

Tra “orgogliosi” e “sarcastici”, la risposta dei Social ai Referendum per l’Autonomia

La discussione sui Social si è caratterizzata come un tema di interesse tipicamente maschile (solo uomini tra i top influencer e 36% dei post totali che proviene da pubblico femminile) e un argomento prevalente tra i 25-34enni.

Il pubblico si è polarizzato tra chi ha manifestato il proprio supporto all’iniziativa e chi ha invece avuto un approccio più ironico e parodistico.

Oltre 68.000 le mention raccolte dal 17 al 23 ottobre, delle quali circa 11.000 nella giornata di consultazione.

Lussemburgo, 23 ottobre 2017 - Un referendum locale che sui social è scalato a tema nazionale, ma che ha appassionato quasi solamente il pubblico maschile e ha scatenato una polarizzazione di reazioni tra il supporto ai leader politici promotori dell’iniziativa e quello ad autori, giornalisti e vignettisti che hanno ironizzato sulle problematiche del voto elettronico e non solo.

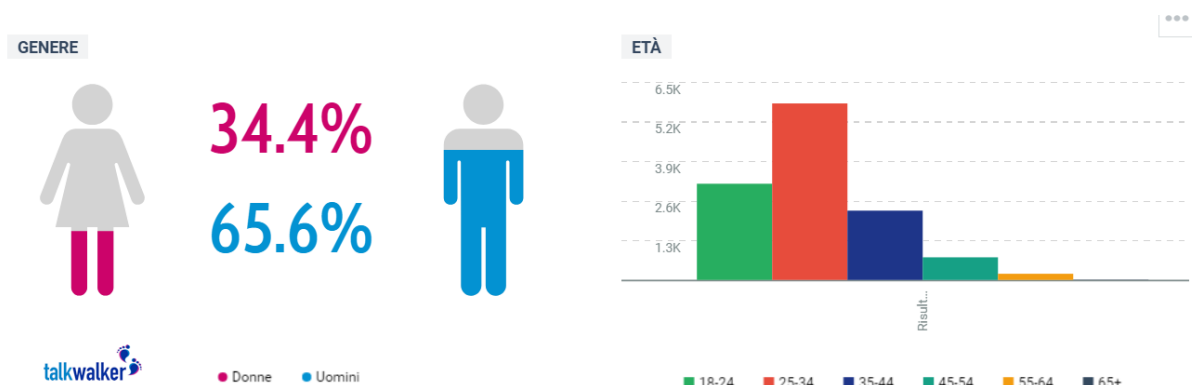
Questi i principali risultati dell’indagine condotta da Talkwalker, società leader mondiale di social media analytics, tra il 17 e il 23 ottobre.

Tra i post più condivisi infatti (la classifica engagement per mention misura il numero di interazioni medie con i post dell’account sul tema), oltre a quelli ad opera dei più attivi promotori politici dell’iniziativa (Matteo Salvini, Roberto Maroni e Giovanni Toti), troviamo quelli decisamente sarcastici dell’autore televisivo Marco Salvati, del giornalista e blogger Luca Bottura, del vignettista Mauro Biani oltre a quelli di due fake account satirici come “Le migliori frasi di Osho” e “Enrico Mentina”.

Influencers	Engagement per mention
Matteo Salvini @matteosalvinimi	734
Le frasi di Osho @lefrasi Diosho	614
Marco Salvati @marcosalvati	512
Luca Bottura @bravimabasta	413
Mauro Biani @maurobiani	238
Roberto Maroni @RobertoMaroni_	193.7
Simone Di Stefano @distefanoTW	187
Enrico Mentina @MentinaEnrico	171
Giovanni Toti @GiovanniToti	159
PASQUINO @pasquino2000	148

talkwalker

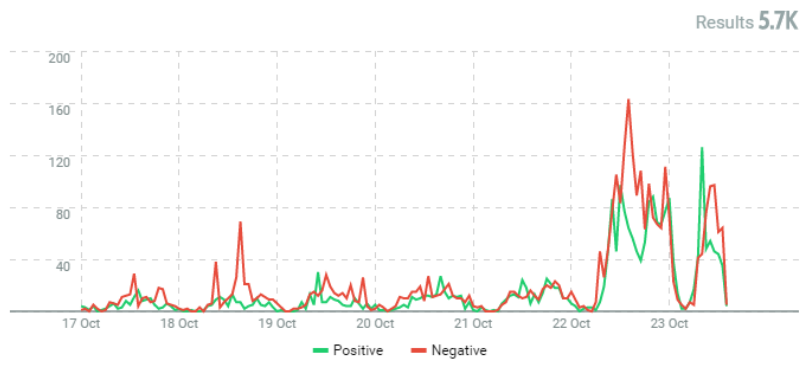
Dal punto di vista demografico, il coinvolgimento degli uomini (66%) è stato quasi doppio rispetto a quello del pubblico femminile (34%), la fascia d'età che ha reagito maggiormente al tema è stata quella più tipicamente attiva sui social (25-34 anni), seguita da quella dei più giovani (18-34) che superano la fascia 35-44.



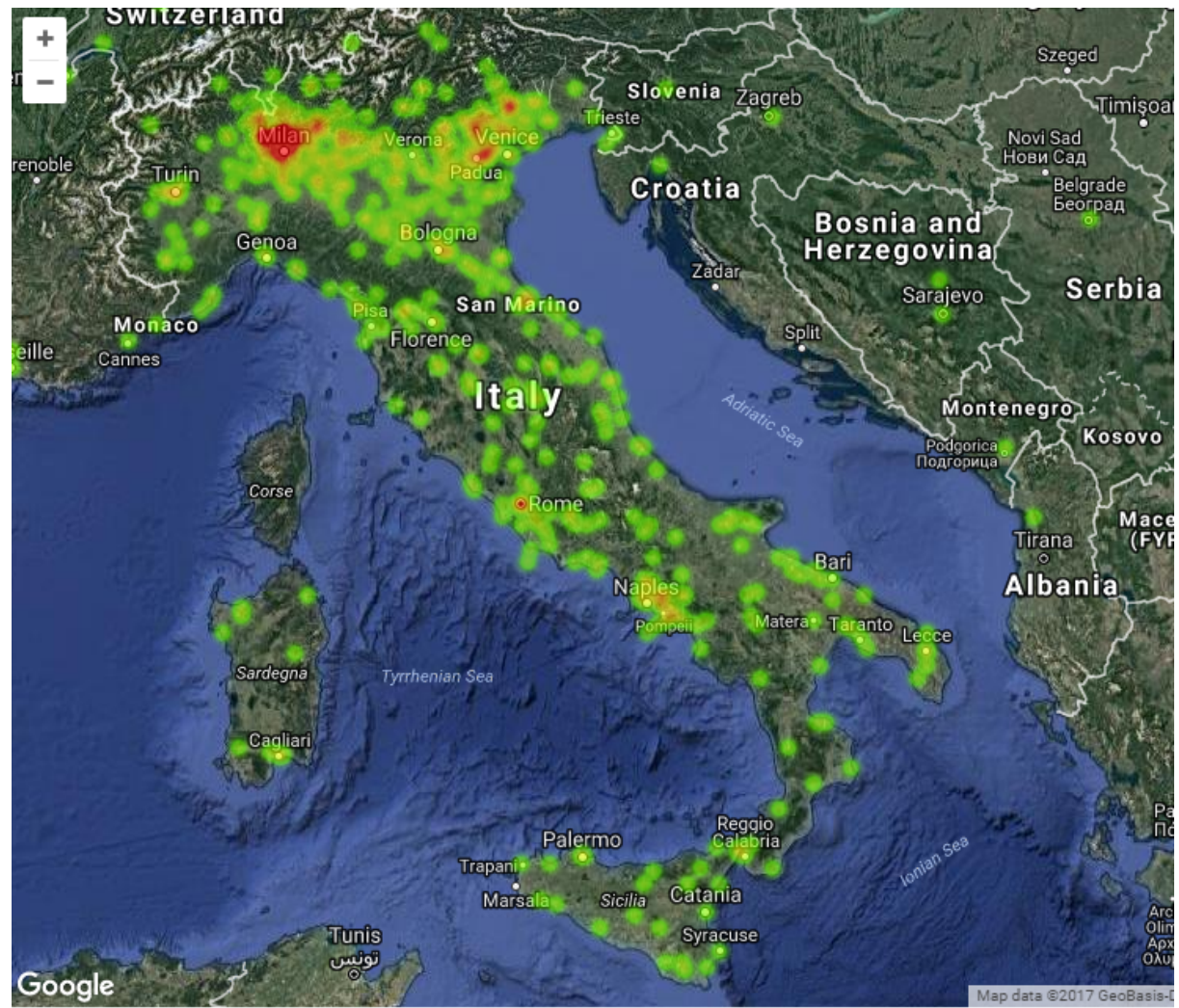
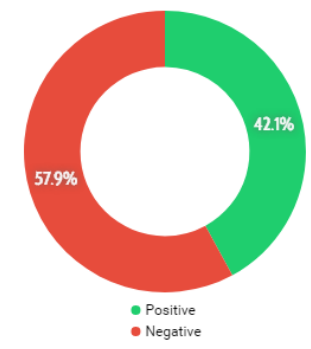
Le discussioni sul tema si sono concentrate proprio nella giornata del referendum (22 ottobre), con le menzioni dei termini “Referendum Autonomia” e l’hashtag #Referendum Autonomia hanno fatto registrare picchi oltre le 300 mention in coincidenza con gli orari di diffusione dei dati di affluenza.

Se estendiamo la ricerca all’intera settimana che ha preceduto la consultazione più il giorno successivo, le principali parole chiave e gli hashtag più diffusi hanno raccolto oltre 27 mila mention (oltre 11 mila solo nella giornata dedicata al voto).

SENTIMENT OVER TIME



SHARE OF SENTIMENT



A proposito di Talkwalker

Talkwalker è una soluzione di social listening e social media analytics riconosciuta a livello globale nel settore della web & data intelligence. La mission di Talkwalker è aiutare i brand e le agenzie a prendere decisioni strategiche partendo dall'analisi dei dati online, e a misurare in tempo reale le performance delle loro attività di digital marketing.

I costanti investimenti in avanzati sistemi di AI hanno permesso a Talkwalker di essere la prima piattaforma di social listening al mondo in grado di analizzare immagini e testo contemporaneamente.

<https://www.talkwalker.com/it>

<https://www.talkwalker.com/it/lanalisi-dei-social-media>

Ufficio Stampa

Mirandola Comunicazione

Tel +39 0524.574708 | talkwalker@mirandola.net

Daniele Gatti | daniele@mirandola.net +39 3938108869

Micaela Mauro | micaela.mauro@mirandola.net

Alessandra Fulgoni | alessandra@mirandola.net