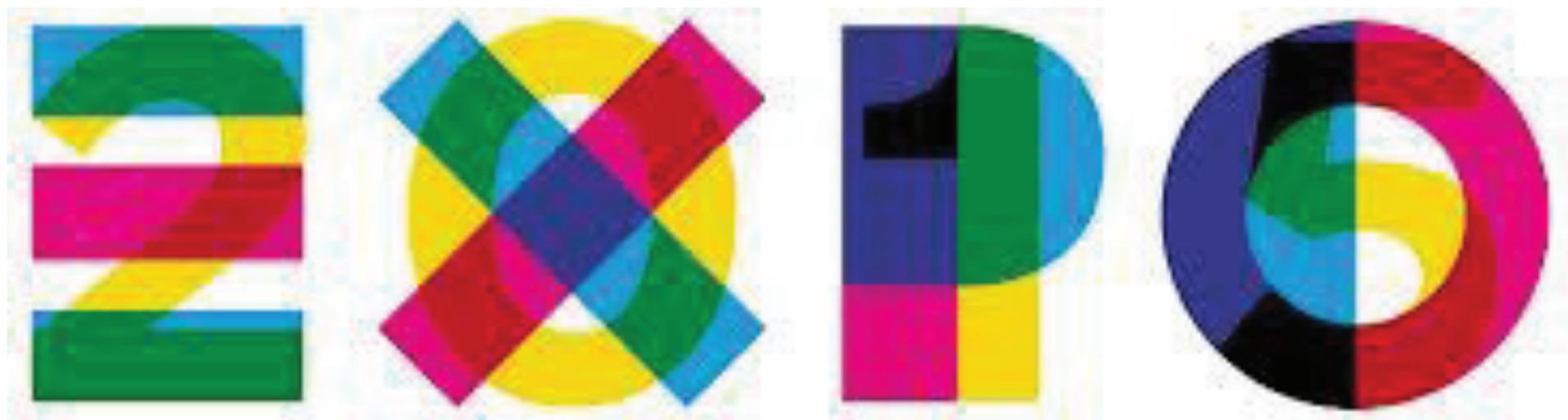




CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

Expo2015 vista dall'estero



MILANO

Uno sguardo dalla Rete



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

L'analisi

Periodo: 1/9/2012 – 31/10/2013

Cosa: le discussioni in rete su Expo2015
(News, blog, forum, Twitter, Facebook, social)

Dove: tutti i paesi, escluse le menzioni
scritte in italiano o comunque provenienti
dall'Italia

Un trend in crescita... ...e apprezzato...tuttavia

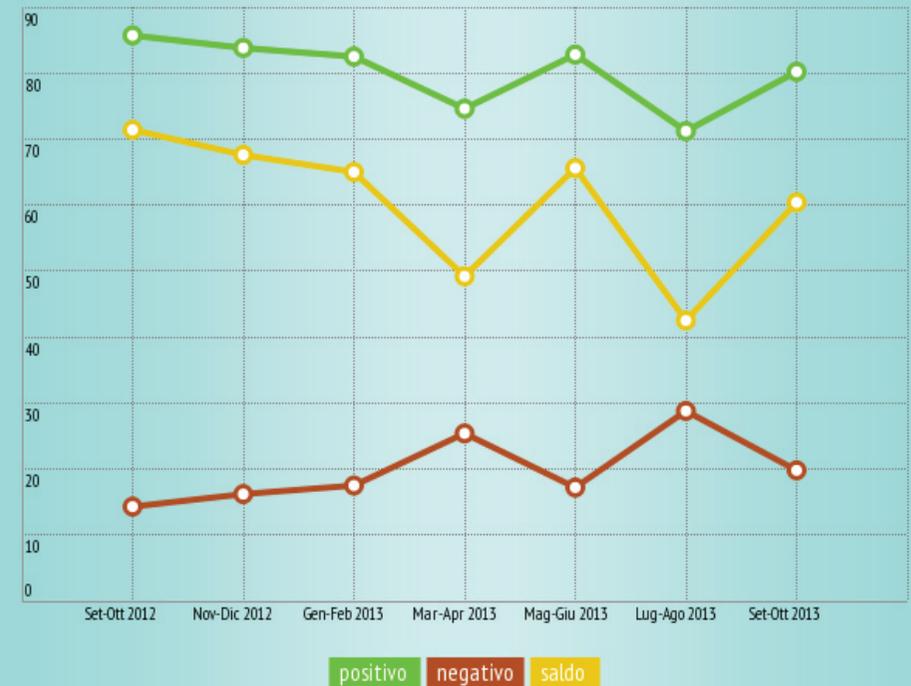
Volume menzioni su Expo2015



Volume Menzioni

+77% nell'ultimo bimestre

Trend Sentiment verso Expo2015



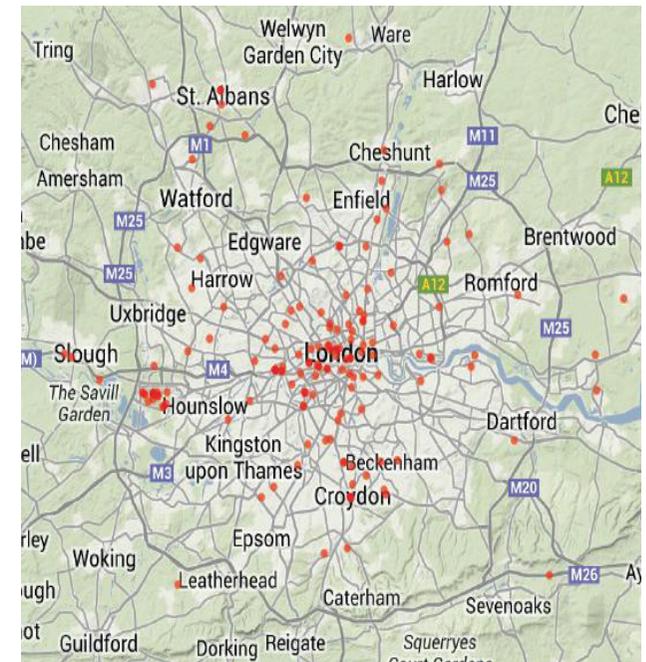
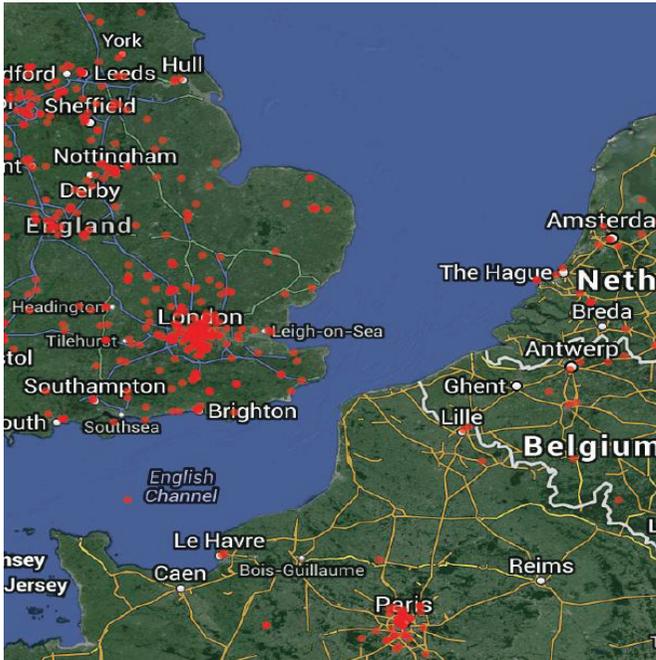
+59% come Sentiment
(+75% tra i paesi BRICS)

...se ne parla ancora (relativamente) poco

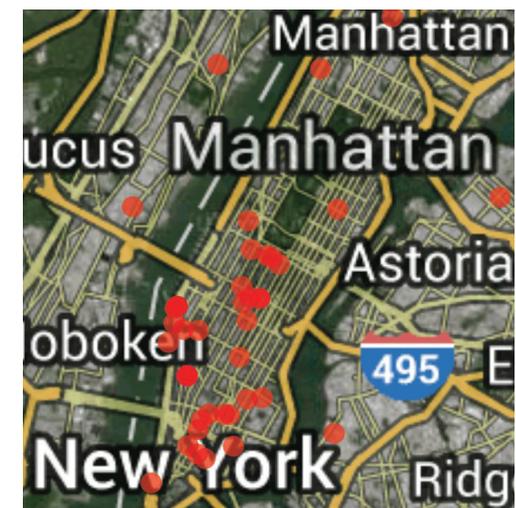
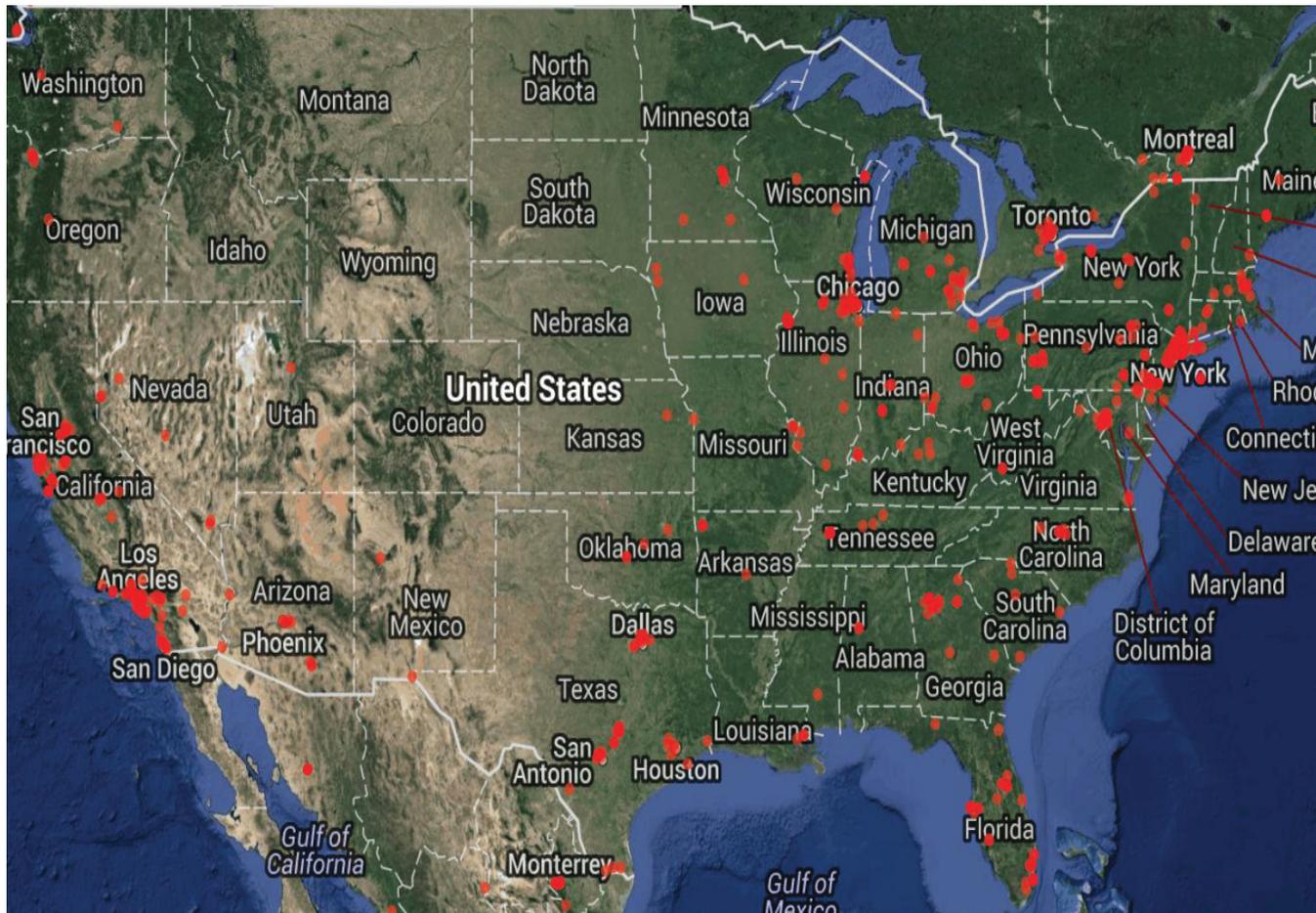
Differenze regionali:
i paesi BRICS in
termini relativi
parlano di Milano il
doppio di quanto
parlano di Expo2015
(10,2% vs. 4,6%)



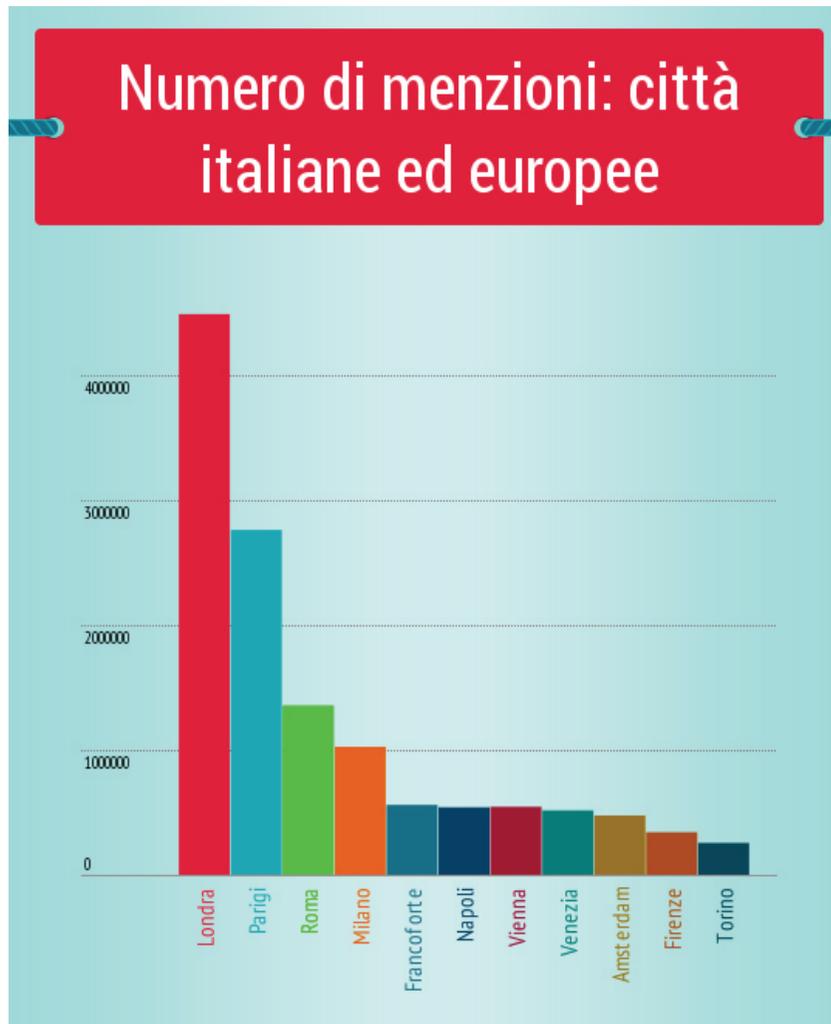
I segnali di ottimismo: il brand Milano nel mondo funziona



I segnali di ottimismo: il brand Milano nel mondo funziona



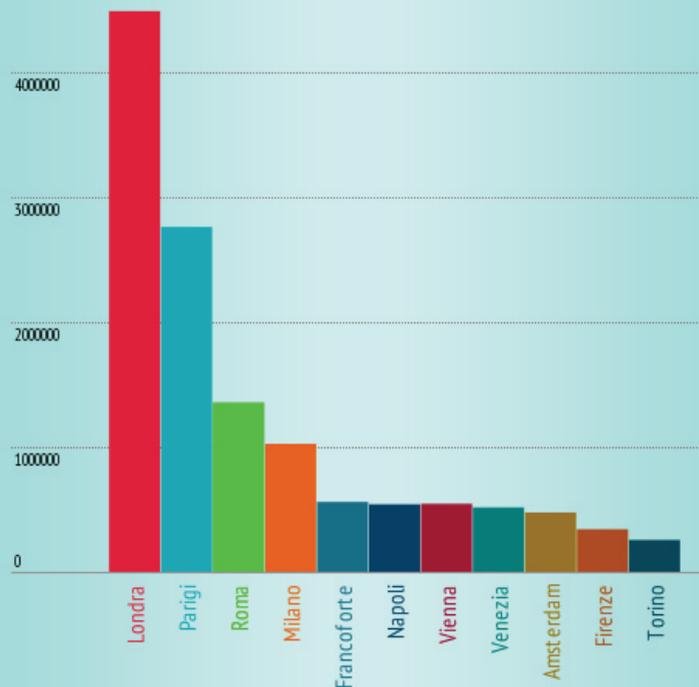
I segnali di ottimismo: il brand Milano nel mondo funziona



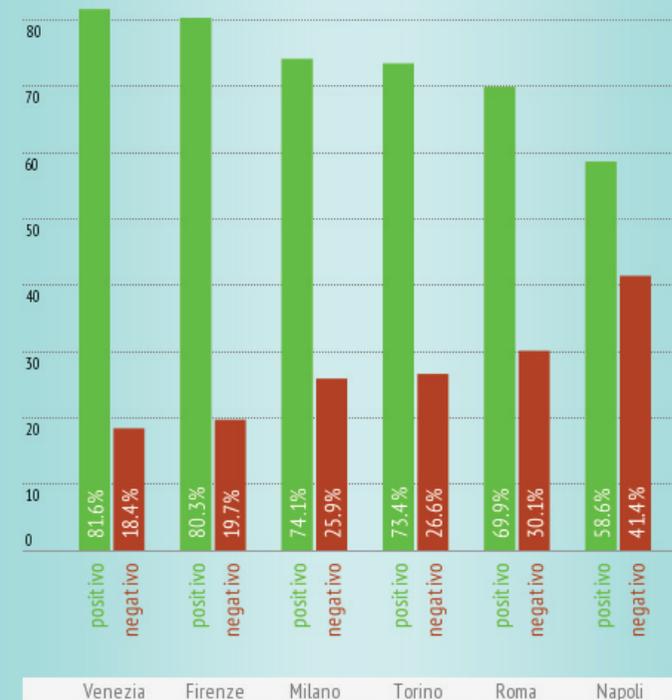
Boom di attenzione dall'Indonesia verso Milano (8° posto)

I segnali di ottimismo: il brand Milano nel mondo funziona

Numero di menzioni: città italiane ed europee



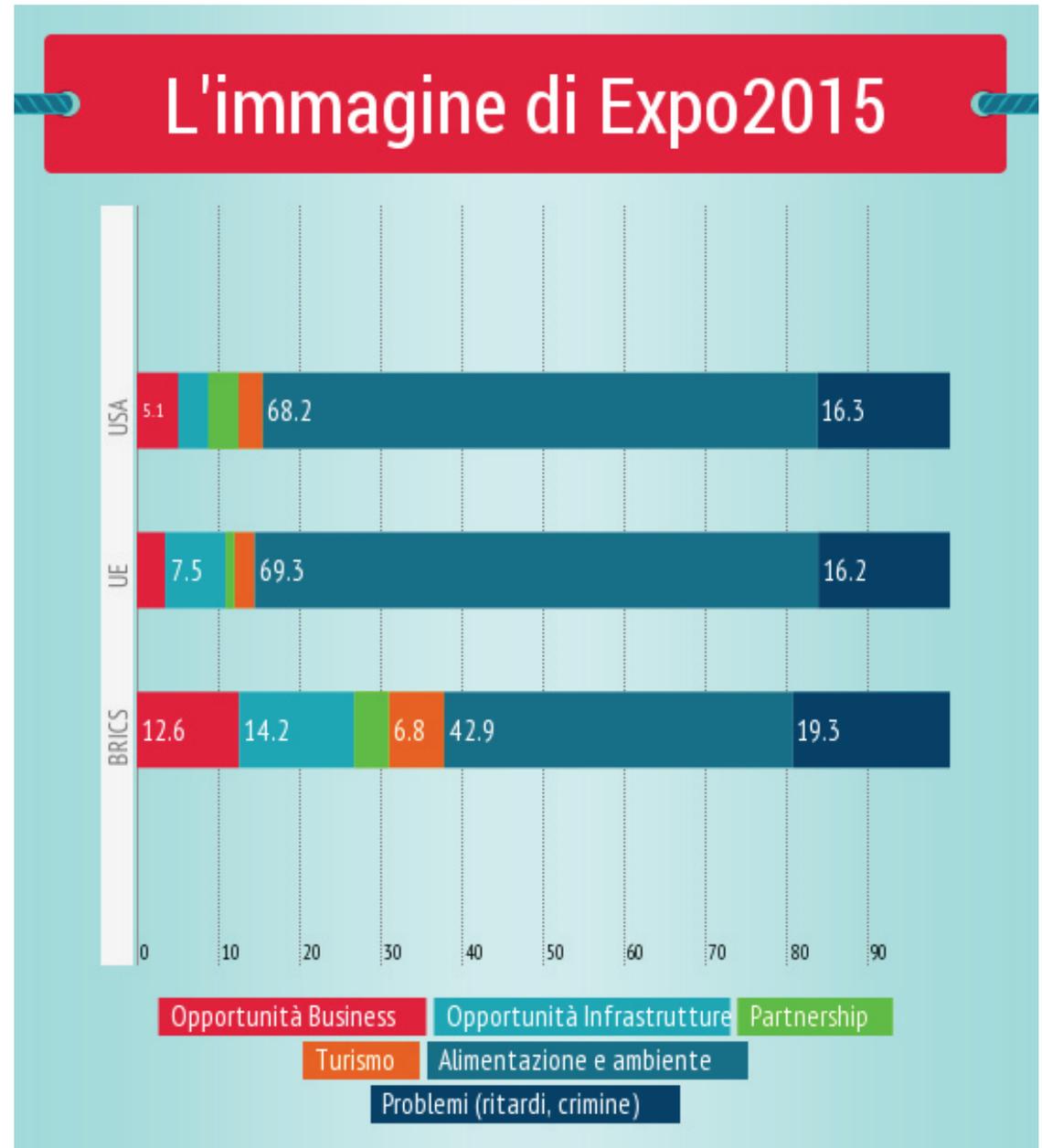
Sentiment verso città italiane dall'estero



In Cina il sentiment positivo verso Milano sfiora il 90%

Expo2015: segmentare l'offerta?

Expo2015 cambia immagine a secondo dei paesi considerati





CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO

Feeding the Planet ...

ma anche...

Feeding the Net

Grazie

Voices from the Blogs

<http://voicesfromtheblogs.com>
We capture the sentiments of the net

