

ELEZIONI, TELPRESS: SOCIAL DETERMINANTI PER MELONI

La leader di Fratelli d'Italia inaugura la nuova era della comunicazione politica

I social network sono stati determinanti per la vittoria di **Giorgia Meloni**. È un vero e proprio tsunami che ha travolto gli altri leader crescendo settimana dopo settimana, raggiungendo i milioni di italiani che ogni giorno conversano online ma soprattutto convincendoli a votare per lei. Con il suo modo di fare diretto, spontaneo, la leader di Fratelli d'Italia è riuscita a imporre il suo stile comunicativo trasformando i social network nel nuovo porta a porta.

Oggi l'opinione si forma e si consolida online su Facebook, Instagram, Twitter e Tik Tok che rappresentano il nuovo spazio della politica.

È stata questa la cifra che ha fatto la differenza rispetto agli altri leader sui social, conquistando nell'ultima settimana una reach di 71,8 milioni generata da oltre 18,33 mila mentions, quasi il triplo di **Giuseppe Conte** (26,2), **Matteo Salvini** (25,2) ed **Enrico Letta** (21,7) lo stesso motivo che ha consentito la rimonta di **Giuseppe Conte**, poi confermata dal voto.

È quanto emerge dal **Report Leader & Social di Telpress Italia** un'analisi delle conversazioni realizzata con MediaScope, la piattaforma proprietaria di web e social listening basata sul monitoraggio continuo dei principali social network con l'obiettivo di offrire una panoramica aggiornata in tempo reale sulle interazioni dei principali vertici dei partiti e su quello che gli stessi scrivono attraverso i loro profili social.

Dal monitoraggio delle conversazioni sui social nelle ultime settimane era già chiaro un forte orientamento verso **Giorgia Meloni** che è riuscita a trascinare tutta la coalizione di centrodestra anche se si percepiva già la perdita di consenso del partito di **Matteo Salvini**, molto criticato, e di **Silvio Berlusconi** che ha recuperato qualcosa solo sbarcando su Tik Tok.

Dai diversi indicatori utilizzati per l'analisi, è stato sempre più evidente che l'ordine dei leader sarebbe corrisposto a quello degli eletti. Ciò che ha premiato più di ogni altra cosa **Giorgia Meloni** è stata la spontaneità. La presenza degli altri leader, invece, è stata sempre poco spontanea, artefatta, costruita a tavolino, ed è l'aspetto che ha penalizzato **Enrico Letta**, **Matteo Salvini** e anche **Silvio Berlusconi**.

E' proprio il contrario di quanto aveva suggerito a maggio Meta ai suoi utenti professional di Facebook e Instagram: passare dalla raffinatezza e dalla perfezione a contenuti grezzi. La vittoria elettorale di **Giorgia Meloni**, dunque, inaugura non solo una nuova stagione politica ma anche della comunicazione politica. I social network non sono un canale di comunicazione tra gli altri, né tantomeno una vetrina, ma una parte importante della mediasfera in cui viviamo quotidianamente.

Nelle ultime settimane il dibattito reale si è spostato completamente su Facebook, che continua ad essere la "piazza" digitale più frequentata. Twitter è per la community professional, spesso molto autoreferenziale. Anche questa settimana è **Giorgia Meloni** a raggiungere l'audience più alta (6.605.237 e 178 mila interazioni) ancora con un messaggio personale nei confronti della figlia. Al secondo posto **Giuseppe Conte** con il post di chiusura della campagna elettorale a Roma che raggiunge 4.724.020 di utenti. Solo **Silvio Berlusconi** raccoglie consensi considerevoli su Tik Tok, con un video riferito alla sua giovinezza.