Expo Milano 2015: su FB e Twitter se ne parla meno, ma sempre bene

schermata-2015-07-20-a-132323-e16e37bd

Expo Milano 2015, secondo l'Osservatorio di Blogmeter, nell'ultimo mese è cambiato qualcosa su Facebook e Twitter: le citazioni, infatti, sono diminuite. Dell'Esposizione Universale, in pratica, si parla meno che all'inizio. Ma se ne parla sempre bene e con un certo entusiasmo. Vediamo nel dettaglio. Rispetto allo scorso mese, in cui erano stati raccolti ben 1,3 milioni di messaggi inerenti all'Expo, a giugno il numero di citazioni in rete diminuisce del 57%: una riduzione più che comprensibile, considerando che a maggio la maggior parte delle conversazioni si è concentrata nella giornata dell'inaugurazione. Su Facebook assistiamo ad una diminuzione del total engagement del 69% mentre i fan continuano a crescere, +85000. In crescita anche su Twitter il numero di seguaci (+46.000), mentre è in calo il numero delle unique impression (-13,1%). Buzz online in calo, dunque. Non così però il sentiment che si riconferma più che positivo. Tra gli argomenti più chiacchierati e apprezzati online spiccano l'Albero della Vita, i padiglioni, tra i quali il più amato si riconferma quello Italia, e le visite di personalità internazionali. Grande attesa in particolare è stata riservata per la Michelle Obama, il cui profilo Twitter ufficiale è tra i più menzionati del mese, mentre il momento più coinvolgente sui social si è rivelato l'incontro con Emma Bonino e Agnese Renzi, twittato dal profilo di WomenForExpo. Un altro argomento che ha suscitato l'interesse degli internauti è stata l'iniziativa delle #WomensWeeks, il progetto di Expo Milano 2015 in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori che per la prima volta pone le donne al centro di un'Esposizione Universale. Nel periodo considerato il messaggio dedicato ad Expo che ha generato il maggior numero di interazioni è stato il tweet del vincitore della 7° edizione di X Factor, Michele Bravi.

Cosa piace di più

Su entrambi i social, emerge che i post e tweet più attrattivi sono quelli relativi ai National Days di Expo che costituiscono un elogio alle varie nazioni partecipanti, e le cui celebrazioni ispirate dalle

varie culture catturano particolarmente l’attenzione degli utenti. Ne è un esempio il video postato su Facebook che ritrae un momento dei festeggiamenti per il National Day dell’Irlanda; o ancora le immagini condivise nella giornata dell’Ecuador. Ma il vero protagonista si riconferma il cibo: l’iniziativa che ha generato un boom di interazioni è stata la realizzazione della pizza più lunga del mondo (1,5 km) che, con i suoi 80 pizzaioli, 1.500 kg di pomodoro, 1.700 kg di mozzarella e cinque forni mobili, si è aggiudicata il Guinness World Record prima di essere offerta ai partecipanti. A catturare l’attenzione degli utenti è stato anche lo scopo benefico dell’iniziativa ideata dalla Fondazione Banco Alimentare Onlus: 300 mt di pizza infatti sono stati donati ai più bisognosi.

Instagram e i suoi protagonisti

Contrariamente a quanto è stato registrato per FB e Twitter, Instagram rimane pressoché invariato: tra i tre social, infati, è quello i cui numeri rimangono più stabili. Il total engagement infatti si riduce solo di 5,2 punti percentuali mentre i follower continuano a crescere esponenzialmente, +182.200 rispetto a maggio. Il merito di questo successo è la condivisione di scatti altamente suggestivi, la maggior parte dei quali immortalano lo spettacolo dell’Albero della Vita in tutte le sue sfaccettature. Infine, esaminando gli hashtag pubblicati dall’account di Expo che collezionano il maggior numero di interazioni tra gli utenti, sono da annoverare #faccedaexpo che raccoglie tutti le impressioni e i pareri di coloro che hanno visitato il sito espositivo ed #expotube attraverso cui viene promosso il nuovo canale Youtube di Expo 2015 aperto a fine maggio che racconta tutti i momenti salienti dell’evento.