



come e dove se ne è  
parlato nella rete

web monitoring &  
online reputation

by



## TERMINOLOGIA

**CLIP:** sono clip tutti i contributi provenienti da fonti di vario genere trattate da eXtrapola: website, forum, blog, newsgroup.

**COMMENTO:** sono commenti tutti i contributi provenienti da Social Network: Facebook, Twitter, YouTube.

**FONTI:** si intende il 'supporto' che fornisce l'informazione contenuta nella clip. Le fonti monitorate da eXtrapola comprendono website, forum, blog, newsgroup.

**WEB:** fonti costituite da siti web generalmente facenti capo a organi di stampa (sia tradizionali che online), ma anche a soggetti privati o pubblici che veicolano informazioni sulla Rete (sono classificati come website anche siti di PA nazionali o locali, aziende pubbliche o private, Istituzioni che forniscono, in una sezione del loro sito, news o informazioni aggiornate nel tempo).

**FORUM:** pagine di un sito web dedicate alla discussione tra utenti. Tipicamente i forum sono classificati secondo le tematiche trattate al loro interno.

**BLOG:** sito internet, generalmente gestito da una persona o da una struttura, in cui l'autore scrive periodicamente come in una sorta di diario on-line, inserendo opinioni personali, descrizione di eventi, o altro materiale come immagini o video. Ogni aggiornamento è generalmente inserito in ordine cronologico inverso.

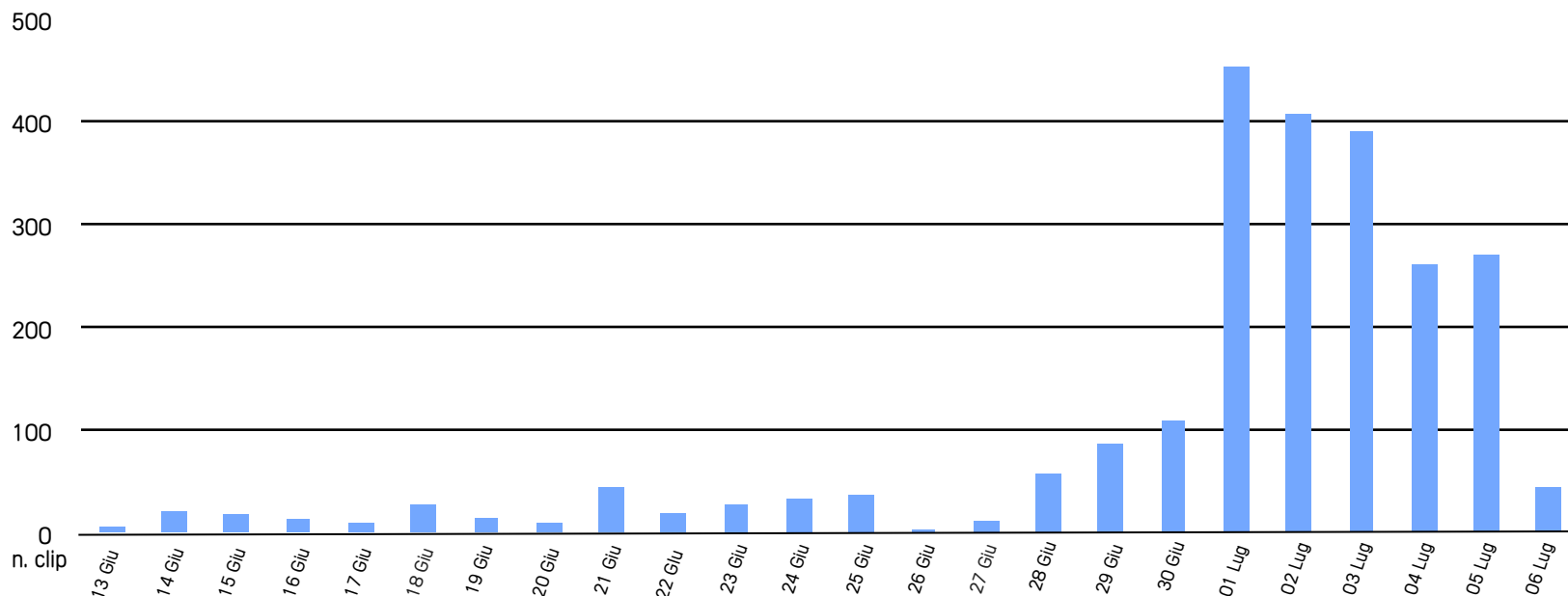
**COCITAZIONE:** i dati, perlopiù, il nome di aziende, enti, istituzioni, persone e località che vengono citati nei clip aggregati.

**PIXEL QUADRATO:** Il Pixel Quadrato è un algoritmo proprietario di eXtrapola attraverso il quale viene calcolato il corrispettivo economico dell'esposizione avuta online da parte di un marchio/azienda o prodotto. Il principio consiste nel calcolare, in termini di pixel, lo spazio occupato dalle notizie apparse online. Il valore economico è ottenuto relazionando tale spazio a parametri oggettivi di visibilità ed autorevolezza delle fonti in cui le notizie sono apparse (es: Google PageRank).

## INDICE

Clip per day .....	2
Clip per tipologia fonte.....	3
Clip per rilevanza.....	4
Valorizzazione economica.....	5
Fonti.....	6
Visibilità per citazione   Località.....	7
Visibilità per Pixel Quadrato   Località.....	8
Visibilità per citazione   Persone.....	9
Visibilità per Pixel Quadrato   Persone.....	10

Quale **attenzione** ha ricevuto la **Notte Rosa** giorno per giorno?

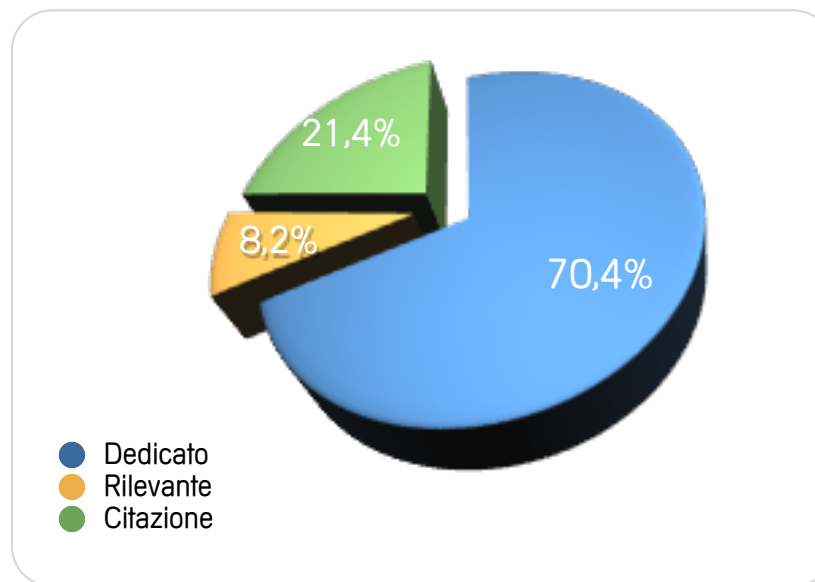
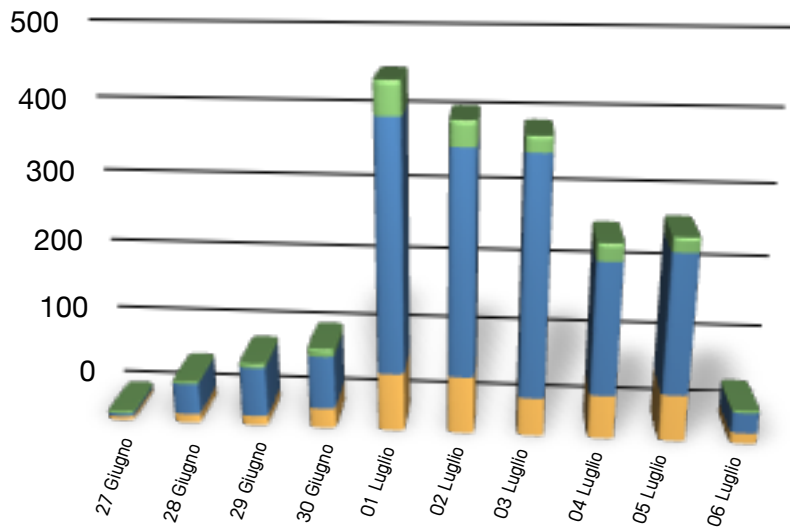


☛ Dal 13 giugno al 6 luglio abbiamo raccolto **2388 clip**.

☛ Il picco di massima visibilità si è raggiunto il **1° luglio con 454 clip**.

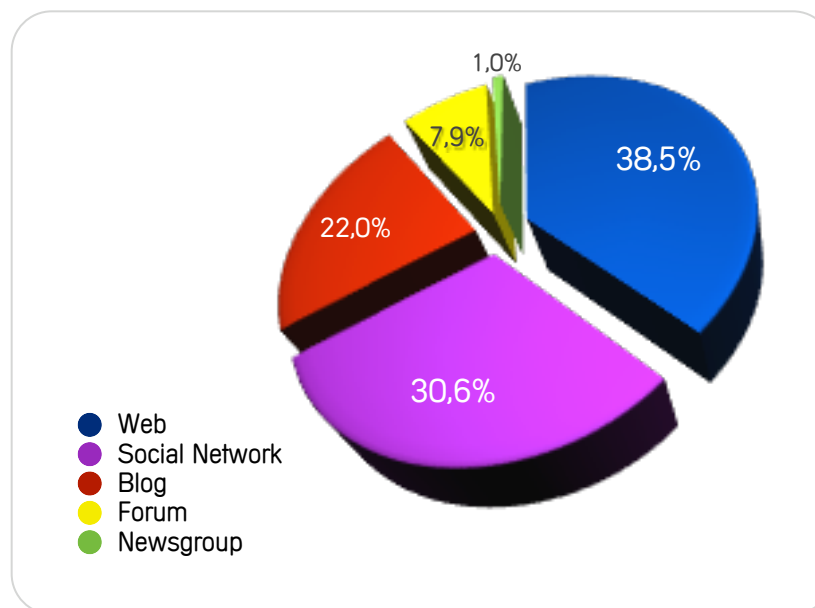
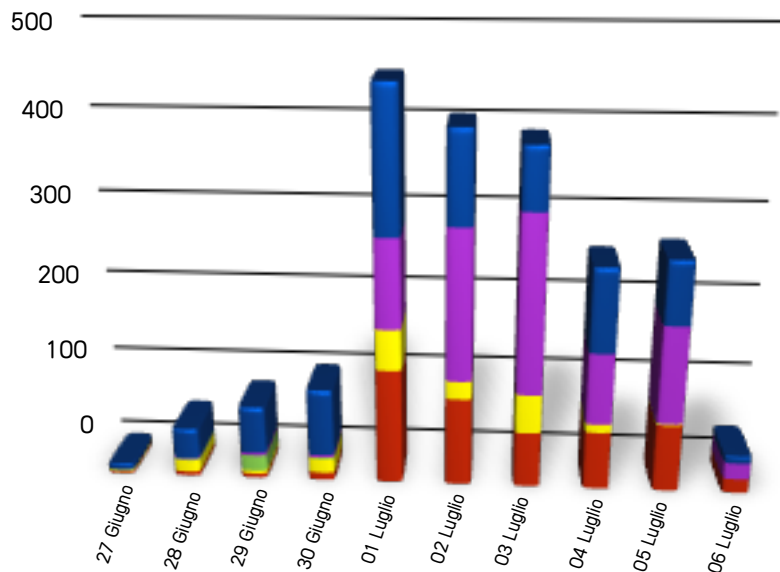
☛ Dal 13 giugno al 30 giugno, periodo precedente all'organizzazione dell'evento, abbiamo raccolto **558 clip**.

Che tipo di attenzione ha ricevuto la Notte Rosa dal 27 giugno al 6 luglio?



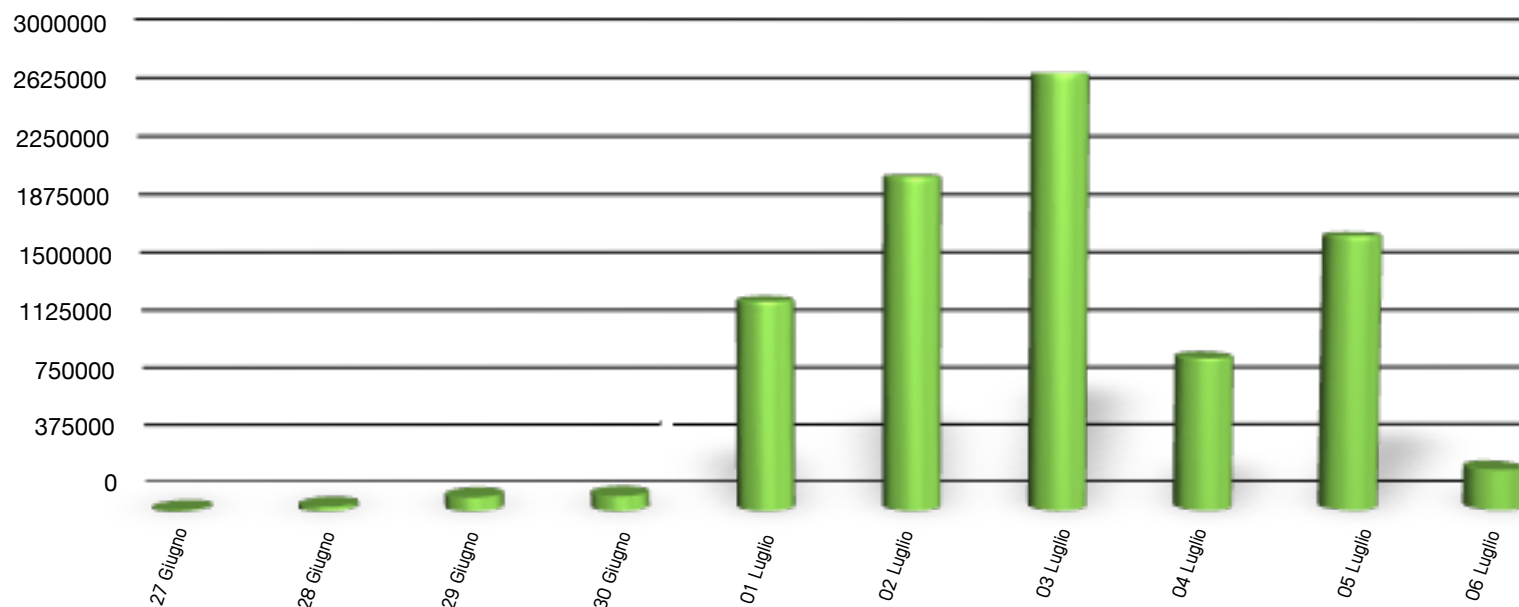
- Il 70,4% dei contributi raccolti sono dedicati, l'8,2% rilevante e il 21,4% semplici citazioni.
- Il picco di clip dedicati si è avuto il 1° luglio con 332 clip su 454 totali.

Quale tipologia di fonte ha veicolato maggiormente la visibilità sulla Notte Rosa?



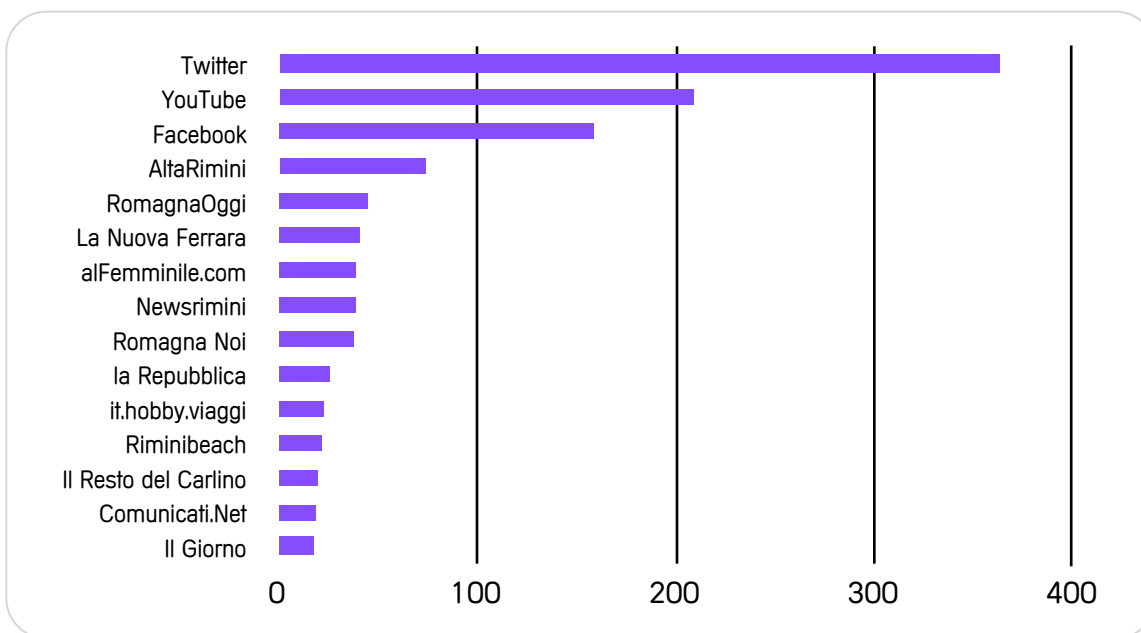
- Quasi il 75% dei contributi aggregati provengono da User Generated Content (Blog, Forum e Newsgroup) e Social Network. Le fonti Web pesano per il 38,5%.
- Il picco delle tipologia di fonte Web, Blog e Forum si è avuto il 1° luglio, il picco dei Newsgroup il 29 giugno e il picco dei Social Network il 3 luglio con 208 commenti.

Qual è il valore economico delle clip dedicate alla Notte Rosa?



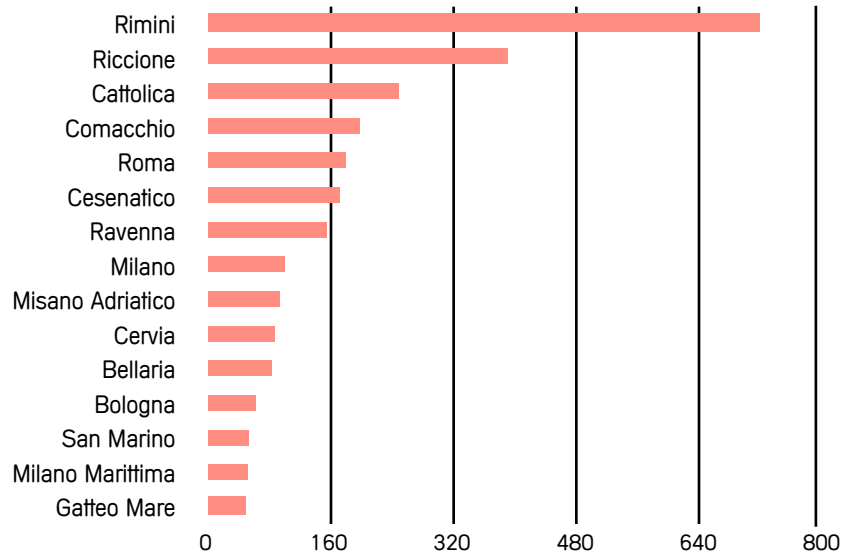
- ☛ Su un totale di 9 milioni 450 mila euro, il picco si è toccato il 3 luglio con una valorizzazione economica della visibilità online di 2.665.380 euro.
- ☛ A seguire il 2 luglio con 2.040.030 e il 5 luglio con 1.681.230 euro.

Quali fonti hanno contribuito maggiormente alla visibilità della Notte Rosa?



- ☛ Nel grafico relativo alle prime 15 fonti si possono riscontrare due tendenze. Da una parte la prevalenza dei social network, il microblogging Twitter al primo posto con quasi 400 tweets, a seguire Youtube con poco più di 200 commenti e Facebook con più di 150 commenti.
- ☛ Dall'altra parte si può notare la predominanza di fonti di informazione locali come Altarimini, RomagnaOggi, La Nuova Ferrara, NewsRimini, Romagna Noi, RiminiBeach e Il Resto del Carlino. Tra i quotidiani nazionali La Repubblica e Il Giorno.

Quali sono le località più citate?



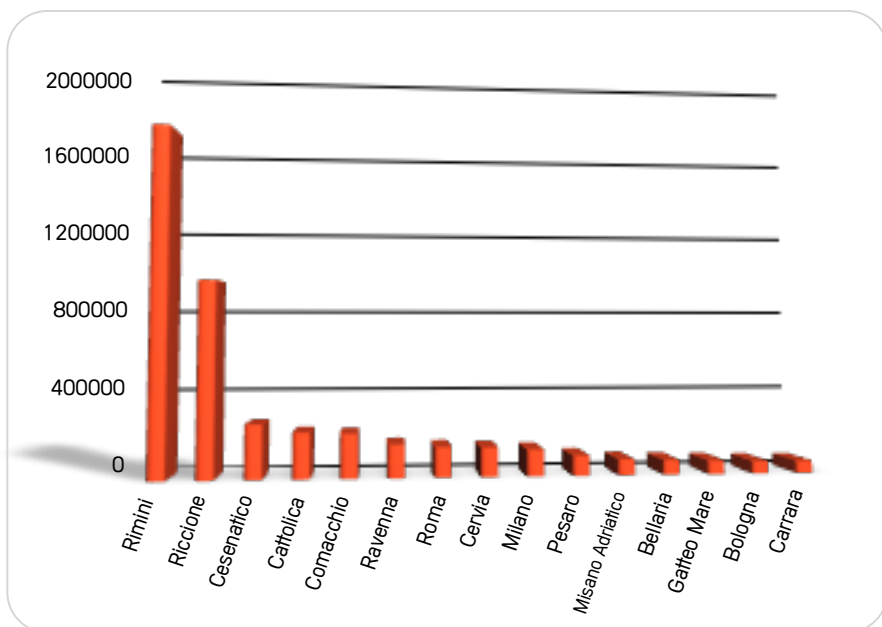
Nelle prime 3 posizioni troviamo Rimini, Riccione e Cattolica.

Tra le altre località toccate dall'evento dell'estate Comacchio, Cesenatico, Ravenna, Misano Adriatico, Cervia, Bellaria, Milano Marittima e Gatteo Mare.

Nelle classifica sono presenti anche 3 città non appartenenti alla Riviera Romagnola: Roma, Milano e Bologna.



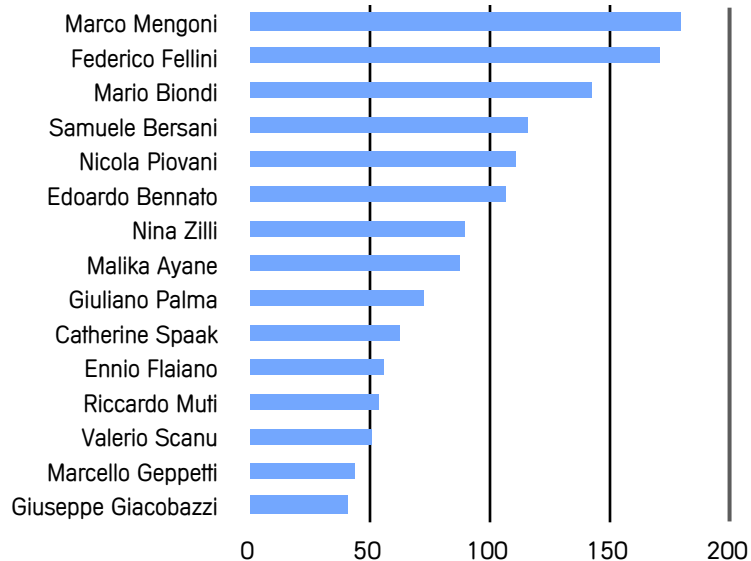
Qual è il valore economico delle clip dedicate alle località?



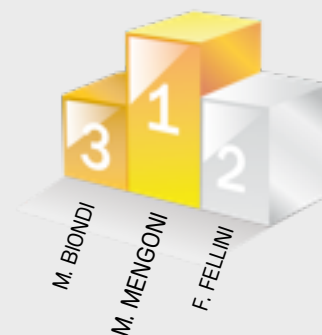
Su un totale di 3.938.650 euro di valorizzazione economica della visibilità online Rimini risulta prima con 1.662.100, seconda Riccione con 932.000 euro e 3°, a differenza della classifica sulla visibilità per citazione troviamo Cesenatico con 256.020 euro invece di Cattolica che finisce al 4° con 216.420 euro.



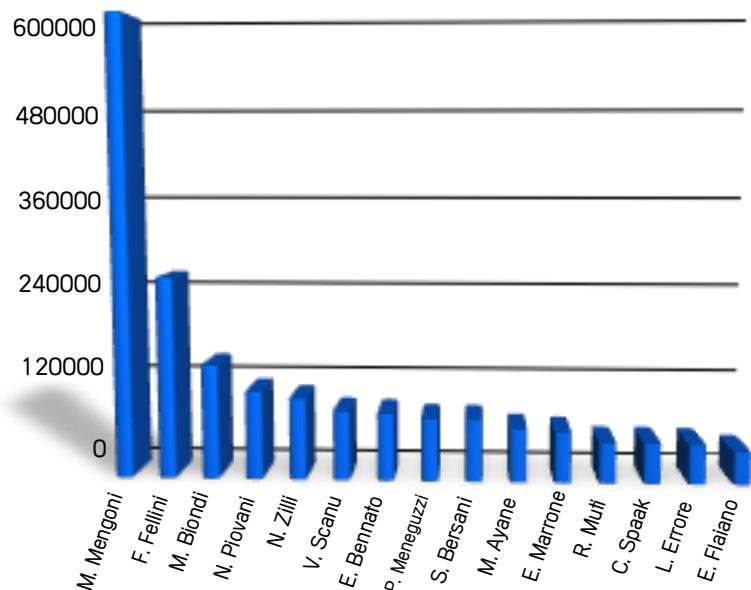
Quali sono i personaggi più citati?



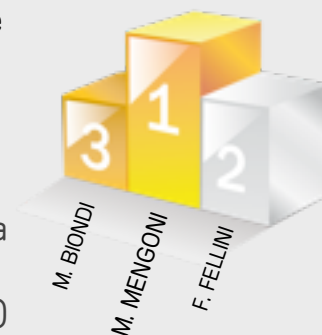
Nella classifica si possono notare diversi artisti che si sono esibiti durante l'evento. I più citati sono stati **M. Mengoni, Mario Biondi e Samuele Bersani**. Tra le altre persone in classifica troviamo nomi relativi alla Roma degli anni '60 a cui l'edizione 2010 si è ispirata. In particolare: **Federico Fellini, Catherine Spaak, lo scrittore Ennio Flaiano e il fotografo-paparazzo Marcello Geppetti.**



Qual è il **valore economico** delle clip dedicate ai personaggi?



Il valore economico complessivo corrisponde a **1.888.200 euro**.  
 Di questi **596.150**, **260.980** e **147.930** sono relativi rispettivamente alla visibilità online del cantante **Marco Mengoni**, di **Federico Fellini** (a cui l'edizione di quest'anno era dedicata, con il 60esimo anniversario de 'La Dolce Vita') e **Mario Biondi** altro cantante che si è esibito a Rimini durante la Notte Rosa.





[www.extrapola.com](http://www.extrapola.com)  
[info@extrapola.com](mailto:info@extrapola.com)  
[gianni.gulletta@extrapola.com](mailto:gianni.gulletta@extrapola.com)

Tel: +39 0541 831973  
Fax: +39 0541 821941

---