

ELEZIONI REGIONALI VENETO 2020

RISULTATI WEB E TWITTER

A blue silhouette map of the Veneto region is centered in the middle section of the cover. The background behind the map consists of a dark blue grid pattern that appears to recede into the distance, creating a sense of depth.

Elezioni regionali
Veneto 2020

Photo Credit: Money.it

SocialMeter è la divisione di Big Data analysis di Maxfone, primo data provider europeo indipendente che acquisisce e trasporta dati fornendo informazioni strategiche e analisi dei comportamenti, in modo facile e democratico.

Grazie allo sviluppo di algoritmi originali e alla maestria dei propri analisti, SocialMeter propone una conoscenza trasversale sui Big Data creando una catena del valore: dalla nascita del dato, alla raccolta, all'elaborazione fino alla trasformazione in una comunicazione strategica.

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, l'azienda 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.

© 2020, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di ottobre 2020

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Data Analisi

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.

ELEZIONI REGIONALI VENETO 2020

RISULTATI WEB E TWITTER

Premessa

■ Il 20 e il 21 settembre 2020 si sono tenute le elezioni regionali in Veneto.

In specifico risulta di interesse essendo la prima volta che un presidente di regione ha potuto tentare la rielezione per il terzo mandato consecutivo.

- Questo light report analizza i **dati Web e Twitter** confrontati ai risultati elettorali.

- **Il periodo di monitoraggio preso in esame va dall'1 settembre 2020 al 23 settembre 2020**, per avere una visione dell'andamento del conversato già dai 20 giorni prima delle elezioni.

- Sono stati attivati **due osservatori (uno Web e uno Twitter)** che andassero a ricercare le **keyword Elezioni Veneto e Veneto 2020**.

- Sono stati analizzati i singoli candidati mettendo in relazione la percentuale di voto con quella delle menzioni Web e Twitter.

- La stessa metodologia è stata applicata ai singoli partiti mettendo in relazione la percentuale di voto con quella delle menzioni Web e Twitter.

- È stato fatto un confronto Web e Twitter sulle città del Veneto più menzionate per osservare la differenza di parlato all'interno dei due canali.

Sono stati effettuati, inoltre, **due focus**:

- uno sulle **proiezioni nel tempo (a partire dal 2010) dei partiti con cui Luca Zaia si è presentato alle tre elezioni**;

- mentre l'altro focus ha messo in relazione le **menzioni ottenute, attraverso un monitoraggio attivato da gennaio ad aprile 2020 sul tema Coronavirus, la cui analisi era stata presentata su specifici report e prevedeva un approfondimento sulla popolarità Twitter/Web dei singoli presidenti di regione**.

Il focus ha preso in esame coloro che si sono ricandidati alle elezioni regionali del 20-21 settembre 2020 e **che sono stati riconfermati alla guida delle rispettive regioni (Campania, Veneto, Puglia, Liguria)**.

Nelle prossime pagine sono mostrati i dati relativi al monitoraggio delle Elezioni Regionali del Veneto 2020.

SetUp delle ricerche

Analisi Web:

Time frame:

01 settembre 2020 - 23 settembre 2020

Keywords:

- Elezioni Veneto
- Luca Zaia
- Arturo Lorenzoni
- Enrico Cappelletti
- Daniela Sbrollini

Analisi Twitter:

Time frame:

01 settembre 2020 - 23 settembre 2020

Keywords:

- Elezioni Veneto
- #veneto2020



I contenuti Web:

Sul Web, durante il periodo di monitoraggio (1 settembre - 23 settembre 2020) sono stati raccolti 4.824 articoli pubblicati da 941 fonti.

In Fig.1 è mostrato il grafico del flusso temporale: come si può notare i due giorni di picco sono stati il 21 e il 22 settembre 2020.

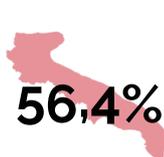


AFFLUENZA DI VOTO:

VENETO:



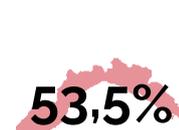
PUGLIA:



CAMPANIA:



LIGURIA:



DOCUMENTI TOTALI:
4.824



FONTI UNICHE:

941

TOP 3:

- ilgazzettino.it
- tgpadova.it
- corriere.it

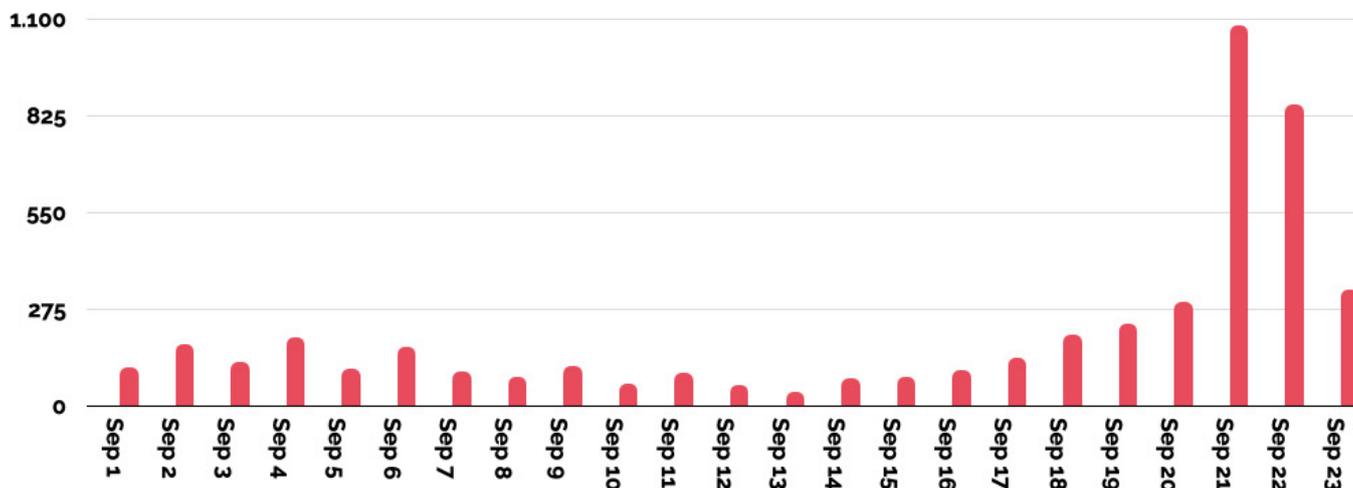


Fig.1 - Flusso del conversato sul Web



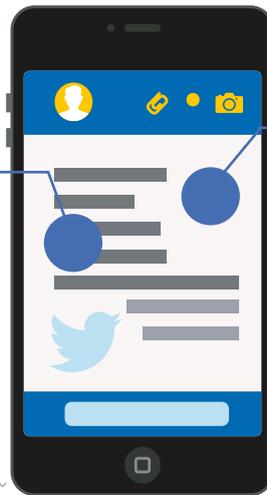
I contenuti Twitter:

Su Twitter, durante il periodo di monitoraggio (1 settembre - 23 settembre 2020) sono stati raccolti 3.403 contenuti (1.292 tweet e 2.111 retweet) pubblicati da 2.232 utenti unici. In Fig.2 è mostrato il grafico del flusso temporale: come si può notare i due giorni di picco sono stati il 21 e il 22 settembre 2020.

CONTENUTI TOTALI:
3.403

TWEET:
1.292

RETWEET:
2.111



UTENTI UNICI:
2.232

TOP ACCOUNT:

@infoiterno

@TgrVeneto

@mattinodipadova

TOP MENZIONI:

@you_trend

@repubblica

@AntonioNbo15

R Repubblica @repubblica · 22 set
Elezioni veneto, Zala vale tre volte la Lega: "Perché vinco? Io governo, non vado in giro a fare comizi"



Zala vale tre volte la Lega: "Perché vinco? Io governo, non vado in gir...
Il governatore stravince: il suo è un record assoluto. Rieletto per la terza volta con quasi il 76 per cento dei voti. Con Salvini nessuna ...
@rep.repubblica.it

102 172 1.037

TOP TWEET:

1.037 102 172

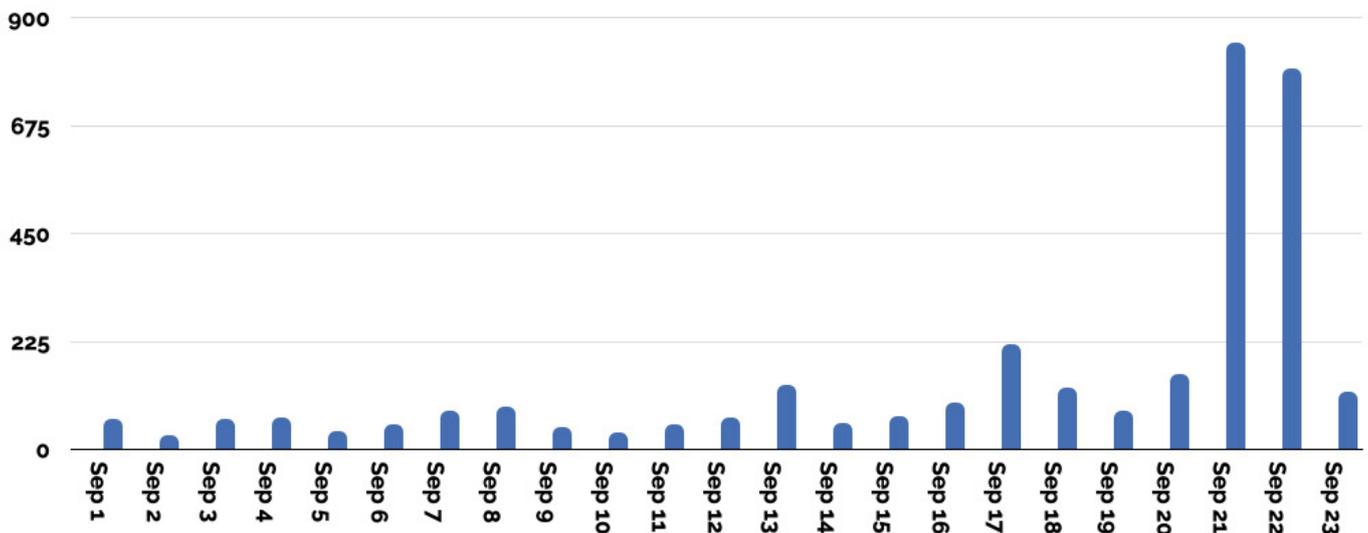
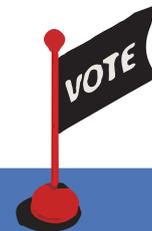


Fig.2 - Flusso del conversato su Twitter



Candidati più menzionati:

Di seguito sono riportate le menzioni Web e Twitter, estrapolate dai due osservatori tramite una ricerca interna negli osservatori, di tutti i candidati messe in relazione con i risultati elettorali: le tre percentuali (Voti, Menzioni Web e Menzioni Twitter) sono state comparate tra di loro per mettere in luce i canali dove hanno avuto più seguito i candidati.

01.

LUCA
ZAIA

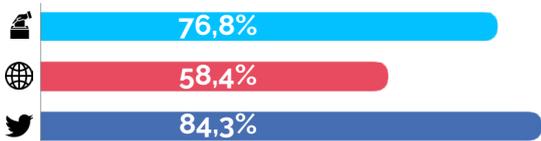


3.638

Web - menzioni totali

1.204

Twitter - menzioni totali



02.

ARTURO
LORENZONI

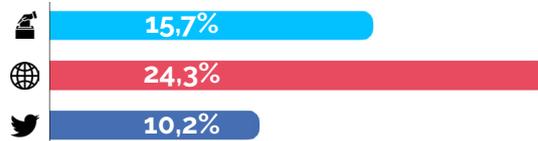


1.519

Web - menzioni totali

146

Twitter - menzioni totali



03.

ENRICO
CAPPELLETTI

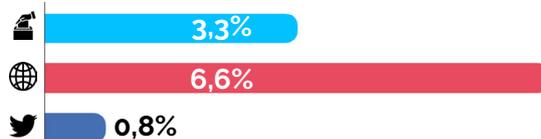


414

Web - menzioni totali

11

Twitter - menzioni totali



04.

PAOLO
GIROTTO

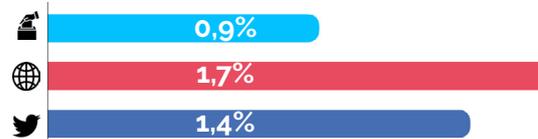


108

Web - menzioni totali

20

Twitter - menzioni totali

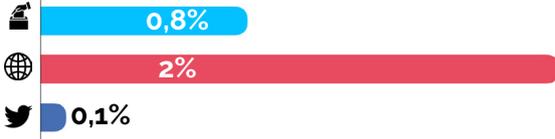


05.
ANTONIO GUADAGNINI




127 Web - menzioni totali

2 Twitter - menzioni totali

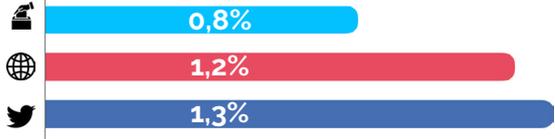


06.
PAOLO BENVENÙ




75 Web - menzioni totali

18 Twitter - menzioni totali

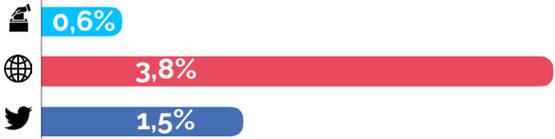


07.
DANIELA SBROLLINI




237 Web - menzioni totali

22 Twitter - menzioni totali

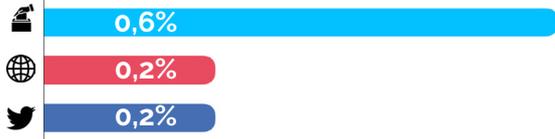


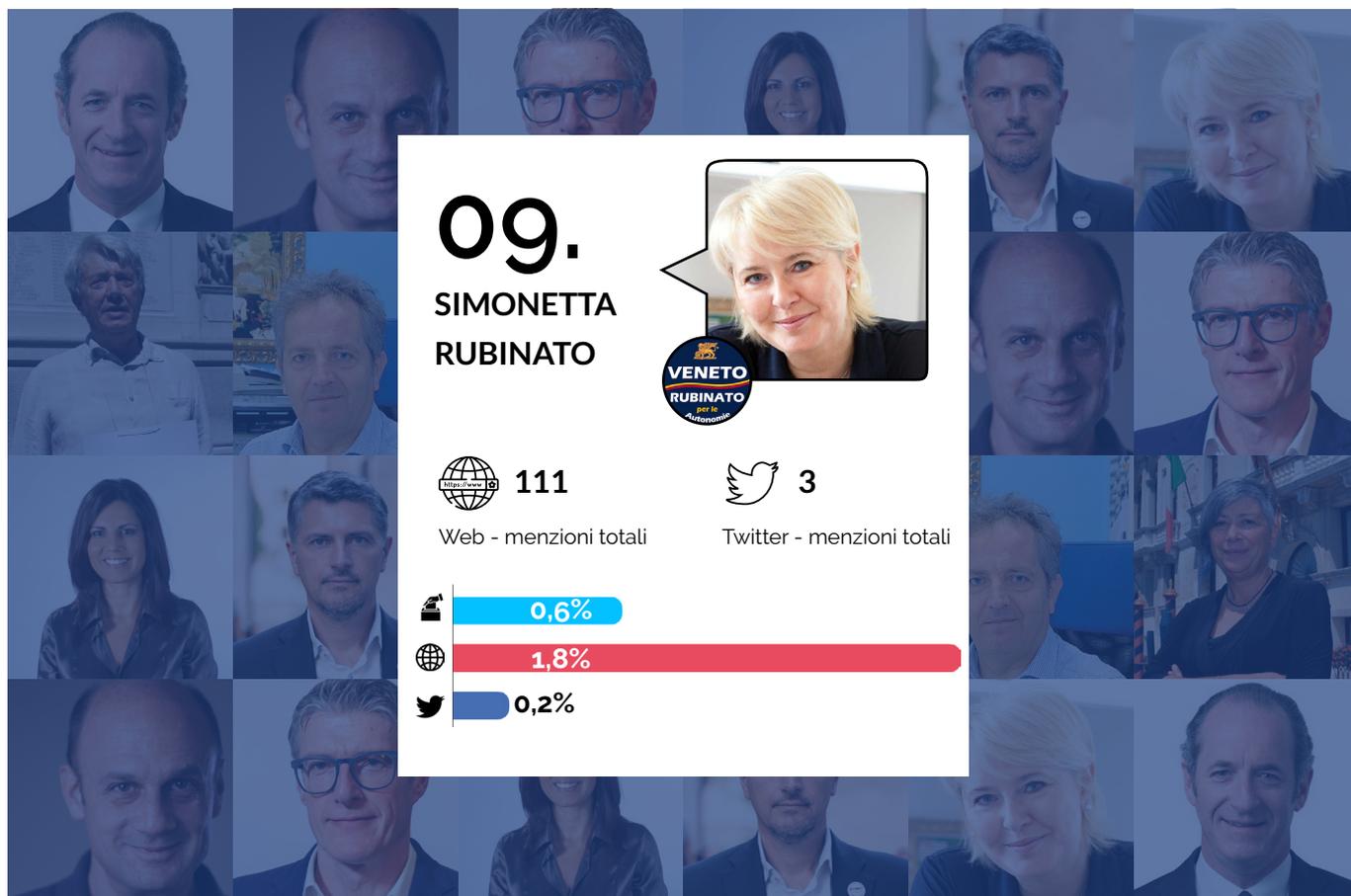
08.
PATRIZIA BARTELLE




13 Web - menzioni totali

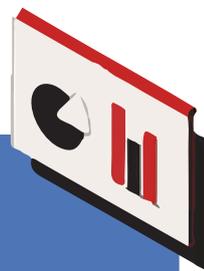
3 Twitter - menzioni totali





■ Luca Zaia vince incontrastato (con il 76,8% dei voti) sia sul Web (58,4% delle menzioni) che su Twitter (canale dove domina con l'84% delle menzioni).

Interessante notare come, per la maggior parte dei candidati, le menzioni Web risultino essere, in percentuale, il doppio (Arturo Lorenzoni, Enrico Cappelletti, Paolo Giroto e Antonio Guadagnini) e in alcuni casi il triplo (Daniela Sbrolini e Simonetta Rubinato) rispetto a quella dei risultati elettorali.



Partiti più menzionati:

Di seguito sono riportate le menzioni Web e Twitter, estrapolate dai due osservatori tramite ricerca interna negli osservatori, di tutti i partiti delle liste messe in relazione con i risultati elettorali: le tre percentuali (Voti, Menzioni Web e Menzioni Twitter) sono state comparate tra di loro per mettere in luce i canali dove hanno avuto più seguito i partiti politici.

ZAIA PRESIDENTE



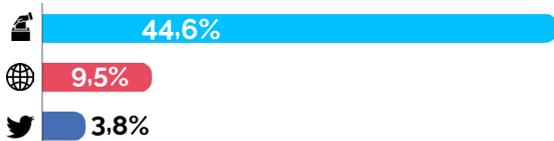
188

Web - menzioni totali



8

Twitter - menzioni totali



LEGA SALVINI



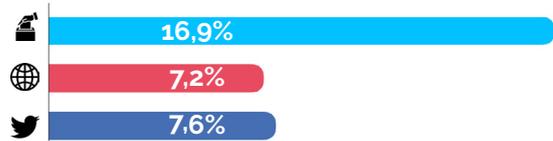
145

Web - menzioni totali



16

Twitter - menzioni totali



FRATELLI D'ITALIA



153

Web - menzioni totali



13

Twitter - menzioni totali



FORZA ITALIA



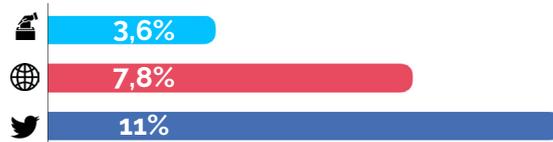
157

Web - menzioni totali



23

Twitter - menzioni totali



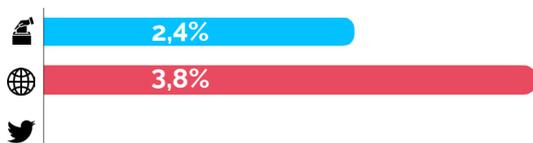
LISTA VENETA AUTONOMIA



Web - menzioni totali



Twitter - menzioni totali



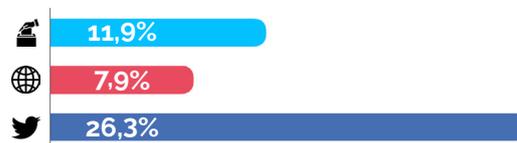
PARTITO DEMOCRATICO



Web - menzioni totali



Twitter - menzioni totali



IL VENETO CHE VOGLIAMO



Web - menzioni totali



Twitter - menzioni totali



EUROPA VERDE



Web - menzioni totali



Twitter - menzioni totali



+VENETO IN EUROPA



52



0

Web - menzioni totali

Twitter - menzioni totali



0,7%



2,6%



MOVIMENTO 5 STELLE



181



8

Web - menzioni totali

Twitter - menzioni totali



2,7%



9%



3,8%

SANCA AUTONOMIA



31



2

Web - menzioni totali

Twitter - menzioni totali



0,1%



1,6%



1%

MOVIMENTO 3V



83



2

Web - menzioni totali

Twitter - menzioni totali



0,7%



4,1%



1%

PARTITO DEI VENETI



96

Web - menzioni totali

0

Twitter - menzioni totali



RIFONDAZIONE PCI

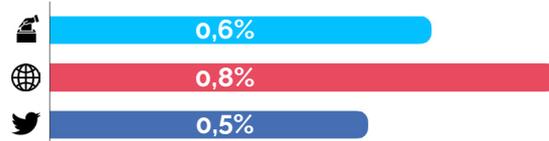


16

Web - menzioni totali

1

Twitter - menzioni totali



ITALIA VIVA



289

Web - menzioni totali

42

Twitter - menzioni totali



VENETO ECOLOGIA SOLIDARIETÀ



47

Web - menzioni totali

0

Twitter - menzioni totali





- Interessante notare come la Lista Civica Zaia Presidente, pur avendo ricevuto quasi il triplo dei voti rispetto a Lega Salvini, abbia avuto dei valori bassi di menzioni sul Web e su Twitter. Infatti, la forza di Zaia sta nella sua persona e sull'essersi decentralizzato dalla Lega Salvini ed aver anteposto la sua persona al partito: le menzioni Twitter del Presidente parlano chiaro (84%).

Mentre per altri partiti, come Partito Democratico, Il Veneto che vogliamo, Europa Verde e Italia Viva, risultano essere molto alte le menzioni sul Web o su Twitter ma, in confronto ai risultati, la percentuale cade a picco.



Città più menzionate:

In Fig.3 è riportato il grafico delle menzioni Web, estrapolate tramite ricerca interna col nome della città, dei capoluoghi di provincia del Veneto.

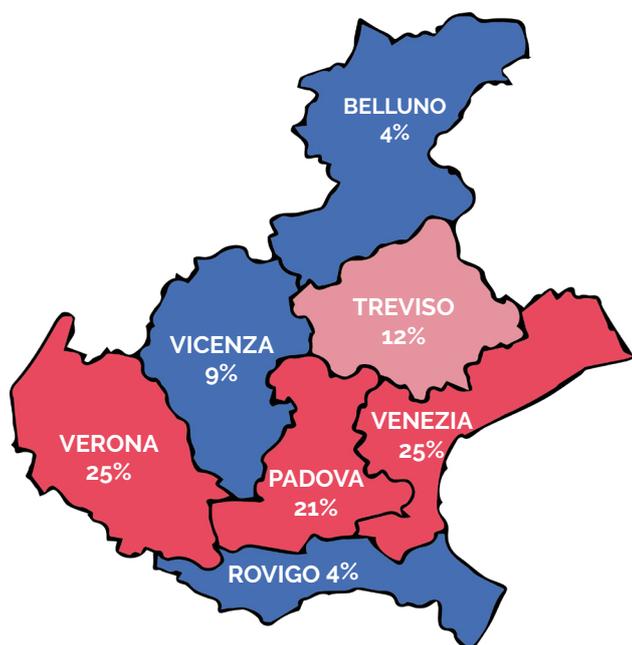
Verona e Venezia risultano essere quelle più menzionate col 25%, mentre Belluno e Rovigo quelle meno col 4%.

In Fig.4 è riportato il grafico delle menzioni Twitter, estrapolate tramite ricerca interna col nome della città, dei capoluoghi di provincia del Veneto.

Padova e Venezia risultano essere quelle più menzionate col 34% e 23%, mentre Rovigo e Vicenza quelle meno col 3% e 1%.

Interessante notare come rispetto alle menzioni Web Verona perde 16 punti percentuali e Belluno ne guadagna 16.

WEB



TWITTER

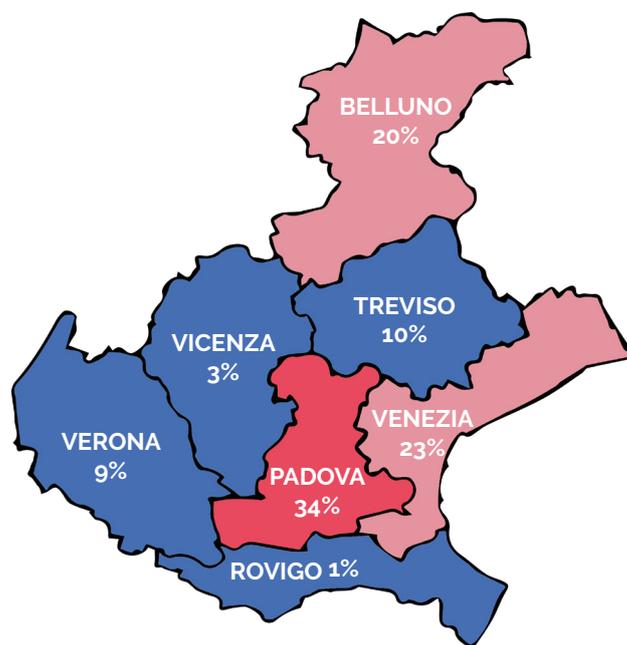


Fig.3 - Menzioni sul Web delle città del Veneto

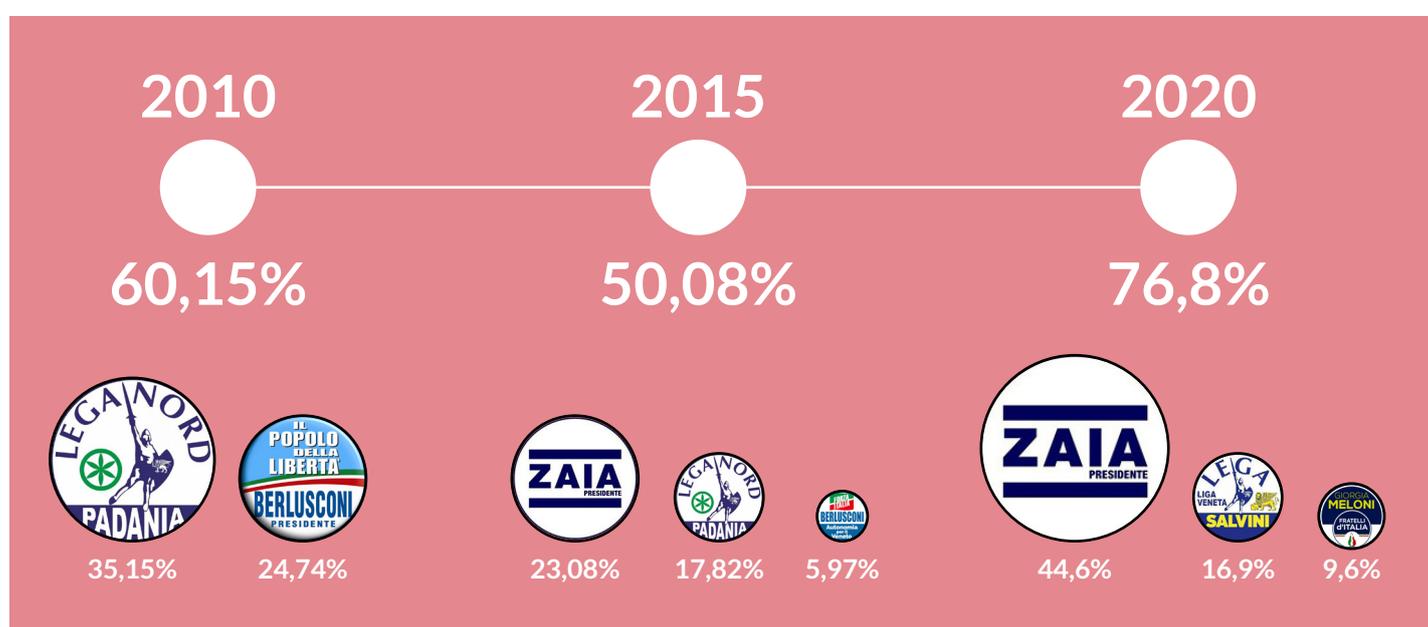
Fig.4 - Menzioni su Twitter delle città del Veneto



Focus: proiezioni nel tempo

Di seguito sono riportati i risultati delle ultime 3 elezioni regionali del Veneto, che hanno sempre visto come vincitore Luca Zaia. In specifico sono riportate le percentuali dei principali partiti politici con cui si è presentato il Presidente.

Interessante notare come, a queste elezioni regionali, la Lista Civica Luca Zaia abbia ulteriormente aumentato il divario con Lega Salvini, arrivando praticamente al triplo dei voti.



VOTI:

1.108.065

VOTI:

1.528.386

VOTI:

1.883.959

AFFLUENZA:

66,5%

AFFLUENZA:

57,2%

AFFLUENZA:

61,2%



Focus: Coronavirus

Durante il periodo di lockdown, sono stati attivati due osservatori: uno Web e uno Twitter relativi al Coronavirus. Il 20 e il 21 settembre 2020 oltre al Veneto sono andate al voto per eleggere il Presidente di Regione anche la Campania, la Liguria, le Marche, la Puglia e la Toscana. Di queste regioni sono state prese in esame quelle in cui il candidato uscente si fosse ricandidato (Campania, Veneto, Puglia e Liguria). Di seguito sono riportati, in ordine di menzioni ricevute rispetto a tutti i Presidenti di Regione durante il periodo di lockdown (periodo di monitoraggio: 21 gennaio - 20 aprile 2020), i Presidenti di Regione che si sono ricandidati e sono stati riconfermati alla guida della loro regione, con riportata la percentuale dei voti ottenuti a queste elezioni regionali.

02.

VINCENZO
DE LUCA
(CAMPANIA)



12.279 menzioni

1.864 10.415

69,5%

RICONFERMATO

05.

LUCA
ZAIA
(VENETO)



8.432 menzioni

2.519 5.913

76,8%

RICONFERMATO

06.

MICHELE
EMILIANO
(PUGLIA)



6.353 menzioni

322 6.031

46,8%

RICONFERMATO

10.

GIOVANNI
TOTI
(LIGURIA)



3.205 menzioni

538 2.667

56,1%

RICONFERMATO



I ringraziamenti di Zaia

Dopo la vittoria, Luca Zaia ha fatto un post di ringraziamenti solo su Instagram, mentre su Twitter e Facebook annunciava solamente la diretta in cui venivano commentati i risultati delle elezioni.

Il post di ringraziamento ha ottenuto 22.095 like e 540 commenti, a dimostrazione di quanto sia presente e seguito sui social Luca Zaia.

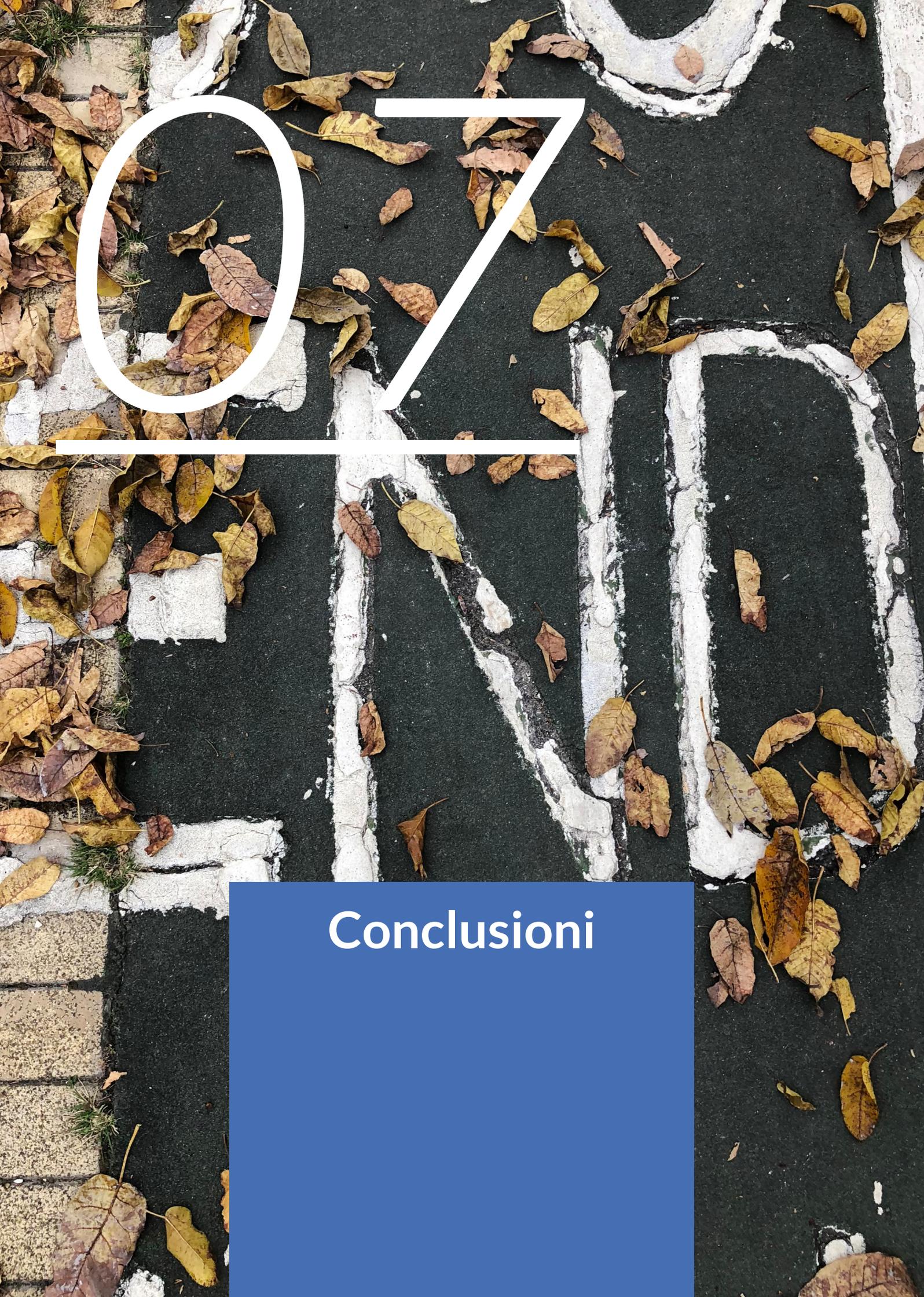


22.095



540





07

Conclusioni

Conclusioni:

- Le Elezioni Regionali del Veneto 2020 hanno visto per la terza volta come vincitore Luca Zaia. Rispetto alle scorse elezioni, il dato che emerge è la vittoria ottenuta grazie alla sua Lista Civica. Infatti, dal 2015 ha praticamente raddoppiato i numeri arrivando al 44,6% dei voti (quasi il triplo rispetto a quelli di Lega Salvini).

L'altro dato interessante è la presenza su Twitter da parte dei candidati: Luca Zaia ha ottenuto l'84% delle menzioni sul social network, acquisendo uno spazio mediatico non da poco rispetto ai suoi concorrenti.

Un ultimo aspetto importante che è emerso è stata la gestione dell'emergenza sanitaria che ha colpito il Paese da marzo a maggio 2020. Infatti, durante il periodo di lockdown, la maggior parte dei Presidenti di Regione hanno utilizzato molto Twitter per continuare a tenere informati i cittadini e, al tempo stesso, rafforzare la propria posizione con l'elettorato.

Tutti e quattro i Presidenti (De Luca, Zaia, Emiliano e Toti) che si sono ricandidati il 20-21 settembre 2020 sono stati riconfermati con successo alla guida della propria regione

08

Glossario



SocialMeter Suite è la piattaforma di Big Data analysis di Maxfone che permette, attraverso i diversi moduli, di analizzare, visualizzare e trarre valore immediato dalla grande mole di dati presenti sul web e sui social media. La Suite si basa sulla metodologia SocialMeter che, forte del primo brevetto italiano in Big Data analysis, utilizza tutte le più recenti tecnologie di Big Data Mining e Analytics.

Active Brand 24

by  social
meter

Tramite il modulo ActiveBrand 24, con un inserimento di una query di ricerca, ovvero di parole chiave che servono ad identificare una tematica specifica che si vuole andare a monitorare, la piattaforma rilascia i risultati di tale ricerca con uno storico di 6 mesi dal giorno in cui è stato fatto partire l'osservatorio.

Gli **articoli web** mostrati dalla piattaforma talvolta contengono al loro interno dati sporchi, cioè articoli che includono una delle parole della query di ricerca ma che non sono inerenti con il focus del progetto.

Dobbiamo comprendere quindi che il numero totale degli articoli trovati dal sistema di crawling non corrisponde al numero effettivo di articoli riguardanti il focus che si vuole approfondire, si tratta invece di un dato quantitativo che dovrà poi essere analizzato.

Pertanto, come primo passaggio risulta necessario ripulire l'osservatorio da tutti gli articoli non inerenti con la ricerca, al fine di ottenere il dato quantitativo reale degli articoli relativi al tema d'analisi.

Successivamente a questa fase, si possono implementare diverse operazioni volte alla suddivisione in categorie degli articoli trovati.

A questo punto inizia il processo d'analisi vero e proprio in cui, tramite i contenuti ripuliti, si esegue un'analisi qualitativa dei dati raccolti.

Social Finder

by  social
meter

Social Finder è lo strumento che monitora Twitter e Instagram 24 ore su 24, 7 giorni su 7, identificando e analizzando tutti i contenuti scelti da te. Il servizio ti permette di rilevare il parlato social relativo ai tuoi temi d'interesse, cogliere nuovi trend di mercato, esaminare l'efficacia delle più recenti campagne marketing o individuare gli influencer di specifici temi.

Le principali applicazioni di Social Finder sono:

- la raccolta del conversato relativo ad argomenti specifici su Twitter e Instagram, mediante la scelta di keyword e hashtag;
- l'identificazione degli influencer più attivi su Twitter e Instagram relativamente agli argomenti di interesse del proprio settore di riferimento;
- l'analisi qualitativa e quantitativa del conversato di temi specifici;
- l'individuazione di nuovi trend per ricerche di mercato basate sui comportamenti degli utenti online.

09



Metodologia

La rete rende disponibile un'enorme quantità di dati, grezzi e destrutturati, che necessitano di essere raccolti ed elaborati per essere tramutati in informazioni utili.

In una prima fase, algoritmi di crawling raccolgono questi dati che vengono acquisiti al fine di essere analizzabili per rispondere a specifiche richieste. In questa fase viene effettuata una qualificazione delle fonti web.

I dati raccolti dalla rete (web, social, forum, blog, ecc.) si definiscono dati acquisiti, che attraverso la piattaforma SMA Meter sono elaborati, organizzati e visualizzati per essere trasformati in informazione, pronti per una successiva analisi da parte degli analisti o del cliente.

La ricerca può essere costantemente ricalibrata attraverso i filtri o le chiavi di ricerca affinché l'output sia in linea con le necessità del cliente, in un processo che si può definire adattivo.

Le informazioni sono dunque analizzate strategicamente dagli analisti di Maxfone, il cui intervento consulenziale permette di produrre un'analisi quantitativa (data analytics) e qualitativa (analisi semantica) che rappresenta il valore aggiunto della filosofia SocialMeter Suite. L'output che ne risulta è dunque conoscenza strategica per il cliente.



Più nello specifico, la nostra metodologia è rappresentabile con il seguente flusso:

- Data mining
- Data analytics
- Analisi qualitativa semantica e semiotica
- Supporto strategico

La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

Il processo di data analytics si concretizza nell'analisi quantitativa del dato pulito attraverso processi di business intelligence.

La fase del processo dedicata all'analisi qualitativa (semantica e semiotica) si basa su tecniche di text mining e image recognition, supportata da un intervento umano al fine di creare un valore aggiunto. Il processo di analisi è quindi reso possibile dalla tecnologia abilitante in congiunzione con l'intervento umano.

Il supporto strategico rappresenta l'output finale utile al cliente, espresso sotto forma di report o infografica.

Il metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati di Maxfone detiene il primo brevetto italiano in Big Data Analysis (brevetto n°1020015000040566).

10



Codice Etico

Etica e Big Data

L'introduzione di un insieme di tecnologie e di metodologie di analisi di dati massivi, per scoprire i legami tra fenomeni diversi e prevedere quelli futuri, ha acuito la necessità di stabilire sistemi di analisi e di generazione di conoscenza che tengano conto dei principi etici fondamentali che dovrebbero regolare la convivenza civile.

Ci riferiamo, in particolare, ai Big Data e alla capacità di estrapolare, analizzare e mettere in relazione tra loro un'enorme quantità di dati eterogenei – strutturati e non strutturati.

Riteniamo che l'uso dei Big Data, se orientato all'analisi e alla ricerca e in linea con la protezione della privacy, sia un ottimo strumento per le persone, per la società e per le imprese.

Ispirandoci a quanto contenuto nell'Ethical Checklist abbiamo individuato, anche con l'aiuto di consulenti esperti esterni all'azienda, i principi fondamentali per lo sviluppo di una metodologia che definisse i parametri rilevanti per tutto il ciclo di "lavorazione" del dato, dall'acquisizione all'analisi finale.

L'innovazione esponenziale degli ultimi anni ha inciso in modo decisivo nello sviluppo dell'analisi dei Big Data; in effetti, mutamenti costanti ed evoluzioni tecnologiche ci obbligano costantemente al monitoraggio dei parametri rilevanti al fine di comprendere quali siano gli opportuni compromessi che permettano di integrare le questioni etiche nei processi di selezione ed esplorazione dei dati.

Nell'attuale versione del codice etico, questi parametri sono posti alla nostra costante attenzione:

- **Responsabilità (accountability)** – capacità di un fornitore di dati di controllare che questi vengano usati in modo corretto secondo regole prestabilite; assicurare comprensibilità e interpretabilità dei risultati;
 - **Equità (fairness)** – può essere considerata come non discriminazione o non polarizzazione (bias) dei risultati (per esempio con un ordinamento prioritario eticamente scorretto);
 - **Autorevolezza (reliability)** – garanzia della qualità della sorgente in termini di origine (provenance) dei dati che mette a disposizione, della loro autenticità (ad esempio facendo uso di metadati);
 - **Diversità (diversity)** – differenziazione delle sorgenti per evitare polarizzazioni;
 - **Qualità dei dati (data quality)** – principalmente precisione, accuratezza, completezza, correttezza, tempestività di aggiornamento;
 - **Protezione dei dati (data protection)** – sicurezza e privacy in conformità con le normative vigenti.
- La nostra metodologia introduce per la prima volta nel mercato un modello articolato con fasi specifiche:
- Selezione delle sorgenti contenenti i dati di interesse ai fini della ricerca o dell'analisi che si desidera svolgere;
 - Integrazione dei dati contenuti nelle sorgenti pertinenti all'obiettivo di interesse;
 - Estrazione della conoscenza, mediante il metodo, o i metodi, più appropriati.
- **Trasparenza (transparency)** – possibilità da parte dell'utente di sapere e controllare quali dei propri dati vengono memorizzati e come vengono utilizzati;

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

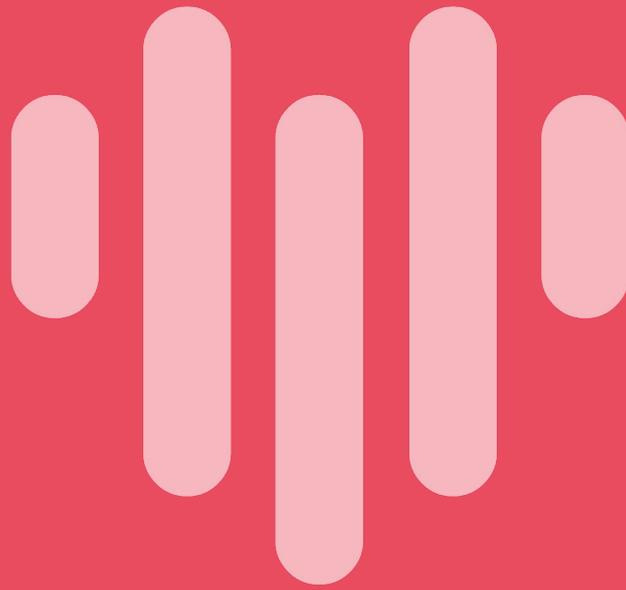
E: info@socialmeter.it
www.socialmeter.it
[#socialmeter](https://twitter.com/socialmeter)

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com



#socialmeter

#veneto2020 #elezioniregionali #bigdata