



**DailyOnline**

DailyNet Quotidiano DailyMedia Quotidiano Dailynext Speciale

DailySearch

almeno una parola tutte le parole

- Home Page
- Archivio
- Agenda
- Rassegna stampa estero
- Database Aziende
- Ultime notizie
- Dailylive
- Link utili
- Data center
- Ricerche di mercato

**CHEBANCA!**  
Adv multimediale per Conto Corrente  
Il planning coinvolge web.

**MediaForum - 13/04/2010**

**MEDIAFORUM/ANTICIPAZIONI**

**Elezioni Regionali 2010: le politiche sono digitali**

**Indagine Dag Communication: re dei social media è Nichi Vendola; Roberto Formigoni è campione di accessi**

Re incontrastato dei social media è Nichi Vendola; Roberto Formigoni è campione di accessi, ma si difendono bene anche Bonino, Polverini, De Luca, Caldoro, Zaia, Bresso. Un'indagine realizzata da Dag Communication, agenzia specializzata in online pr e social media marketing, analizza a dieci giorni dalle elezioni regionali 2010 le attività sviluppate dai candidati Presidenti proposti dalle coalizioni Pd e Pdl in Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Lazio, Campania.

«Quella che abbiamo realizzato - commenta Elena Guzzella, amministratore delegato di Dag Communication - è ovviamente un'indagine non esaustiva, ma presenta comunque un panorama decisamente interessante ed indicativo di un trend: una presenza online significativa è diventata un must per la maggior parte dei candidati presi in considerazione. Le campagne elettorali da quest'anno in poi si combatteranno sempre più online e forse'.

*Elezioni Regionali 2010: le politiche sono digitali*

## **Indagine Dag Communication: re dei social media è Nichi Vendola; Roberto Formigoni è campione di accessi**

Re incontrastato dei social media è Nichi Vendola; Roberto Formigoni è campione di accessi, ma si difendono bene anche Bonino, Polverini, De Luca, Caldoro, Zaia, Bresso. Un'indagine realizzata da Dag Communication, agenzia specializzata in online pr e social media marketing, analizza a dieci giorni dalle elezioni regionali 2010 le attività sviluppate dai candidati Presidenti proposti dalle coalizioni Pd e Pdl in Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Lazio, Campania.

«Quella che abbiamo realizzato - commenta Elena Guzzella, amministratore delegato di Dag Communication - è ovviamente un'indagine non esaustiva, ma presenta comunque un panorama decisamente interessante ed indicativo di un trend: una presenza online significativa è diventata un must per la maggior parte dei candidati presi in considerazione. Le campagne elettorali da quest'anno in poi si combatteranno sempre più online e forse un po' meno nelle piazze».

Dall'analisi emerge in particolare che sul web le Regionali 2010 hanno trovato una ribalta efficace principalmente sui siti istituzionali dei candidati e su YouTube e Facebook.

Per quanto concerne quest'ultimo è interessante notare che la maggiore o minore propensione ad utilizzarlo non è legata né alla età, come si potrebbe pensare, né alla regione, né al colore politico. Attivissimi sono stati infatti personaggi come Nichi Vendola (leader in classifica con una pagina che conta oltre 67.700 fan) ed Emma Bonino, ma anche come Luca Zaia, Stefano Caldoro o Roberto Cota, solo per citarne alcuni. E sempre Nichi Vendola brilla anche su YouTube, dove è

stato il più visto di tutti i candidati presi in considerazione. Da segnalare anche lo scontro digitale tra Bonino e Polverini: la prima ha stravinto su Facebook, la seconda su Youtube.

Flickr e Twitter invece sembrano aver giocato complessivamente un ruolo minore, sia perché forse i candidati non hanno totalmente colto come sfruttarli (come nel caso di Flickr), sia perché si tratta di piattaforme ancora in fase di sviluppo in Italia (è il caso di Twitter). Con le dovute eccezioni: Rossi, Bresso, Caldoro e Vendola, hanno utilizzato il microblogging di Twitter per tenere aggiornato ora per ora il proprio sito.

Complessivamente sulla maggior parte delle pagine si è vista un'abbondanza di banner, widget e avatar che sono stati proposti ai visitatori affinché essi li scaricassero per utilizzarli nei propri siti, blog, account di Facebook.

Le soluzioni più all'avanguardia

Tra le innovazioni, si segnala quella legata ai QR Code utilizzati sul sito di Roberto Formigoni, dove è stata offerta la possibilità di fotografare con il proprio smartphone uno speciale tag per ricevere i contenuti multimediali extra della campagna direttamente sul cellulare. Interessante anche il sito di De Luca, dove agli utenti era consentito di finanziare la campagna elettorale pagando via Paypal. Spiccano poi i social network personalizzati creati da Zaia e dalla Bonino per fidelizzare sostenitori ed dare indicazioni ai volontari che si sono occupati della promozione e della diffusione del passaparola. Creative, infine, le iniziative di Formigoni e Cota che hanno deciso di offrire suonerie per cellulari da scaricare: hanno suscitato in rete sentimenti opposti, ma sono in ogni caso state originali.

Ma qual è il risultato di questa mobilitazione digitale? Secondo l'Alexa Traffic Rank il sito più visitato è stato quello di Formigoni, seguito a brevissima distanza da quelli di Nichi Vendola e Stefano Caldoro. Molto interessante il piazzamento del sito di Renata Polverini che sembra essere stato assai più visitato di quello di Emma Bonino.

La metodologia

In quest'indagine sono stati analizzati i siti e le strategie di marketing politico dei candidati alla Presidenza proposti dalle coalizioni facenti capo a Pd e Pdl in Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Lazio, Campania.

La scelta è evidentemente riduttiva, ma il numero e il calibro dei candidati si è dimostrato sufficiente per offrire un quadro di insieme ed alcune tendenze del settore. Per ciascun candidato è stata considerata la rintracciabilità del sito, i contenuti che presentava, le strategie di presenza sui maggiori social network e sugli aggregatori di user generated content, le eventuali peculiarità e innovazioni.

I dati indicati si riferiscono alla situazione dei singoli siti a 10 giorni dalle elezioni.