

EUROPEE 2019

I RISULTATI WEB E DEI SOCIAL



Maxfone è una PMI innovativa e dinamica che opera nel settore delle tecnologie esponenziali (IoT) e Data Science. Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, si è radicata e distinta sul panorama Telco nazionale, per poi svilupparsi sul più ampio mercato Media.

Nel 2018 Maxfone è diventata la prima azienda italiana con un brevetto di Big Data Analysis, che comprende apparecchiatura e metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati: il modello SocialMeter Analysis.

Maxfone è inoltre diventata membro ufficiale, a novembre 2018, della Big Data Value Association (BDVA), partner della Commissione Europea che lavora a sostegno di ricerca, sviluppo, innovazione e promozione dei Big Data per porre l'Europa in prima linea nel settore.

A dicembre 2018, attraverso la sua consociata Instant Media Analyzer, di base ad Austin (Texas), Maxfone ha siglato un accordo con la Texas State University per un progetto di ricerca congiunto sullo sviluppo di nuovi algoritmi di machine learning.

© 2019, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di maggio

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Marketing

Ed. 1 Rev. 1



1020015000040566

Primo **brevetto** italiano in big data analysis
Apparecchiatura e metodo di acquisizione,
monitoraggio e analisi dati

La proprietà intellettuale della metodologia di analisi dei dati, della loro elaborazione e presentazione in forma di report, è di Maxfone Srl. Ogni utilizzo al di fuori della committenza è soggetto ad espressa richiesta scritta a Maxfone Srl che si riserva di concederne il permesso.

Maxfone Srl dichiara che le informazioni contenute nel report sono a supporto della gestione strategica e operativa, esse vanno utilizzate come strumenti di supporto e non sostitutivi delle scelte strategiche e operative da personale qualificato e competente. Fatte salve le generalità contenute nei presenti paragrafi, non garantiamo che l'utilizzo dei dati contenuti nel report porterà a qualsiasi forma di ricavo o di risultato. Il contenuto del presente documento costituisce materiale soggetto a copyright.

Ove citati, la proprietà intellettuale di altri brand appartiene all'azienda di riferimento.

SocialMeter Analysis® è un marchio registrato da Maxfone Srl.

EUROPEE 2019

I RISULTATI WEB E DEI SOCIAL

02

Introduzione

Premessa

- Dal 23 al 26 maggio 2019 si sono tenute, in ognuno dei 28 stati membri dell'Unione Europea, le elezioni volte a definire la nuova configurazione del Parlamento Europeo attraverso 751 deputati.

Il numero di Europarlamentari che l'Italia potrà avere in rappresentanza del Paese è 73 (più tre che saranno assegnati all'uscita del Regno Unito dalla UE).

Le Elezioni Europee sono state protagoniste, negli ultimi mesi, della conversazione politica che accompagna quotidianamente non soltanto gli italiani ma tutti i cittadini europei.

Attraverso l'analisi di un monitoraggio durato circa sette settimane, l'obiettivo del presente report è di tracciare un quadro indicativo di come elezioni siano state vissute online, comprendendo le dinamiche emerse, la visibilità delle figure politiche e dei partiti, e confrontando tutto ciò con i risultati reali delle Elezioni Europee 2019.



Setup delle ricerche

ANALISI WEB:

Time frame:

05 aprile 2018 - 27 maggio 2019

Keywords:

- Elezioni Europee
- Voto Europee

ANALISI TWITTER:

Time frame:

05 aprile 2018 - 27 maggio 2019

Keywords:

- #EUElections2019
- #ep2019
- #europee2019
- #elezionieuropee2019
- #elezionieuropee
- #ee2019



ELEZIONI EUROPEE 2019



PARAMETRI DI MONITORAGGIO

Periodo monitorato: dal 05/04 al 27/05 2019

Keyword monitorate: #EUelections2019; #ep2019; #europee2019; #elezionieuropee2019; #elezionieuropee; #ee2019

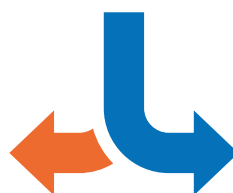
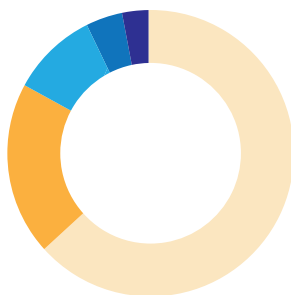
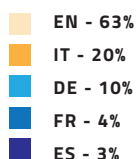
Lingue monitorate: EN, IT, DE, FR, ES



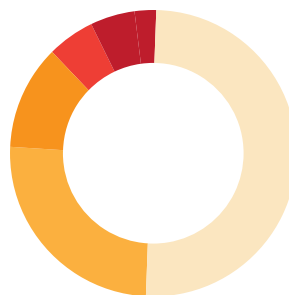
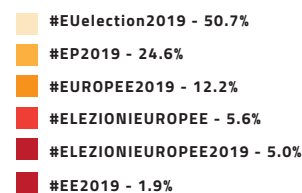
Durante il periodo di monitoraggio sono stati raccolti oltre 846.000 contenuti su Twitter, divisi per il 23,5% in tweet ed il 76,5% in retweet. I 237.000 utenti unici che li hanno pubblicati hanno utilizzato ed interagito con 53.000 hashtag unici, oltre ai principali sui quali è stato impostato il monitoraggio.

Questi grandi numeri, che raccolgono le opinioni di elettori, politici e giornalisti dei vari Paesi, ci forniscono una quantità importante di dati analizzabili, permettendoci di costruire un quadro generale approfondito. L'analisi ha preso in esame gli hashtag ufficiali annunciati dal Parlamento Europeo ed i principali utilizzati a livello italiano. I dati raccolti ci offrono quindi una panoramica del conversato internazionale, dalla quale traiamo insight utili attraverso gli hashtag ufficiali (più del 75% dei contenuti, come mostrato dal grafico sulla hashtag popularity) ed un focus sul nostro Paese.

LINGUE (PER LINGUA DEI CONTENUTI)

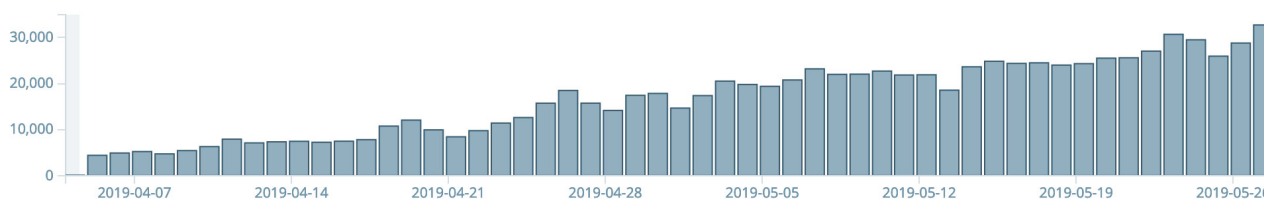


HASHTAG POPULARITY (KEYWORD MONITORATE)



I contenuti sono suddivisi in base alla lingua con la quale sono stati scritti. Il dato è indicativo delle lingue più usate, tuttavia non esclude che alcuni utenti abbiano scritto in una lingua differente rispetto a quella dello Stato di residenza.

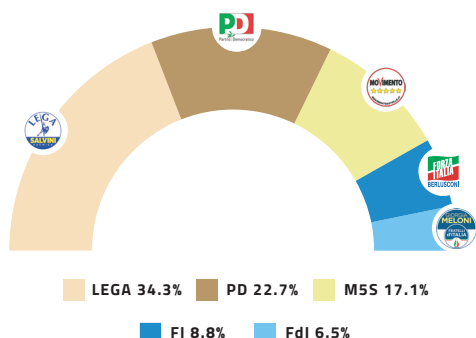
La suddivisione mostra la popolarità degli hashtag principali, sui quali è stato impostato l'osservatorio, indicando la percentuale di tweet raccolti che le contengono.



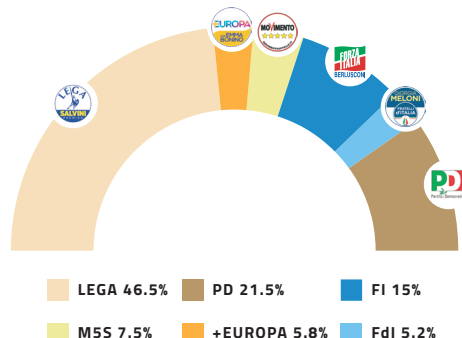
La timeline ci permette di visualizzare il flusso dei contenuti su Twitter, in continua crescita nel tempo, che termina con un picco di oltre 32.000 contenuti condivisi il giorno successivo alla chiusura dei seggi, quando sono stati pubblicati i risultati finali. Da notare come già quasi due mesi prima delle elezioni il conversato superasse i 5.000 contenuti giornalieri, dimostrando la centralità della tematica in molte conversazioni.



RISULTATI ELEZIONI EUROPEE (DATI UFFICIALI)



RISULTATI ELEZIONI TWITTER (MENZIONI DEL LEADER POLITICO + PARTITO)



Confrontando i risultati elettorali ufficiali con i dati estratti dall'analisi Twitter, possiamo notare una congruenza sui due partiti maggioritari, Lega e PD, che hanno ricevuto una notevole quantità di menzioni. Per quanto riguarda la prima, il risultato è stato accentuato ulteriormente sul social, arrivando quasi al 50% del totale del conversato relativo alle Europee in Italia. Segue in PD, che mantiene un punteggio molto vicino ai risultati reali delle elezioni.

La situazione cambia relativamente agli altri partiti ammessi, nonché quelli che hanno superato la soglia del 4%. Il Movimento 5 Stelle, con il suo leader Luigi di Maio, risultano infatti superati da Fratelli d'Italia, scambiandosi quasi i voti ottenuti nella realtà. Scende anche la percentuale di Fratelli d'Italia, mentre cresce quella di +Europa, di Emma Bonino, che supera, anche se di pochi punti, il partito di Giorgia Meloni. Mettere a confronto i due diversi scenari ci permette di capire quali possano essere stati i partiti maggiormente al centro delle discussioni, o quali abbiano sviluppato una campagna social e comunicativa più forte. Nonostante per la presente analisi non sia stato valutato il sentiment dei contenuti, è utile capire come la visibilità dei partiti e dei candidati sui social non si scosti di molto rispetto alla realtà, soprattutto per i partiti principali. Da tenere in presente è il fatto che il punteggio molto elevato raggiunto su Twitter da Lega e Matteo Salvini sia stato fortemente influenzato dai contenuti del giorno delle elezioni, essendo stati per tutta la giornata durante gli exit poll il primo partito italiano.

I CONTENUTI PIÙ RETWITTATI (MAGGIOR NUMERO DI RETWEET OTTENUTI)

1°



Netflix Italia @NetflixiT · 25 mag
Consigliato per tutti: #ElezioniEuropee. Occhio che la prossima stagione è tra 5 anni.

37 2529 8133

2°



Fabio @FabTheEuropean · 26 mag

In tutta #Europa sta crescendo un nuovo movimento verde attorno a temi centrali per il futuro: sviluppo sostenibile, ambientalismo, uguaglianza.

Da noi i #Verdi stanno al 2%.
La #Lega al 29%.

Vi rendete conto che abbiamo un problema, vero?

#ElezioniEuropee #maratonamentana

159 2157 6881

3°



UnKnOwnN @aR2100 · 26 mag

IN MOLTI PAESI D'EUROPA È ANDATO FORTE IL PARTITO VERDE CHE PREVEDE TRA I SUOI OBIETTIVI LA TUTELA DELL'AMBIENTE, IL RIFIUTO DI OGNI FORMA DI RAZZISMO E DISCRIMINAZIONE ETC...

IN ITALIA È ANDATO FORTE INVECE IL RITORNO AL MEDIOEVO...

#ElezioniEuropee
#maratonamentana

45 1582 5061

TOP USERS (IN ORDINE DI CONDIVISIONE DI CONTENUTI TWEET + RETWEET)



@MANUPAL067
CONTENUTI: 556



@PE_ITALIA
CONTENUTI: 309



@MARINO29B
CONTENUTI: 288

TOP MENTION (IN ORDINE DI MENZIONI DELL'ACCOUNT NEI CONTENUTI)



@CARLOCALENDA
MENZIONI: 11.367

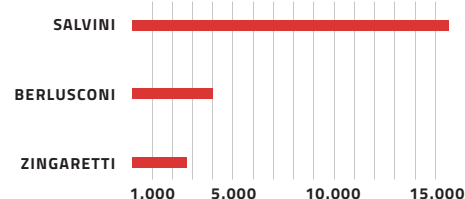


@SIAMOEUROPEI
MENZIONI: 4.925



@MATTEOSALVINIMI
MENZIONI: 4.395

TOP LEADER (IN ORDINE DI MENZIONI RICEVUTE NEI CONTENUTI)



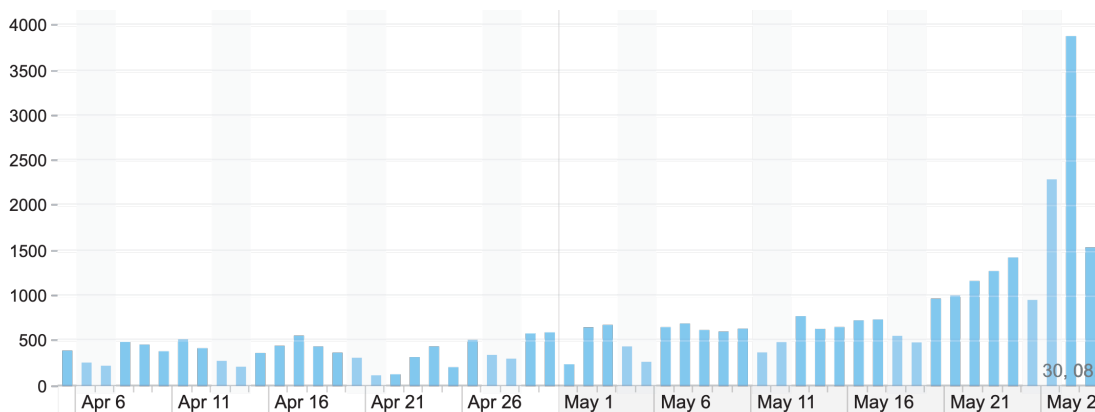
È interessante notare come i principali contenuti in ordine di retweet ottenuti non appartengano a politici; questi infatti molto spesso non hanno utilizzato gli hashtag ufficiali delle europee all'interno dei loro tweet. Il profilo italiano del Parlamento Europeo è invece tra i primi tre utenti in ordine di contenuti pubblicati. Notiamo un grande distacco in termini di menzioni del nome o profilo di Matteo Salvini rispetto agli altri due top leader: risultato che lo pone in netto vantaggio in termini di visibilità. Il leader del Movimento 5 Stelle Luigi di Maio non appare tra i tre politici più menzionati; su Twitter, infatti, è stato menzionato più frequentemente il partito del suo capo politico, a differenza della Lega che risulta meno citata rispetto a Salvini.



36.534

DOCUMENTI RACCOLTI
(ARTICOLI)

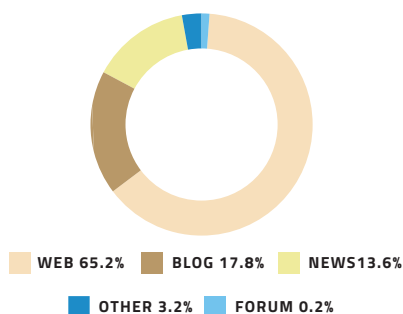
3.507

FONTI UNICHE
(OGNI FONTE VIENE CALCOLATA
SOLO UNA VOLTA)

La timeline del monitoraggio web mostra che a differenza dei contenuti raccolti su Twitter, quelli provenienti dal web non seguono una crescita omogenea, pur mantenendo stabile un alto volume di articoli pubblicati per la quasi totalità del periodo. Si verifica invece un picco a ridosso delle elezioni, in particolare nella giornata di

TOP FONTI
(IN ORDINE DI ARTICOLI PUBBLICATI)

TPI.IT	738
NOTIZIEOGGI.COM	586
LE-ULTIME-NOTIZIE.EU	538
AFFARITALIANI.IT	527
AUROFINSRL.COM	487

TIPOLOGIA FONTI
(SUDDIVISIONE PER CATEGORIE)PAROLE RILEVANTI
(TREND)LEADER PIÙ MENZIONATI
(IN ORDINE DI MENZIONI OTTENUTE)

10.862
4.967
3.106
2.699
2.515

MATTEO		SALVINI
LUIGI		DI MAIO
SILVIO		BERLUSCONI
NICOLA		ZINGARETTI
GIORGIA		MELONI

LEADER E QUOTIDIANI
(I QUOTIDIANI CHE HANNO MAGGIORMENTE
CITATO ONLINE IL SINGOLO LEADER)

ILSOLE24ORE
IL GIORNALE
IL GIORNALE
IL FOGLIO
IL GAZZETTINO

Come su Twitter, anche sul web Salvini risulta il leader politico più menzionato: un dato sottolineato dalla centralità del suo nome nella cloud delle parole più rilevanti correlate alle keyword di ricerca all'interno dei contenuti. Lo troviamo inoltre al primo posto in termini di menzioni. Nicola Zingaretti, pur essendo secondo nei risultati elettorali come segretario del PD, non risulta tanto menzionato quanto Di Maio e Berlusconi; negli articoli troviamo infatti maggiormente citato il nome del partito rispetto a quello del leader.

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

E: info@maxfone.it

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com