

UN ANNO DOPO

26/09/2022 → 25/09/2023

I follower
di Giorgia Meloni
crescono di
3,2 milioni

Elly Schlein,
dall'entusiasmo
al riflusso
emotivo

Per la prima
volta i leader
maschi cedono
il passo

arcadia®

Abstract

È stato un anno solcato in profondità da **due leader donna**, che si sono prese la scena, a tratti addirittura monopolizzandola, relegando a spazi più ristretti di audience tutti gli altri politici.

È stato l'anno digitale di **Giorgia Meloni**, che ha sbaragliato tutta la concorrenza, interna alla coalizione di centro-destra, e quella presente sul fronte composito delle opposizioni. In rete, nei dodici mesi successivi al voto del 25 settembre, la keyword nominativa ha incassato **639 mila menzioni** che hanno generato un volume di parlato complessivo **154 milioni di interazioni**.

Ma, come detto, è stato anche l'anno di **Elly Schlein**, che ha sfruttato al massimo **l'effetto trascinamento** che le è stato garantito dall'elezione a segretaria nazionale del Partito Democratico e che ha fatto scattare on line e sulle piattaforme social

un'attenzione e un interesse assai corposi. I **nuovi follower** sono sbocciati con percentuali assai elevate, solo su **Instagram**, ad esempio, la crescita è stata del **274%** mentre su X i follower sono aumentati di un altro 80%, così come, in rete, l'engagement generato a partire dalla keyword nominativa è stato secondo solo a quello, decisamente più straordinario, di Giorgia Meloni.

Proprio l'attuale **Presidente del Consiglio**, che da qualche mese ha ampliato la sua social suite con l'attivazione di un account su **LinkedIn**, ha fatto segnare in questo anno delle performance che hanno scavato un fossato profondo e che le hanno restituito una strutturata **percezione reputazionale**. Qui, per comodità, è utile citare altri tre dati quantitativi oltre a quelli già menzionati: l'incremento totale sulle quattro principali piattaforme social di **nuovi follower è stato di 3,2 milioni**, i primi dieci contenuti video

pubblicati su **TikTok** hanno totalizzato oltre **38 milioni di visualizzazioni** e i primi dieci post su **Instagram** hanno incassato complessivamente oltre **2,5 milioni di like**.

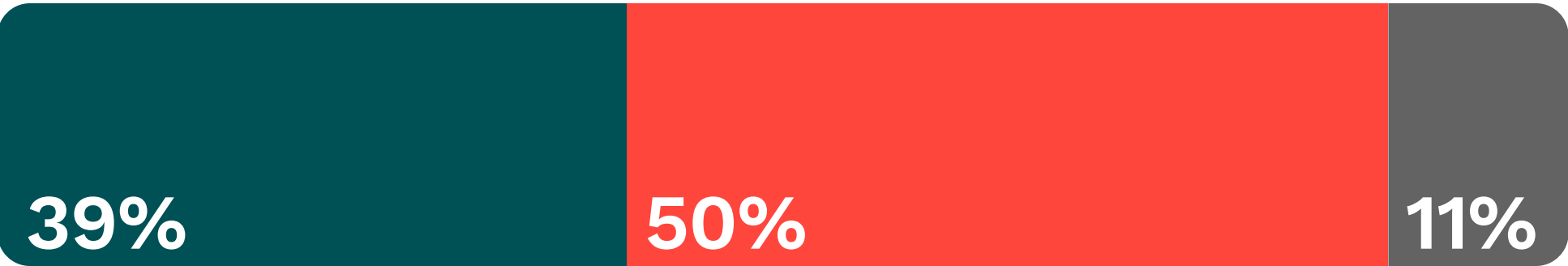
Sul fronte "**maschile**", invece, ci sono due coppie di leader che in qualche misura si equivalgono pur con lievi differenze tra social e rete. Nella prima ci sono **Matteo Salvini** e **Giuseppe Conte**, con il leader leghista che a fronte di un numero minore di menzioni digitali (162 mila) riesce a coinvolgere maggiormente facendo segnare un engagement finale di 28 milioni di interazioni rispetto ai 20,6 milioni dell'ex premier. Nella seconda, invece, è **Matteo Renzi** a distanziare l'ex alleato **Carlo Calenda** sia nel numero totale di menzioni e del coinvolgimento, così come nella quota più ampia di sentiment positivo.



Giorgia Meloni

Sono passati dodici mesi dalla vittoria elettorale, e gli italiani online continuano a confermarle un **atteggiamento sostanzialmente positivo** che trova riscontro nel **sentiment** pari al 39%, il più consistente tra tutti i leader, e relativamente al presidio social in una crescita costante e importante di **nuovi follower**. Un segno di stima reputazionale che ha trovato i due picchi più significativi su **Instagram** (con **l'89%** di crescita) e su **TikTok** (con il **430%**). L'incremento di quest'ultima piattaforma è in **assoluto quello più ampio registrato tra tutti i leader**.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

639,5 K

Engagement

154 M

	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	2,10%	18%
Instagram	4,70%	89%
X (ex Twitter)	0,78%	53%
TIKTOK	1,60%	430%



Giorgia Meloni

Nei dodici mesi che Meloni si lascia alle spalle il **primo quadrimestre** è quello più significativo non solo per il **valore medio del sentiment positivo**, del **42%**, ma anche per la capacità di monopolizzare le discussioni digitali. Da settembre a gennaio le **menzioni** superano la quota di **310 mila** e l’engagement totale addirittura va oltre i **100 milioni**.

Mood Positivo (%)	Mood Negativo (%)	Totale Menzioni (K)	Engagement (M)
26.09 - 25.10.2022			
48	40	132,1	48,7
26.10 - 25.11. 2022			
39	49	87,5	25
26.11 - 25.12.2022			
40	49	52	10,7
26.12 - 25.01.2023			
41	48	41,3	7,5



Giorgia Meloni

Il **secondo quadrimestre** è quello che potremmo definire di **assestamento**. I valori del sentiment positivo restano comunque alti – **media del 38%** - però, inevitabilmente, perdono qualche punto per effetto del logoramento connesso al ruolo. In questo periodo il picco più alto dell’engagement la Meloni lo incassa il 17 marzo in occasione della partecipazione al XIX Congresso nazionale della CGIL.

Mood Positivo (%)	Mood Negativo (%)	Totale Menzioni (K)	Engagement (M)
26.01. - 25.02.2023			
37	51	45	6,7
26.02 - 25.03.2023			
35	54	48,2	12
26.03. - 25.04.2023			
41	47	36,9	4,8
26.04 - 25.05.2023			
40	48	43,2	7,5



Giorgia Meloni

La seconda parte dell’**ultimo quadrimestre** rappresenta per Giorgia Meloni la definitiva uscita dalla dimensione “**luna di miele**” che aveva accompagnato il primo semestre a Palazzo Chigi e l’inizio di una **accoglienza ordinaria**. In questo passaggio, c’è da osservare da un lato un calo del sentiment rispetto alla media annuale e ai periodi precedenti, e una contemporanea tenuta delle menzioni e dell’engagement.

Mood Positivo (%)	Mood Negativo (%)	Totale Menzioni (K)	Engagement (M)
26.05 - 25.06.2023			
41	47	31,3	5,2
26.06 - 25.07.2023			
33	57	36,6	8,4
26.07 - 25.08.2023			
30	60	34,9	6,9
26.08 - 25.09.2023			
25	65	50,1	10,3

Gli altri leader digitali





Carlo Calenda

Il leader di Azione chiude questo primo anno post-elezioni con la quota più **contenuta** di **sentiment positivo**. Il mood a favore segna nei dodici mesi un valore medio del 27% e in qualche misura paga dazio a un posizionamento da “**leader incompreso**”, lontano dalle masse (digitali) che restano invece implicitamente rozze nelle loro scelte.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

45,2 K

Engagement

5,8 M

	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	2,70%	11%
Instagram	6,40%	-0,94
X (ex Twitter)	1,40%	8,8%
TIKTOK	0,69%	8,9%



Giuseppe Conte

Tra i leader delle opposizioni, il presidente del MoVimento 5 Stelle è quello con il **maggior numero di menzioni**, seppure con una carica di coinvolgimento più contenuta, e con la percentuale di sentiment positivo del 36%. Al contempo, però, c'è da sottolineare una perdita non marginale di follower sui canali social. In modo particolare, nell'anno trascorso, **Instagram** presenta un saldo negativo di 3,50%, che corrisponde in numeri assoluti a un decremento di 61 mila follower.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

211,1 K

Engagement

20,6 M

	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	0,89%	-0,44%
Instagram	1,10%	-3,43%
X (ex Twitter)	0,30%	4,3%
TIKTOK	2%	62%



Matteo Renzi

Il cartello elettorale del **terzo polo** con Calenda si è arenato, ma la ricerca di Matteo Renzi di un nuovo centro - prima mediatico e poi politico - va avanti. Il fondatore di Italia Viva, grazie anche al ruolo di **leader ibrido** è riuscito a recuperare online una quota di **menzioni e di engagement decisamente più ampia di quella dell'ex alleato Calenda**. Il sentiment positivo incassato da Renzi è del 31%, a un solo punto dalla percentuale di Elly Schlein. Da segnalare l'incremento significativo di **nuovi follower** ottenuto dall'account **TikTok**, ben il 118%.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

65,3 K

Engagement

9,6 M

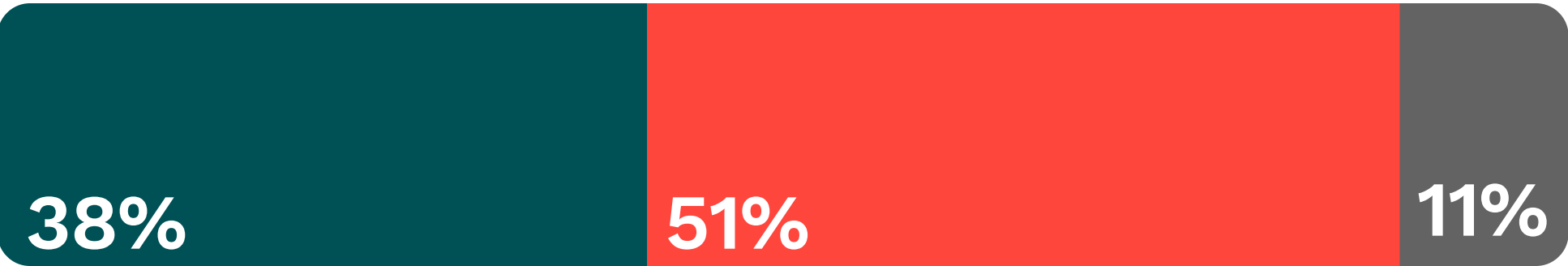
	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	0,47%	0,16%
Instagram	1,50%	6,1%
X (ex Twitter)	0,08%	-0,53%
TIKTOK	3,50%	118%



Matteo Salvini

Matteo Salvini chiude questo primo anno post-elezioni con una percentuale di **sentiment positivo del 38%**, seconda solo a quella che ha raccolto la premier Giorgia Meloni. Tra i due leader del centro-destra, c'è attualmente una distanza ancora corposa nei totali delle menzioni e dell'engagement.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

162,1 K

Engagement

28,3 M

	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	1%	-0,0064%
Instagram	5,70%	1,4%
X (ex Twitter)	0,32%	1,2%
TIKTOK	2,60%	46%



Elly Schlein

Elly Schlein in questi dodici mesi è riuscita a massimizzare, come pochi prima di lei, l'**effetto trascinamento**. Nei due mesi successivi alla vittoria ottenuta alle primarie del Partito Democratico gli insight social e digitali hanno raggiunto vette elevatissime. I tre canali social hanno fatto registrare **incrementi significativi di nuovi follower**, così come tra febbraio e marzo le menzioni e l'engagement hanno incassato picchi mai più raggiunti. Le performance si sono normalizzate con con la fine della primavera e nell'ultimo quadrimestre la **capacità di audience e di coinvolgimento si è molto ridotta**.

Mood POSITIVO/NEGATIVO/MISTO



Menzioni

147,1 K

Engagement

25,9 M

	ENGAGEMENT	NUOVI FOLLOWER
f FACEBOOK	1,70%	44%
@ INSTAGRAM	3,80%	274%
X X (ex Twitter)	0,51%	80%
d TIKTOK	/	/

I prodotti editoriali di **Arcadia Mood**

Club dei Milionari	Uscita semestrale
Audience digitale dei Ministri	Uscita mensile
Bolle della settimana	Uscita settimanale
Leader Trend	Uscita quindicinale
Social & Palazzi	Uscita semestrale

Arcadia Mood è un abstract di proprietà di Arcadia srl, realizzato con l’ausilio delle piattaforme di ascolto Live Insights Blogmeter* e Fanpage Karma. La riproduzione o citazione degli insight qui presentati è subordinata alla citazione della fonte.

Blogmeter Live Insights

Live Insights è uno strumento di social e web listening che permette di accedere a quasi 2 miliardi di contenuti social e web, nel più ampio database italiano costruito in 16 anni di esperienza di Blogmeter; sono presenti circa 300.000 fonti come blog, siti di recensioni, feed RSS, profili e pagine social, incluse le principali figure politiche. Grazie a Live Insights è possibile scoprire in tempo reale i temi del momento e il loro mood e individuare i catalizzatori di conversazioni.

Blog	100.000 fonti controllate quotidianamente
Review & Forum	Mapping ad hoc sui principali siti di recensioni come Amazon, Trustpilot, Itunes, Google App, Google MyBusiness e FinanzaOnline
Profili Social	Quasi 200.000 di cui 10.000 influencers <ul style="list-style-type: none"> Facebook: 52.000 pagine X (ex Twitter): 19.000 profili + 22.000 ricerche Instagram: 22.000 profili YouTube: 9.000 profili + 27.000 ricerche Twitch: 2.500 profili TikTok: 45.000 creator e brand

arcadia®

Arcadia srl
Via Capellino 82019
Sant'Agata de' Goti — BN

0823718018
info@arcadiacom.it
www.arcadiacom.it

→ arcadiacom.it