Expo sui social: cresce il web sentiment positivo. Padigione Italia il più commentato

MIgliora il web sentiment nei social nei confronti di Expo 2015, a un mese e mezzo dall'inaugurazione della manifestazione. Secondo il monitoraggio effettuato da **Reputation Manager**, l'istituto italiano per l'analisi e la misurazione della reputazione online, sui social dal 1° maggio al 12 giugno sul tema Expo sono stati inviati 450.560 tweet da 104.221 utenti e su Facebook sono 1 milione 700mila gli utenti che seguono pagine ufficiali e non ufficiali dedicate ad Expo. **Il web sentiment è positivo per il 36 %** (+ 23% rispetto all'ultima analisi), **neutro per 21% (- 22%) e negativo per il 43% (-1%).**
Expo2015, con circa 439.000 tweet, è l'hashtag più utilizzato per commentare l'evento, ma i **padiglioni sono l'aspetto più commentato sul web (60,9% delle conversazioni)**. I **più visitati e commentati sono il padiglione Italia,** di cui è apprezzato soprattutto lo spazio di buio totale gestito dall'Unione Italiana Ciechi, e la sezione Toscana; seguono **Giappone** e **Korea del Sud.** I più divertenti e tecnologici sono quelli di Svizzera, per le sue tre torri piene di mele, caffè e sale disponibili gratuitamente, Germania, per i 3 mila schermi che proiettano paesaggi visti da due api in volo, e Brasile, per la sua rete dove camminare sospesi e tornare un po' bambini.
Le attrazioni più fotografate, commentate e pubblicate su Instagram sono l'Albero della vita e il Palazzo Italia, mentre **il più criticato è il padiglione della Lombardia,** per la povertà espositiva e per non aver ancora raggiunto il suo stadio finale. **Molti utenti infine giudicano proibitivi i prezzi delle aree ristoro** e la scarsità di fontanelle pubbliche.