

## VareseNews

### E il festival “vende” l’hashtag #sanremo2017 su twitter

**Publicato:** Martedì 7 Febbraio 2017



Da qualche anno a questa parte l’Italia ha scoperto che guardare Sanremo commentandolo, davanti al divano, nella rete è più divertente: riempie i momenti noiosi, esorcizza le brutture, è un momento di aggregazione sociale e fa scoprire nuovi amici.

Per questo, sono in tantissimi quelli che si raccolgono in gruppi d’ascolto (come l’antico “Divano & Sanremo“, del 2009) o si uniscono al grande flusso di **Twitter**.

Un flusso talmente grande, quest’ultimo, da aver prodotto solo l’anno scorso **2,8 milioni di tweet** sul tema. Un pubblico davvero interessante per gli sponsor: e che la Rai ha capitalizzato in un modo che nemmeno ci si sognava potesse capitare: “vendendo” l’hashtag ufficiale, quello che tutti usano.

Chi twitta usando **#sanremo2017** vedrà comparire infatti **in automatico il logo di Tim**, main sponsor della trasmissione: una scelta che ha fatto imbufalire la parte della Rete, che si è già lanciata a cercare Hashtag alternativi.

I più gettonati sono due: il semplicissimo (e più corto) **#sanremo17** e il più “raffinato” **#sanremo2017** (identico graficamente, ma **con la o al posto dello zero**): e se quest’ultimo è molto utilizzato dai blog televisivi che vanno per la maggiore, come **DavideMaggio**, il primo, per la sua semplicità è stato già utilizzato soprattutto da altri partner e sponsor, che non “ci stanno” a pubblicizzare qualcun altro: tra i primi la **De Cecco**, sponsor di Casa Sanremo, e il profilo **ufficiale di “Amici”**, la nota trasmissione di Maria De Filippi che quest’anno ovviamente seguirà la manifestazione, ma che sembra non

amplificherà la fama dello sponsor.

**Stefania Radman**

stefania.radman@varesenews.it