



Il Club dei Milionari **sotto il segno di Giorgia**

I social leader della politica italiana nella seconda metà del 2022

di **Domenico Giordano**

Abstract

E anche quest'anno digitale è **pronto** ad andare in soffitta.

Nel secondo semestre, come nella prima parte del 2022, ci sono state **due grandi cesure** che hanno condizionato i risultati qualitativi e quantitativi dell'ascolto della rete:

la caduta del governo con la fine dell'esperienza di **Mario Draghi a Palazzo Chigi** e la **vittoria elettorale** del centro-destra in uno con l'approdo di **Giorgia Meloni** alla guida del Paese.

A questi due macro eventi si aggiungono poi quattro diversi epifenomeni:

1. **La mutazione genetica** del centro-destra in **destra-centro** con la crescita esorbitante di Fratelli d'Italia e, di conseguenza, l'inversione dei rapporti di forza tra le 4 componenti costitutive e quelle tra i leader;
2. Una seconda **mutazione genetica** che ha investito invece il **Movimento 5 Stelle** che oggi è solo il partito di Giuseppe Conte e non più di Grillo;
3. La **crisi d'identità e di leadership** del Partito Democratico, che mette a rischio il suo status di maggior forza politica di centro-sinistra;
4. La consacrazione, per la prima volta nella storia repubblicana, di una **leadership femminile**.

La radiografia dello **stato di salute digitale** dei leader politici è un insieme di **conferme**, rispetto alle analisi precedenti, e di **novità** che meritano un supplemento di riflessione per capire se saranno semplici meteore o fenomeni capaci di consolidarsi nei prossimi mesi:

- **The winner is**, per la terza volta consecutiva, **Giorgia Meloni**
- Il sentiment e gli altri **analytics** assumono sempre più una **capacità predittiva**
- **TikTok** ha dilatato la dimensione della politica pop
- Tutti i **leader** non possono fare a meno delle **sponsorizzazioni**
- **Instagram**, ma soprattutto **TikTok** sono i due social più **coinvolgenti**
- I **fandom**, in particolare per quanto concerne Facebook, mostrano **segni di stanchezza**
- La formula “**TRT**” (televisione-rete-territorio) è ancora determinate per trasformare l’empatia digitale in consenso.

Andiamo con ordine.

Matteo Salvini si conferma per la terza volta il politico italiano con il maggior numero di follower, totalizzando sulle quattro piattaforme social un fandom complessivo di **9,5 milioni**, alle sue spalle c’è **Giuseppe Conte** che tocca quota **8 milioni** di follower mentre sul terzo gradino del podio c’è **Giorgia Meloni**, la leader di Fratelli d’Italia che arriva a **6,8 milioni** con una crescita netta di poco meno di **2 milioni da luglio**.

Se i numeri assoluti dei singoli fandom segnano per quasi tutti i leader una crescita dei follower, a guardarli con attenzione questi fanno emergere una situazione abbastanza eterogenea.

Per **Facebook**, infatti, il saldo percentuale più

significativo di crescita l'hanno fatto segnare **Carlo Calenda** e **Giorgia Meloni**, rispettivamente con un **+16%**. Dietro questa coppia si piazzano **Enrico Letta** con un +9,7% e **Nicola Fratoianni** che arriva a un incremento dei follower pari al 9%. Mentre, **Giuseppe Conte** è l'unico leader che in questa classifica presenta un **saldo negativo: -0,38%**, che si ripete anche se saltiamo da Facebook a **Instagram** con l'ex premier che cede **l'1,66%** e dove, al contrario, accanto al primato della "solita" Meloni, +51%, appaiano rilevanti le performance di **Silvio Berlusconi +20%**, di **Carlo Calenda e Enrico Letta**, entrambi con una **crescita netta del 28%**.

Ma i numeri stellari relativamente agli incrementi dei follower nell'ultimo semestre sono tutti appannaggio di **TikTok** dove l'approdo in vista del voto del 25 settembre di Matteo Renzi, Carlo Calenda e, in particolare, Silvio Berlusconi e la vittoria di Giorgia Meloni hanno generato un vero e proprio tsunami: la percentuale di crescita del **Cavaliere** è stata del **25 mila per cento**, mentre quella di **Meloni "appena" del 765%**.

Ma la piattaforma di contenuti lanciata in Europa appena cinque anni fa, dove il 67% degli iscritti ha una **età media di 25 anni**, è quella che ha portato ai singoli leader anche la quota più interessante di **engagement e di post interaction**. In buona sostanza, su TikTok, che ha scelto di non accettare le sponsorizzazioni a tema politico, **la percentuale di engagement dei video postati dai leader è stata decisamente la più alta in assoluto**.

Prendiamo, giusto per citare i casi più significativi di questa comparazione, **Giuseppe Conte, Matteo Renzi e Giorgia Meloni**: il primo riesce a raccogliere su Facebook, Instagram e Twitter le percentuali del 2,2%, dell'1,8% e dell'0,61%, **mentre su TikTok** si può lusingare con un **gratificante 15%**.

Allo stesso modo, il leader di ItaliaViva, pronto alla federazione con Azione, si deve contentare giocoforza dello 0,94% su Facebook, del 2,0% e dello 0,13% su Instagram e Twitter, mentre tocca il **7% di engagement** su TikTok.

Infine, anche l'attuale Presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, riesce a far lievitare considerevolmente la percentuale di engagement con un salto in alto degno del campione olimpico della specialità Gianmarco Tamperi: così passa dal 5,5% di Facebook, all'8,7% di Instagram e all'1,2% di Twitter a uno **stratosferico 24% proprio su TikTok**.

L'ascolto dei racconti quotidiani messi in scena dai leader politici sugli account social ci restituisce una ampia **frattura numerica che separa il primo semestre dal secondo**. Infatti, nella comparazione tra i due periodi emerge in modo netto come i canali social siano riusciti a macinare una **mole consistente di reaction proprio da luglio a dicembre**.

Una differenza che può essere tranquillamente incasellata nella polarizzazione elettorale del trimestre luglio – settembre e, seppur in minima parte, nella crescita nel medesimo periodo degli investimenti per la sponsorizzazione dei contenuti social.

Se nella prima parte dell'anno, **Giorgia Meloni** ha incassato sulle quattro piattaforme popolate un totale di oltre **28 milioni di reaction**, da **luglio a dicembre** ne somma **altri 49 milioni** che le consentono di superare senza sforzi la soglia dei 77 milioni, con una crescita percentuale tra i due periodi del 56%. La cesura tra primo e secondo semestre accompagna anche la capacità di presidio delle piattaforme di **Matteo Salvini**, che passa da poco meno di 25 milioni di reaction a 40

milioni, e di Giuseppe Conte, che invece colleziona nella prima parte dell'anno "solo" 11 milioni di reaction e ben 28 milioni nella seconda parte.

Prima di passare alla scansione del mood online, cioè alla percentuale di documenti che contengono un'opinione positiva, negativa o mista di tutto il parlato generato dagli utenti che nel semestre hanno interagito con le keyword di ricerca composte dai nomi dei nostri leader con un fandom milionario, è opportuno recuperare dall'ascolto complessivo della Rete, e non solo dalle principali piattaforme social, grazie alla suite Liveinsights di **Blogmeter**, il dato delle **menzioni complessive** e dell'engagement.

Così, se nella prima parte dell'anno a guidare questa classifica, che ha una **carica predittiva** ancora erroneamente sottovalutata, c'era Giuseppe Conte e alle sue spalle, seppur di poche decine di migliaia di citazioni, c'erano Giorgia Meloni e Matteo Salvini separati da un'incollatura, nel secondo semestre i rapporti di forza tra i leader si ribaltano e, cosa più importante, si allineano coerentemente alla fotografia delle urne.

Giorgia Meloni sovrasta tutti gli altri leader e le sue **menzioni** nel secondo semestre si **quintuplicano**, passando da **89 mila a 435 mila**. In seconda posizione si piazza l'ex premier Giuseppe Conte che riesce a raddoppiare il dato di inizio anno raggiungendo quota 269 mila menzioni.

Mentre, a chiudere il podio, come nella prima parte dell'anno, troviamo il leader della Lega, Matteo Salvini che a differenza dei suoi colleghi non riesce a far decollare le menzioni: il salto è davvero contenuto con un incremento di solo 17 mila menzioni: da 81 mila a 118 mila menzioni.

Infine, per quanto concerne il **sentiment digitale**, che mette assieme le percentuali di documenti che contengono un'opinione positiva, negativa e mista con la regola che ogni messaggio ha un'unica indicazione e polarizzazione e segue quindi la regola "un messaggio, un mood", le differenze tra la rilevazione precedente e questa, sono del tutto coerenti con la linea interpretativa fin qui dipanata: **Giuseppe Conte e Giorgia Meloni sono gli unici due leader con una quota positiva superiore al 40%, Matteo Salvini** guadagna la fetta più consistente di sentiment positivo, **8 punti percentuali**, ma nonostante ciò scende sotto la soglia precedente. A cedere quote di mood, invece, sono Enrico Letta, con un calo del 5%, Carlo Calenda, che invece perde tra i due periodi di analisi 4 punti percentuali, e Silvio Berlusconi che scende dal 36 al 35%.

Crescita percentuale dei follower

Il semestre 2022

f FACEBOOK			
LEADER		FOLLOWER	%
1	 Matteo Salvini	 5M	+0.26%
2	 Giuseppe Conte	 4.5M	-0.38%
3	 Giorgia Meloni	 2.7M	+16%
4	 Gianlugi Paragone	 1.6M	+1.8%
5	 Matteo Renzi	 1.1M	+0.45%
6	 Silvio Berlusconi	 1.1M	+1.6%
7	 Luigi de Magistris	 467K	+0.75%
8	 Carlo Calenda	 314K	+16%
9	 Enrico Letta	 151K	+9.7%
10	 Nicola Fratoianni	 148K	+9.0%






















Best performance Facebook

 **Giorgia Meloni +16%**

 **Carlo Calenda +16%**

Crescita percentuale dei follower

Il semestre 2022

 INSTAGRAM			
LEADER		FOLLOWER	%
1	 Matteo Salvini	 2.2M	+0.28%
2	 Giuseppe Conte	 1.8M	-1.66%
3	 Giorgia Meloni	 1.5M	+51%
4	 Luigi Di Maio	 808K	-6.12%
5	 Silvio Berlusconi	 527K	+20%
6	 Matteo Renzi	 261K	+6.2%
7	 Gianluigi Paragone	 160K	+0,86%
8	 Carlo Calenda	 144K	+28%
9	 Enrico Letta	 98K	+28%
10	 Nicola Fratoianni	 65K	+26%

Best performance Instagram























Giorgia Meloni +51%

Crescita percentuale dei follower

Il semestre 2022

TWITTER

LEADER		FOLLOWER	%
1	 Matteo Renzi	 3.4M	+1.1%
2	 Giorgia Meloni	 1.8M	+45%
3	 Matteo Salvini	 1.5M	+1.5%
4	 Giuseppe Conte	 1.2M	+6.8%
5	 Luigi Di Maio	 778K	+0.93%
6	 Enrico Letta	 742K	+8.3%
7	 Carlo Calenda	 450K	+28%
8	 Silvio Berlusconi	 264K	+27%
9	 Gianluigi Paragone	 177K	+6.6%
10	 Nicola Fratoianni	 69K	+15%

Best performance Twitter














Giorgia Meloni +45%

Crescita percentuale dei follower

Il semestre 2022

TIKTOK

LEADER		FOLLOWER	%
1	 Giorgia Meloni	 883K	+765%
2	 Matteo Salvini	 803K	+49%
3	 Silvio Berlusconi	 721K	+26K%
4	 Giuseppe Conte	 527K	+121%
5	 Matteo Renzi	 42K	+11K%
6	 Gianluigi Paragone	 40K	+41%
7	 Carlo Calenda	 26K	+88%

Best performance TikTok

 **Silvio Berlusconi +26K%**

La top 10 delle reaction

LEADER					TOTALE II SEMESTRE 2022
1 Giorgia Meloni	22,9 M	17,4 M	2,9 M	6,2 M	49,4 M
2 Matteo Salvini	15 M	18,9 M	1,2 M	5,5M	40,6 M
3 Giuseppe Conte	16,5 M	5,4 M	1,2 M	5,6 M	28,7 M
4 Gianluigi Paragone	15,6 M	640 K	354 K	516 K	18 M
5 Carlo Calenda	4,1 M	3,2 M	2,9M	202 K	10,4 M
6 Silvio Berlusconi	1,6 M	2,6 M	259 K	5,3 M	9,7 M
7 Matteo Renzi	1,8 M	879 K	739 K	350 K	3,7 M
8 Enrico Letta	1,1 M	734 K	814 K	-	2,7 M
9 Nicola Fratoianni	931 K	831 K	130 K	-	1,9 M
10 Luigi Di Maio	-	255 K	13 K	-	268 K

LEADER					TOTALE ANNUALE 2022
1 Giorgia Meloni	36,8 M	30 M	3,8 M	6,6 M	77,2 M
2 Matteo Salvini	23,8 M	32,6 M	1,7 M	6,5 M	64,6 M
3 Gianluigi Paragone	44 M	2,1 M	651 K	731 K	47,4 M
4 Giuseppe Conte	23,4 M	8,4 M	1,6 M	6,3 M	37,7 M
5 Carlo Calenda	5,1 M	4,4 M	3,8 M	202 K	13,5 M
6 Silvio Berlusconi	2,8 M	3,9 M	322 K	5,3 M	12,3 M
7 Matteo Renzi	2,8 M	1,3 M	1,1 M	350 K	5,9 M
8 Enrico Letta	1,9 M	1,4 M	1,4 M	-	4,7 M
9 Nicola Fratoianni	1,8 M	1,5 M	307 K	-	3,7 M
10 Luigi Di Maio	-	1,1 M	82 K	-	1,2 M

Engagement e post interaction Facebook

Il semestre 2022

% Engagement

f FACEBOOK		
1	Carlo Calenda	8.5%
2	Gianluigi Paragone	5.8%
3	Giorgia Meloni	5.5%
4	Enrico Letta	4.8%
5	Nicola Fratoianni	4.1%
6	Giuseppe Conte	2.2%
7	Matteo Salvini	1.8%
8	Matteo Renzi	0.94%
9	Silvio Berlusconi	0.85%
10	Luigi de Magistris	0.39%

% Post interaction

f FACEBOOK		
1	Nicola Fratoianni	1.6%
2	Giorgia Meloni	1.5%
3	Enrico Letta	1.1%
4	Carlo Calenda	0.89%
5	Giuseppe Conte	0.77%
6	Matteo Renzi	0.61%
7	Silvio Berlusconi	0.33%
8	Gianluigi Paragone	0.30%
9	Luigi de Magistris	0.28%
10	Matteo Salvini	0.22%

Engagement e post interaction

Instagram

Il semestre 2022

% Engagement

 INSTAGRAM		
1	Carlo Calenda	14%
2	Giorgia Meloni	8.7%
3	Nicola Fratoianni	8.6%
4	Enrico Letta	5.1%
5	Matteo Salvini	5.0%
6	Silvio Berlusconi	3.1%
7	Gianluigi Paragone	2.5%
8	Matteo Renzi	2.0%
9	Giuseppe Conte	1.8%
10	Luigi Di Maio	0.19%

% Post interaction

 INSTAGRAM		
1	Nicola Fratoianni	3.5%
2	Giorgia Meloni	2.5%
3	Enrico Letta	2.1%
4	Carlo Calenda	1.9%
5	Matteo Renzi	1.7%
6	Gianluigi Paragone	1.7%
7	Silvio Berlusconi	1.2%
8	Giuseppe Conte	0.97%
9	Matteo Salvini	0.72%
10	Luigi Di Maio	0.19%

Engagement e post interaction

Twitter

Il semestre 2022

% Engagement

TWITTER		
1	Carlo Calenda	4.2%
2	Gianluigi Paragone	1.3%
3	Giorgia Meloni	1.2%
4	Nicola Fratoianni	1.2%
5	Enrico Letta	0.70%
6	Giuseppe Conte	0.61%
7	Silvio Berlusconi	0.59%
8	Matteo Salvini	0.47%
9	Matteo Renzi	0.13%
10	Luigi Di Maio	0.011%

% Post interaction

TWITTER		
1	Giorgia Meloni	0.26%
2	Silvio Berlusconi	0.25%
3	Giuseppe Conte	0.22%
4	Carlo Calenda	0.20%
5	Gianluigi Paragone	0.17%
6	Enrico Letta	0.12%
7	Matteo Renzi	0.060%
8	Matteo Salvini	0.057%
9	Nicola Fratoianni	0.050%
10	Luigi Di Maio	0.030%

Engagement e post interaction TikTok

Il semestre 2022

% Engagement

TIKTOK		
1	Giorgia Meloni	24%
2	Giuseppe Conte	15%
3	Gianluigi Paragone	12%
4	Carlo Calenda	9.4%
5	Matteo Renzi	7.7%
6	Silvio Berlusconi	6.8%
7	Matteo Salvini	5.7%

% Post interaction

TIKTOK		
1	Giuseppe Conte	56%
2	Giorgia Meloni	39%
3	Matteo Renzi	31%
4	Silvio Berlusconi	24%
5	Carlo Calenda	20%
6	Matteo Salvini	6.3%
7	Gianluigi Paragone	5.0%

Top of the post 2022



2

TIKTOK
685.400

**GIUSEPPE
CONTE**

04.08.2022

1

TIKTOK
866.000

**SILVIO
BERLUSCONI**

01.09.2022

3

TIKTOK
548.000

**MATTEO
SALVINI**

11.10.2022

Top 3 dei like 2022



2

INSTAGRAM
27,8 M

**GIORGIA
MELONI**

2022

1

INSTAGRAM
31,2 M

**MATTEO
SALVINI**

2022

3

FACEBOOK
25,6 M

**GIANLUIGI
PARAGONE**

2022

Top 3 delle visualizzazioni 2022



2

TIKTOK
10,1 M

**SILVIO
BERLUSCONI**

01.09.2022

1

TIKTOK
10,7 M

**GIORGIA
MELONI**

25.09.2022

3

TIKTOK
7,7 M

**GIUSEPPE
CONTE**

04.08.2022

Le menzioni online

Giorgia Meloni



Giuseppe Conte



Matteo Salvini



Enrico Letta



Silvio Berlusconi



Matteo Renzi



Carlo Calenda



Luigi Di Maio



Gianluigi Paragone



Nicola Fratoianni



L'engagement online dei leader politici

blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Giorgia Meloni



Giuseppe Conte



Silvio Berlusconi



Matteo Salvini



Enrico Letta



Matteo Renzi



Luigi Di Maio



Luigi Di Maio



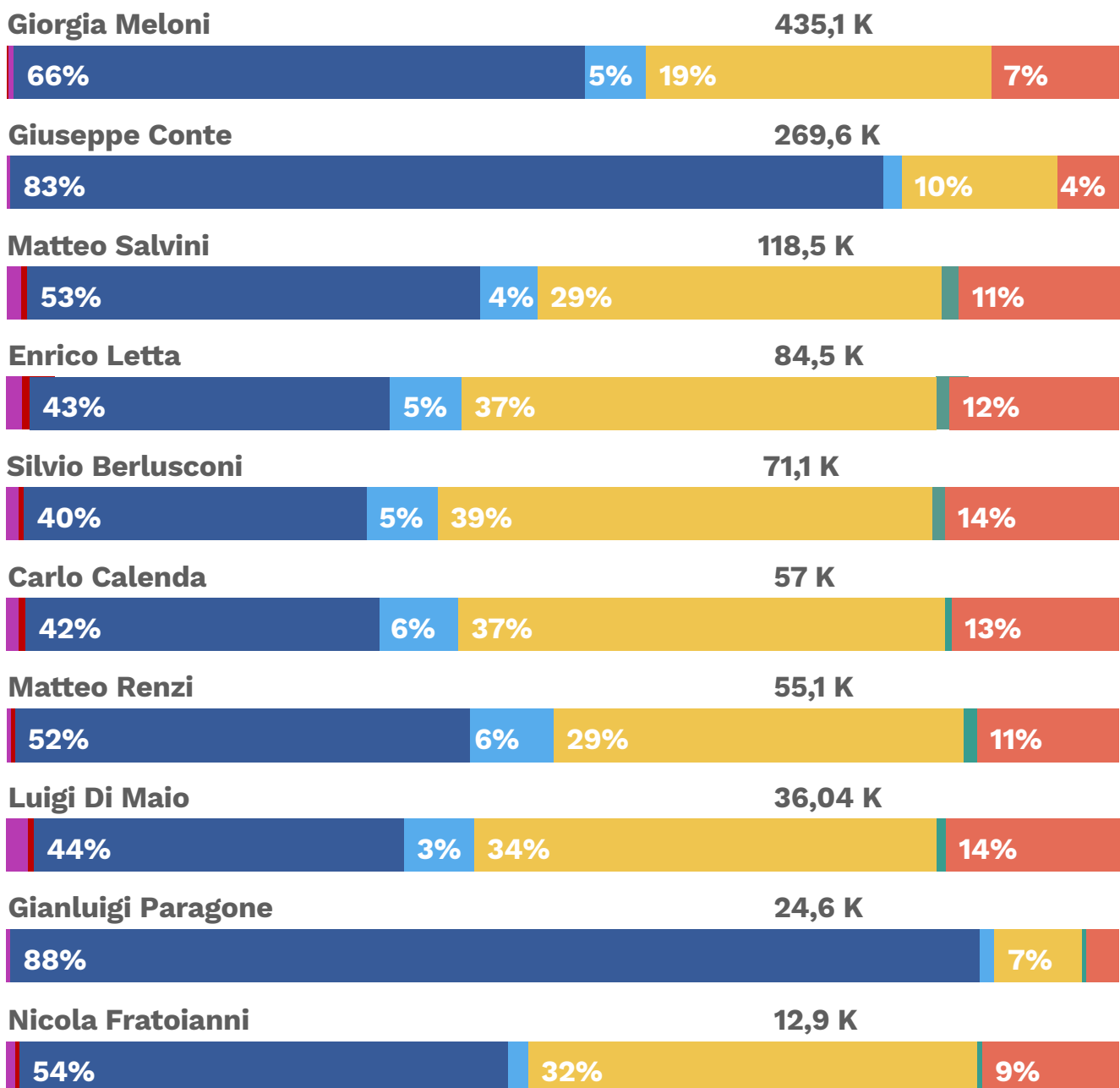
Gianluigi Paragone



Nicola Fratoianni

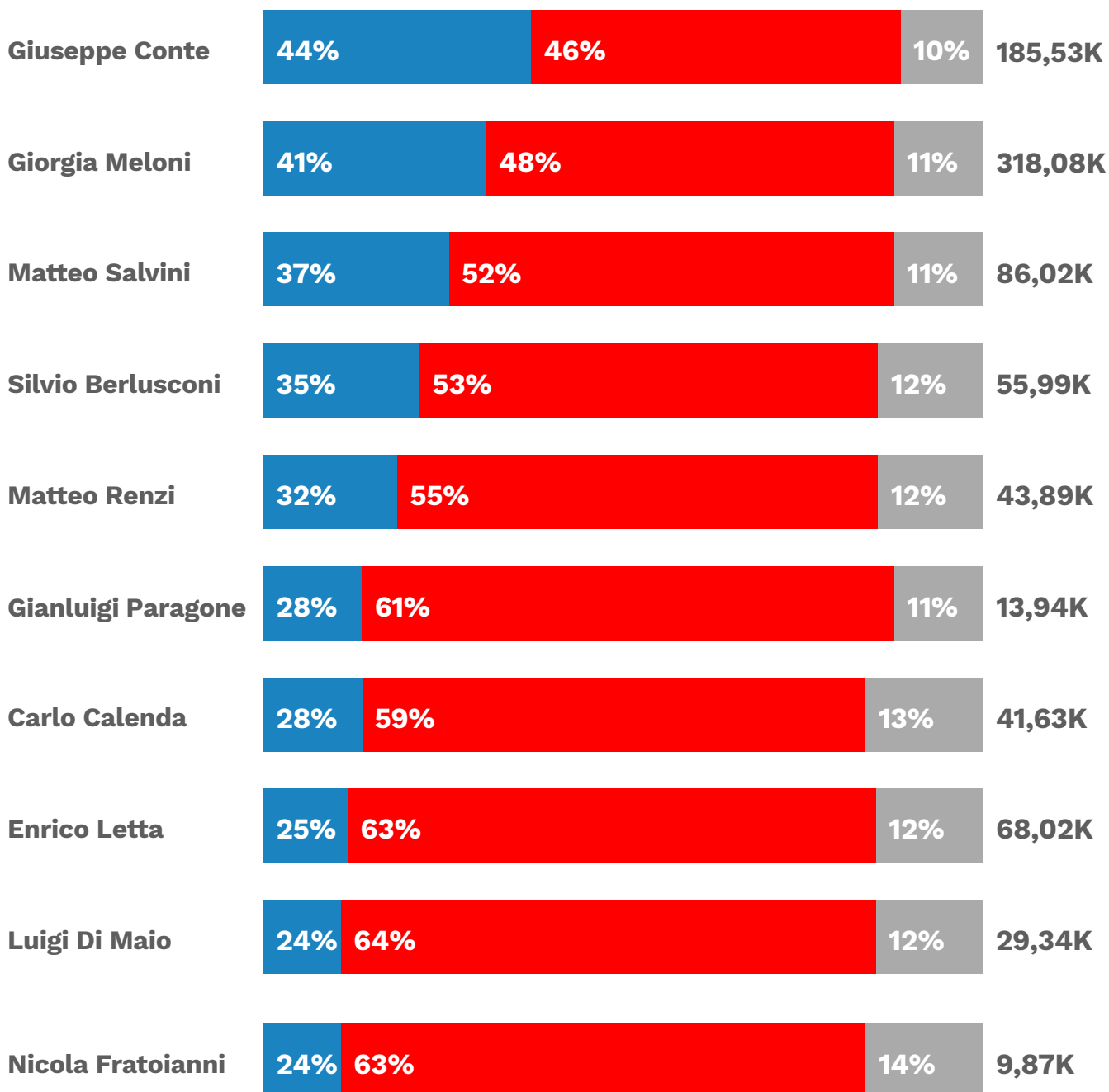


I territori digitali delle discussioni sui leader



Il mood dei leader politici

bløgmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE



La spesa social dei leader politici

LEADER	SPESA
1 Matteo Salvini	103,8 K
2 Carlo Calenda	45,2 K
3 Giuseppe Conte	39,3 K
4 Nicola Fratoianni	25,1 K
5 Giorgia Meloni	22,7 K
6 Matteo Renzi	21,0 K
7 Gianluigi Paragone	16,2 K
8 Luigi Di Maio	15,7 K
9 Silvio Berlusconi	12,4 K
10 Enrico Letta*	-

*nello stesso Partito Democratico ha investito complessivamente poco meno di 79 K

Periodo: 31/08/2022 - 25/09/2022
Tool: Libreria inserzioni facebook

Chi sono



Domenico Giordano

Sono spin doctor dell'agenzia di comunicazione [arcadiacom.it](https://www.arcadiacom.it) e tra una campagna elettorale e l'altra mi piace scrivere di comunicazione politica per Formiche.net, il Mattino, il Tempo e la Stampa.

Sono stato, senza provarne vergogna, l'Ideatore e organizzatore del Piccolo Festival della Politica, e ho pubblicato "De Luca, la comunicazione politica di Vincenzo De Luca da sindaco a social star" (Area Blu edizioni 2021) e a maggio di quest'anno, "Sono un uomo di pace e perfino d'amore, piccolo ma essenziale dizionario del Deluchismo (Graus Edizioni 2022).

335.7787028 | d.giordano@arcadiacom.it

Note metodologiche

Il monitoraggio del mood, delle menzioni e dell'engagement online è stato realizzato con la piattaforma **Liveinsights** di Blogmeter.

Quello degli insight totali sui canali Facebook, Instagram, Twitter e TikTok è stato registrato con la suite di **FanpageKarma**.

Pubblicazione: Dicembre 2022

Autore

Domenico Giordano

Altri articoli di comunicazione politica su votantonio.it

Progetto grafico e raccolta dati
arcadiacom.it

Periodo di analisi
01.07.2022 - 19.12.2022

arcadia®

Arcadia srl

Via Capellino
82019 Sant'Agata
de' Goti — BN

0823 718018
info@arcadiacom.it
www.arcadiacom.it