

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1150 del 03/06/2016

I dati si riferiscono alla rilevazione di questo pomeriggio alle ore 15.46: 5,69 milioni di impressions registrate tra le ore 13.22 e le 13.40

Festival Economia, è boom su Twitter con 2 milioni di utenti raggiunti in 18 minuti

Il Festival Economia di Trento è certamente un evento che fa dell'affetto del pubblico, sempre presente numeroso agli eventi, uno degli elementi vincenti della manifestazione. La vera novità del 2016 arriva dal web, Twitter in particolare, e i numeri sono da record: in soli 18 minuti, dalle ore 13.22 alle 13.40 di oggi, l'hashtag (parola chiave) "Festivaleconomia" ha raggiunto 2,10 milioni di accounts (utenti) ed ha registrato 5,87 milioni di "impressions", termine che indica il numero di volte che un messaggio (tweet) viene visualizzato dagli utenti internet. A questi dati si sommano quelli registrati da "Economicsfest" (185 mila account/utenti raggiunti e 641 mila impressions/visualizzazioni registrate sempre oggi in 3 ore) e da "Investtrentino" (canale Twitter in lingua inglese della Provincia autonoma di Trento e del Festival Economia) che nella giornata di ieri in 34 minuti ha fatto segnare 141 account/utenti raggiunti con 718 mila impressions/visualizzazioni.

Il Festival Economia 2016 di Trento conquista i social con numeri da record. Quest'anno l'ufficio stampa del Festival ha rafforzato la squadra digitale, in affiancamento ai giornalisti impegnati nella produzione di comunicati stampa. Il canale scelto è stato Twitter, più adatto - perché immediato - a seguire le "dirette" delle decine di eventi programmati in soli 4 giorni, rispetto al più blasonato Facebook. Non a caso, proprio per garantire la qualità dei contenuti destinati al pubblico straniero, è stata sottoscritta una convenzione con la sede di Firenze della James Madison University (nota per i suoi corsi in Relazioni internazionali e Studi europei) che ha portato a Trento alcune studentesse americane, per la produzione di comunicati, tweet e videointerviste in inglese. È stata anche potenziata l'attività di ingaggio con gli utenti Twitter così da rendere ancora più dinamica la comunicazione digitale dei due account ufficiali del Festival Economia: @economicsfest (prevalentemente in lingua italiana) e @investtrentino (lingua inglese).

Lo sforzo è stato premiato nei fatti.

L'hashtag inglese (parola chiave) "economicsfest" ha registrato sin dal primo giorno (258 mila account/utenti raggiunti e oltre 1 milione di impressions/visualizzazioni in sole due ore, dalle ore 4 alle 16) un successo oltre le aspettative, culminato con i dati di questo pomeriggio, segnato dai risultati record di 2,10 milioni di account/utenti registrati e 5,69 milioni di impressions/visualizzazioni).

A concorrere al successo dei contenuti Twitter del Festival Economia 2016, oltre ai due account ufficiali, ci hanno pensato anche alcune testate nazionali, prima tra tutte "la Repubblica" e i canali Rai (RadioRai e RaiEconomia), alcuni giornalisti di testate nazionali presenti a Trento (il più attivo risulta Luca Pagni, @lucapagni, giornalista economico sempre di Repubblica). Importante è anche il contributo dei due quotidiani locali l'Adige (@giornaleladige) e il Trentino (@Trentino) e importati aziende quali il Mulino (@edizionimulino) e Unipol (@UnipolSai_CRP).

La rilevazione è stata fatta - come dimostra l'immagine allegata - da una piattaforma molto diffusa in ambito web: uno strumento di analisi sociale che fornisce metriche dettagliate sull'impatto delle conversazioni su Twitter. In modo immediato, la piattaforma misura quanti account hanno ricevuto i tweet con la parola chiave di interesse o chi sta parlando del brand, di una azienda, o - come nel caso del Festival - dell'evento.

Il funzionamento della piattaforma è semplice quanto efficace: basta andare sulla homepage e inserire o delle parole chiave di ricerca (ad esempio nome e cognome di qualcuno o semplicemente una marca) oppure un account twitter. Le metriche fornite riguardano: reach, impressions (il numero di volte che una pagina web o un banner viene visualizzato dagli utenti internet), exposure (l'esposizione), activity (attività ovvero il tweet registrati), i top contributors,

most retweeted tweets (i tweet più ripresi) e la sequenza degli stessi tweet.

L'organizzazione del Festival Economia ha deciso di adottare il sistema di rilevazione per capire che cosa si dice della manifestazione su Twitter, grazie a strumenti rapidi che permettono di capire sia quando il Festival è in grado di coinvolgere gli utenti con i suoi tweet oppure quanto e come gli altri stanno parlando di Festival.

(pff)