Expo, sui social cala il buzz ma il sentiment è positivo

Rispetto all'ultima edizione **dell'Osservatorio Expo 2015 Milano di Blogmeter** i numeri sono in calo, sia in termini di performance degli account ufficiali **Expo** sia nel parlato online. A giugno il numero di citazioni in rete diminuisce del 57%, ma se il buzz si è attenuato non è lo stesso per il sentiment che, al contrario, si riconferma più che positivo. Tra gli argomenti più chiacchierati **l'Albero della Vita,** i padiglioni e le visite di personalità internazionali come **Michelle Obama**, il cui profilo Twitter ufficiale è tra i più menzionati del mese. Interesse anche per l'iniziativa delle #WomensWeeks, il progetto che pone le donne al centro dell'Esposizione Universale.
In dettaglio, come riporta AdnKronos, su Facebook si assiste a una diminuzione del total engagement del 69%, mentre i fan continuano a crescere (+85.000). Lo stesso è per Twitter: +46.000 follower e -13,1% le unique impression. Il canale Instagram di Expo 2015 è quello i cui numeri rimangono più stabili: il total engagement si riduce del 5,2 %, mentre i follower crescono esponenzialmente, +182.200 rispetto a maggio. Su i social i post e i tweet più attrattivi sono quelli relativi ai National Days di Expo, ma il vero protagonista si riconferma il cibo: l'iniziativa che ha generato un boom di interazioni è stata la creazione della **pizza più lunga del mondo** (1,5 km) che si è aggiudicata il Guinness World Record. Infine, per quanto riguarda gli hashtag, spiccano #faccedaexpo ed #expotube, che promuove il nuovo canale Youtube di Expo 2015.