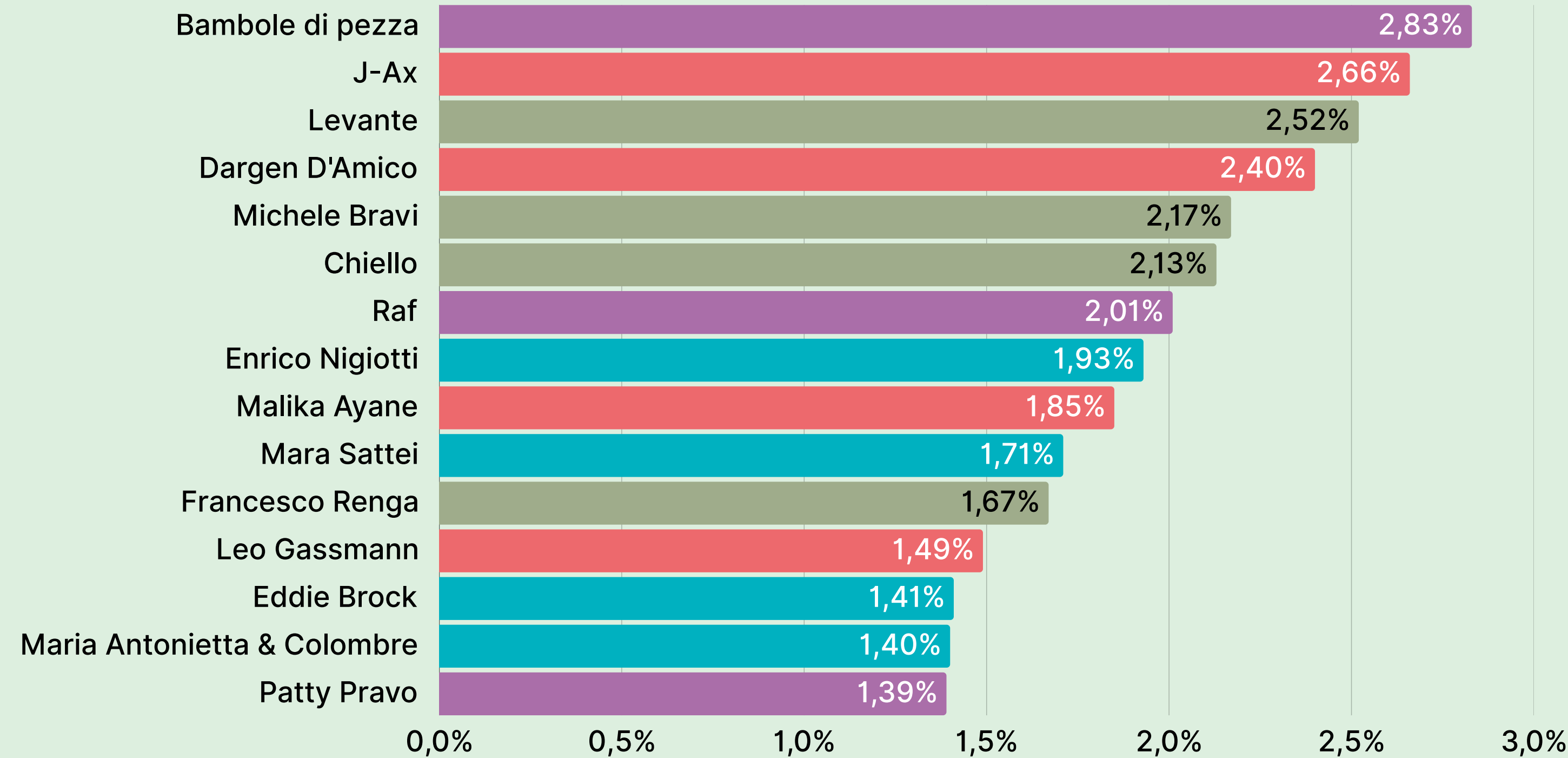
→ LA CLASSIFICA GENERALE: I PRIMI 15



26 febbraio 2026

Indice di vittoria: Sanremo Human Index

→ LA CLASSIFICA GENERALE: GLI ULTIMI 15



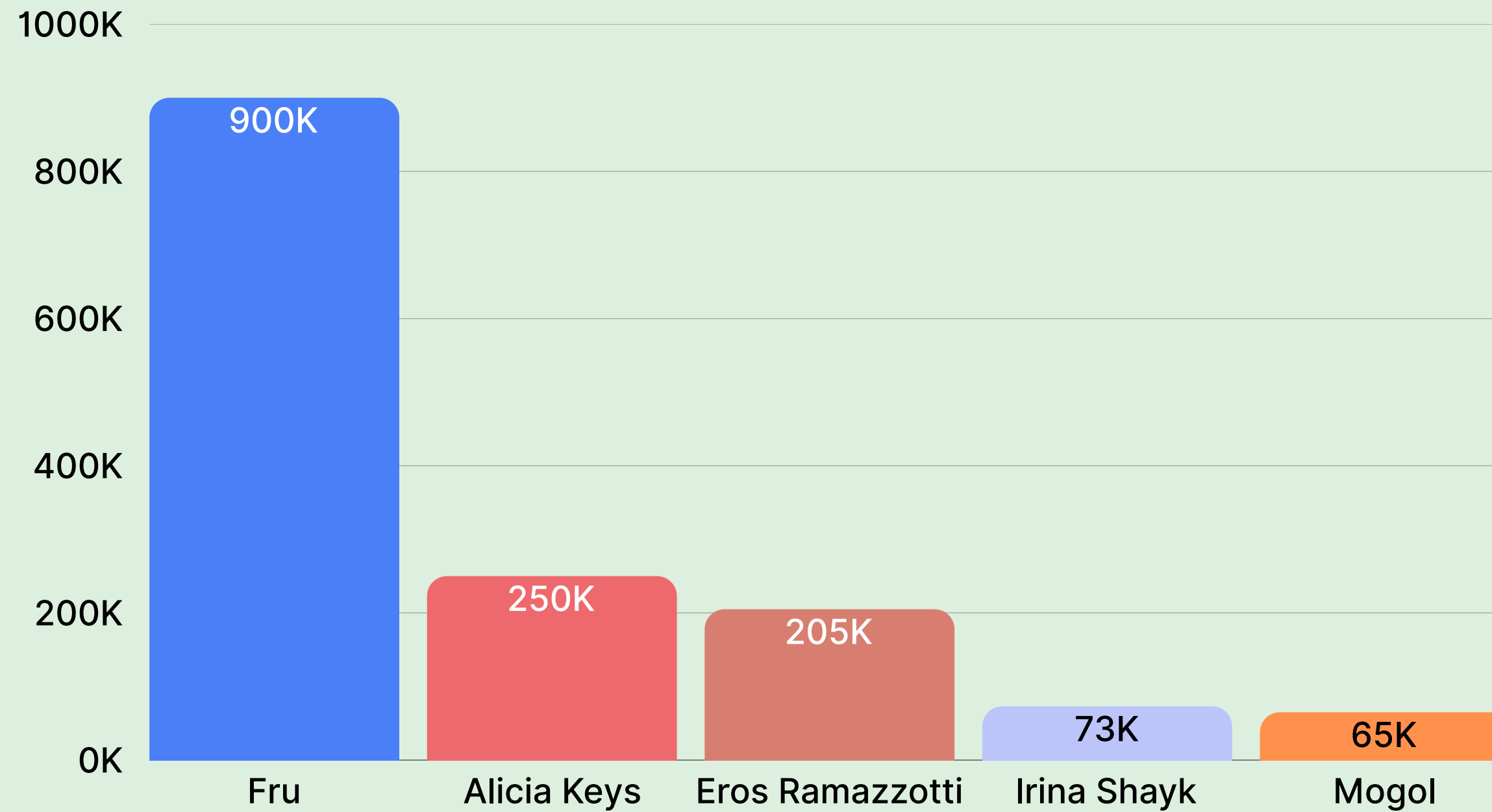
26 febbraio 2026

I momenti più commentati



Gli ospiti della serata

→ NUMERO DI INTERAZIONI



26 febbraio 2026

Il momento social più divertente

→ FRU DEI "THE JACKAL" CHE TORNA SUL PALCO, A SORPRESA, CON "THE KOLORS"



900K
INTERAZIONI

26 febbraio 2026

Il tormentone della serata



Arisa

E la gag per il Fantasanremo

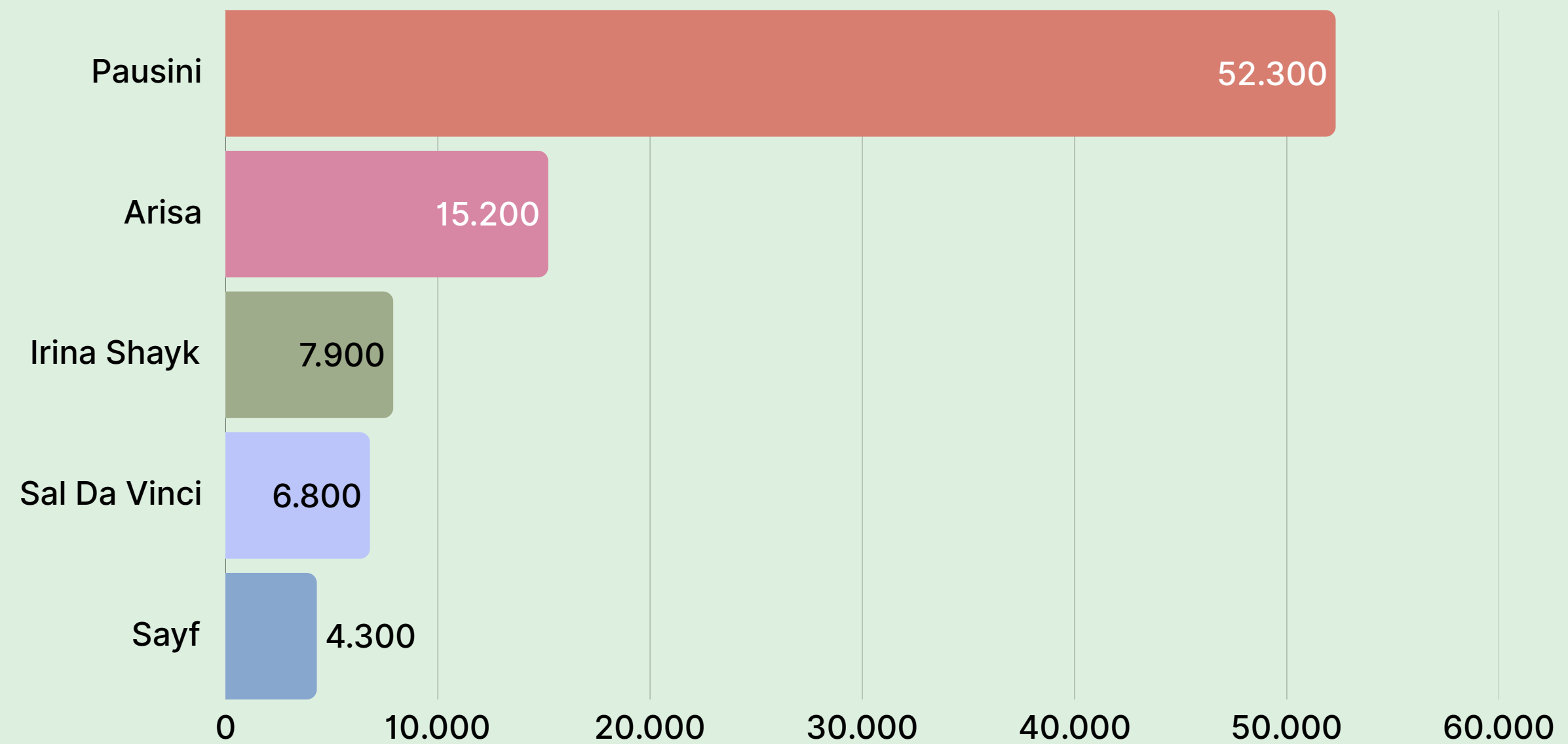
“ *Sei agitato?
Se avessi
bisogno di
tranquillanti...* ”

22K
INTERAZIONI

26 febbraio 2026

I look più discussi

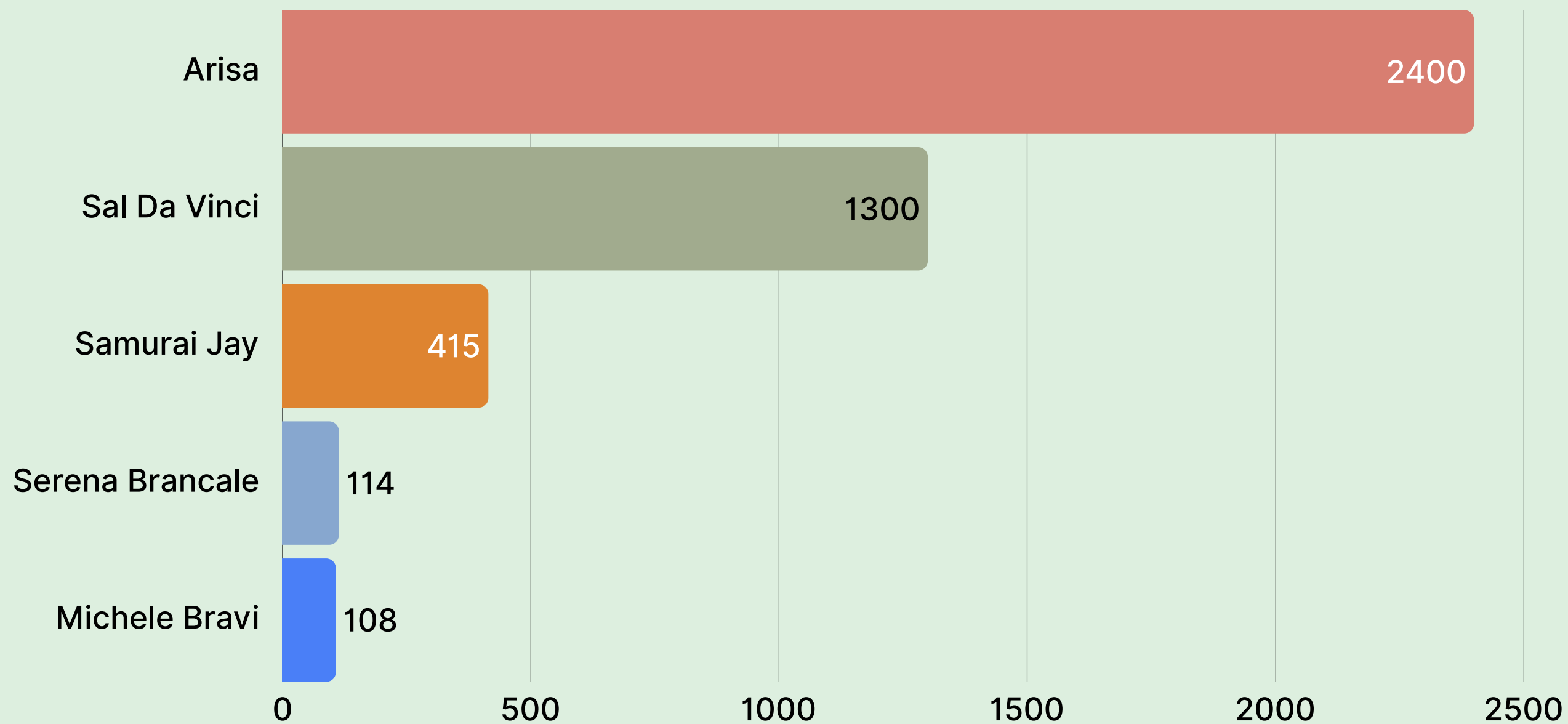
→ NUMERO DI INTERAZIONI



26 febbraio 2026

Focus fantasanremo: i più coinvolgenti

→ NUMERO DI INTERAZIONI



26 febbraio 2026

Nota metodologica



Human Data

Il rapporto è stato realizzato grazie a Human Data, piattaforma AI-driven sviluppata da Socialcom e Spin Factor, progettata per interpretare in tempo reale i dati della rete e dei social e trasformarli in informazioni chiare per guidare le scelte strategiche di aziende e istituzioni.

L'analisi si basa sull'elaborazione di contenuti pubblici provenienti da social network, siti di informazione, blog, forum e piattaforme video. I dati sono raccolti e processati attraverso tecnologie proprietarie di social e web listening, machine learning e natural language processing, che consentono di misurare volumi di conversazione e dinamiche di engagement attorno a temi, eventi e soggetti rilevanti.

Il Sanremo Human Index è un indicatore sintetico che integra fonti eterogenee per offrire una classifica digital dei cantanti in gara. L'indice pondera dati di ascolto online, livello di engagement, la crescita dei canali e il sentiment positivo, restituendo una percentuale intesa come probabilità di vittoria basata sui dati social. Ogni dimensione contribuisce alla costruzione dell'indice finale secondo pesi calibrati per garantire equilibrio tra performance mediatica, attenzione digitale e percezione pubblica.

I dati sono aggregati e analizzati in forma anonima e statistica, nel rispetto delle normative vigenti in materia di privacy e trattamento dei dati.



Human Data
THE AI COMPANY

humandata.it



Via della Scrofa, 117
00186 Roma



Viale Monte Nero, 55
20135 Milano



Via Vittoria Colonna 14,
80121 Napoli



P.Iva 11006441213
press@humandata.it

Human Data s.r.l