



# IL RINCARO DEI PREZZI

**Monitoraggio e analisi delle conversazioni sui social network e sul web**

01 Gennaio - 26 Gennaio 2023

---

Report a cura di Telpress Italia

## **Impostazione metodologica**

Il Report affronta il tema del rincaro dei prezzi ed è suddiviso in due parti.

Nella prima parte si mostrano i dati quantitativi della ricerca relativa alla tematica "rincaro dei prezzi" globale e la sua incidenza distinta per tematiche (caro spesa, caro bollette e caro energia). Nella seconda parte si analizzano autori più attivi e contenuto dei post presi in esame.

La presente analisi è basata sul monitoraggio del web e dei principali social network (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok e YouTube) ed è realizzata con la piattaforma MediaScope™ di Telpress Italia che consente la rilevazione in tempo reale e la relativa analisi dei dati delle conversazioni del web e dei social network su keyword definite.

## **Specifiche di lavorazione**

Il monitoraggio è basato sul social-listening e si riferisce al periodo dal 01 al 26 gennaio 2023.

Le keywords utilizzate alla estrazione dei post e degli articoli web rientrano nelle correlazioni e nelle combinazioni delle seguenti parole: carospesa, carobollette, caro energia, aumento, rincaro, speculazione, prezzi

## La word cloud

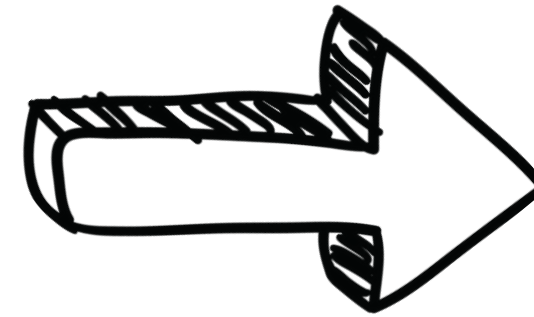


periodo : 01 gennaio - 26 gennaio 2023

## Share of voice

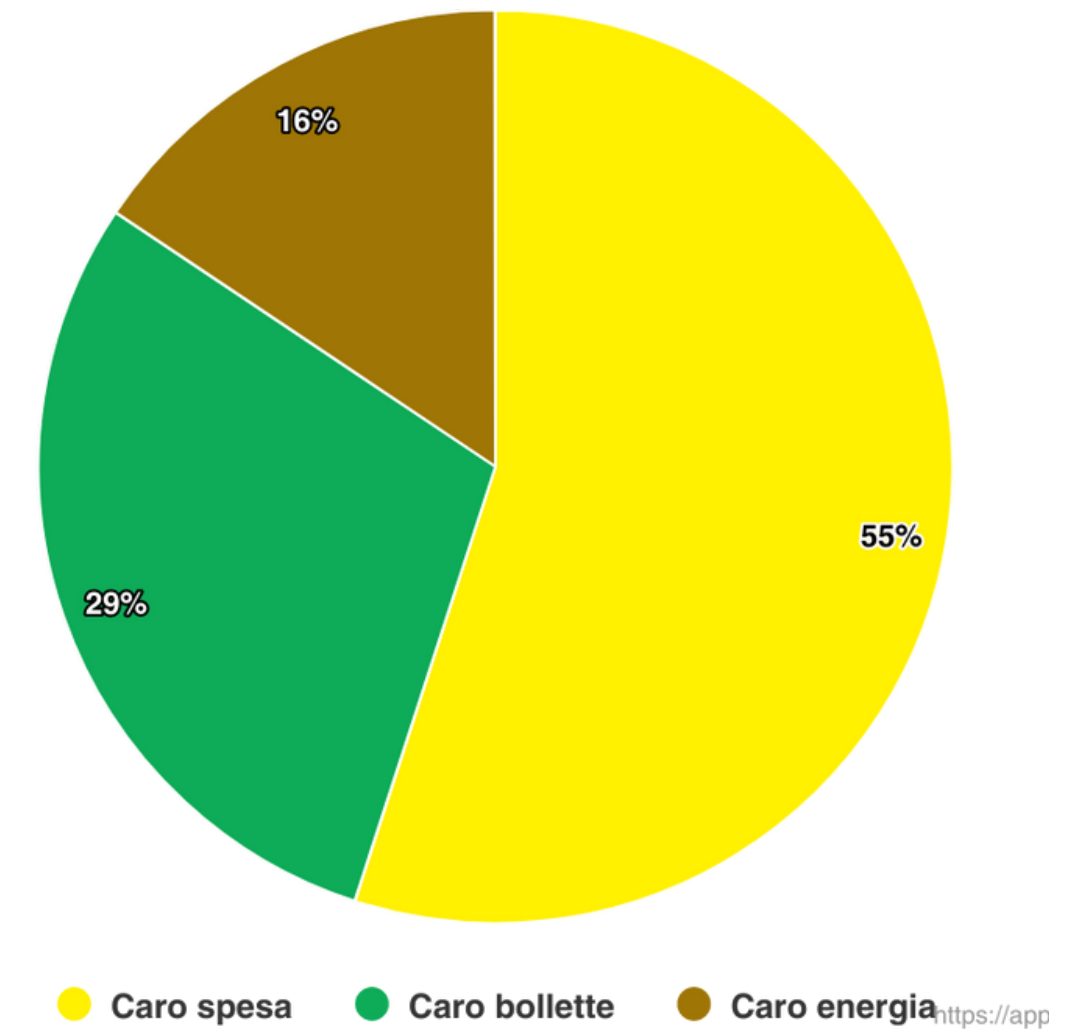
Totale delle *mentions* per *query* nel periodo

58.073

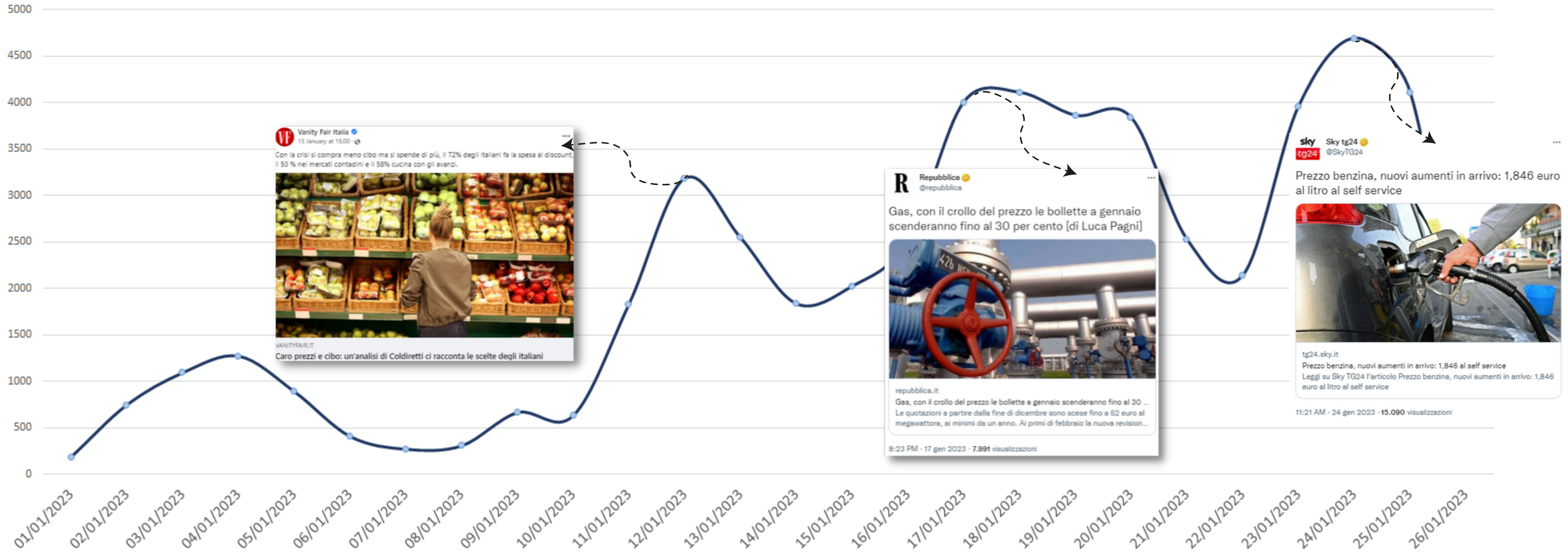


*Impression* totali

145,7 M



## Andamento nel periodo



periodo : 01 gennaio - 26 gennaio 2023

# I dati del monitoraggio

Il nuovo anno, a livello mediatico, è iniziato con temi forti ben polarizzati. Tra questi spicca l'incidenza sulle tasche degli italiani del cosiddetto "**rincaro dei prezzi**" nei tre campi della spesa delle famiglie, dell'energia in senso lato e delle bollette in particolare. Un tema che "gira forte" su giornali, tv e radio e ha ampio spazio nelle conversazioni sui social network e sul web.

Il periodo analizzato è quello compreso tra il 1 e il 26 gennaio 2023. In questo ambito temporale sono state registrate **58.073 mentions** totali che si distribuiranno, come si vedrà nel lavoro che segue, in diverse zone di incidenza. Ne esce una rappresentazione sui social "molto sentita". Le questioni materiali toccano molto la sensibilità delle persone che poi trovano "sfogo" sui social media.

La parola "spesa", come emerge dalla **word cloud**, la rappresentazione grafica delle parole più ricorrenti nelle conversazioni, indica come **la preoccupazione principale sia l'aumento dei prezzi al consumo.**

### I dati del monitoraggio

Dal monitoraggio delle conversazioni social emerge la preponderanza di alcune parole chiave emblematiche quali **“difficoltà”, “pasta”, “farina”, “carrello”** e il generale **“rincarare prezzi”**. **Bollette, caro petrolio, benzina e accise** si affermano in relazione al tema aggregato del **“caro energia”**.











**Dal 1° al 26 gennaio 2023** sono state individuate **58.073 mentions** di cui **il 55% è relativo alla chiave “spesa”, il 29% al “caro bollette” e il 16% al “caro energia”**. Se si aggregano gli ultimi due dati in uno solo omnicomprendivo si registra un dato di rilievo: il 45% del macro tema energetico, seppure distaccato dal tema forte del “caro spesa”, rappresenta quasi la metà della torta iconografica. (Il grafico principale “a torta” indica il totale delle *mentions* nel periodo analizzato).

Un dato che conferma **sui canali social e web che il tema delle bollette e dei costi dell’energia in generale è molto sentito, quasi quanto la spesa alimentare e, per le persone, i rincari dei prodotti di largo consumo sono legati all’aumento dei costi dell’energia.**

Da notare infine che, sempre in relazione al macro tema energetico, **il 29% relativo al caro bollette indica un’attenzione particolare ai “costi vivi”** e immediati dell’utilizzo dell’energia rispetto al più generale e omnicomprendivo concetto della spesa energetica generale.

## Top influencer

periodo : 01 gennaio - 26 gennaio 2023

	Mentions	Reach
 LA REPUBBLICA	6	3.233.059
 NAPOLI FANPAGE.IT	4	1.686.539
 FANPAGE.IT	69	1.156.636
 LE PIÙ BELLE FRASI DI OSHO	1	1.050.384
 INVESTART.FINANCE	1	973.779
 MILANO FANPAGE.IT	4	704.879
 ALESSANDRO DI BATTISTA	2	627.413
 LAREPUBBLICA	5	549.050
 UIL.IT	3	485.375
 NOTIZIE.IT	30	402.716



## I post più virali per tema

📅 13/01/23



Siamo alla FRUTTA! I Prezzi aumentano ma gli STIPENDI rimangono FERMI!!! #shorts

Investart.finance 7150 iscritti 74.097 likes Condividi Scarica

**CARO SPESA**



973.779



1.169

📅 04/01/23



**CARO BOLLETTA**



1.050.384



17.176

📅 17/01/23



**CARO ENERGIA**



258.151



5.271

periodo : 01 gennaio - 26 gennaio 2023

### L'analisi

Interessante studiare l'andamento del dato aggregato, cioè l'insieme delle *mentions* sui tre temi chiave: "caro spesa", "caro bollette" e "caro energia".

**Il picco massimo si registra tra il 17 e il 25 gennaio.** Il flusso delle conversazioni inizia a "impennarsi" a partire dal giorno 10 gennaio, per poi registrare un primo picco due giorni dopo (12 gennaio) e ridiscendere fino al 14 gennaio, punto in cui inizia il percorso che porterà al dato massimo del 25 gennaio, raggiunto da post inerenti il caro benzina.

Questo andamento indica che nei primi dieci giorni di gennaio l'attenzione sui temi oggetto di indagine non era ancora particolarmente desta, seppure sentita. **Il dibattito social e web si anima a partire dalla seconda metà di gennaio.** Questo perché, in via probabile, il prolungamento delle festività natalizie ha condizionato l'attenzione degli utenti.

In relazione al dato aggregato è di rilievo la rappresentazione degli utenti raggiunti dalle mentions.

Sul profilo Facebook del quotidiano La Repubblica si registrano 6 *mentions* che hanno raggiunto in media 3.233.059 utenti. Spicca la *mention* sul profilo dell'influencer Federico Palmaroli "Le più belle frasi di Osho", che raggiunge con una sola citazione oltre un milione di utenti. L'ironia sul tema del "caro vita", così come i canali di denuncia, come testimoniano le *mentions* sul profilo Facebook di Alessandro Di Battista sono in grado di "bucare" molto e di sollecitare le opinioni di numerosi utenti (in media 627.413 utenti).

### L'analisi

Anche dall'analisi dei post che hanno il migliore posizionamento in termini di impatto sugli utenti si nota che l'espressione ironica e di denuncia sui temi del "rincarare prezzi" sono molto apprezzate dal pubblico del web e dei social. Un video di Investart.finance su YouTube, del 13 gennaio 2023 in cui l'onorevole Bonelli denuncia il rincarare dei prezzi attraverso una retorica parlamentare sui generis (l'esibizione in aula di zucchine e ortaggi vari) ha registrato 1.169 interactions e ha registrato un reach di quasi 974 mila utenti.

L'ironia fa da grancassa al tema del caro energia nel post Facebook di Osho che ha fatto registrare oltre 17mila interazioni e ottenuto un reach notevole di oltre 1 milione di utenti. Il post di un utente di Facebook che registra la polemica tra Marco Travaglio e Giorgia Meloni ha avuto, infine, 5.271 interactions e un reach di oltre 258 mila utenti.

**L'ironia, la denuncia e lo scontro restano mezzi ottimali per la comunicazione di temi che toccano da vicino le tasche degli italiani.**

## GLOSSARIO

**Query:** insieme delle parole chiave ricercate combinate con filtri quali: lingua, tipologia sorgente, geoposizione.

**Mentions:** totale delle rilevazioni (articoli, post, commenti) pubblicati su siti di informazione online, blog e profili social.

**Share of voice (SOV):** misura la quota di mentions di una query rispetto al totale. Funge da indicatore della visibilità di un elemento analizzato e di quanto questo domini la conversazione nel settore.

**Reach:** numero di utenti stimato che hanno visualizzato la mention.

**Interactions:** totale dei like, condivisioni e commenti presenti nelle rilevazioni web o social. Questa metrica viene definita anche Viralità.

**Influencers:** autore della rilevazione web o social. Per il Web viene considerato il dominio del sito web, per i social il profilo social dell'autore stesso.

**Andamento nel periodo:** rappresentazione grafica della numerosità delle mentions nel periodo analizzato.

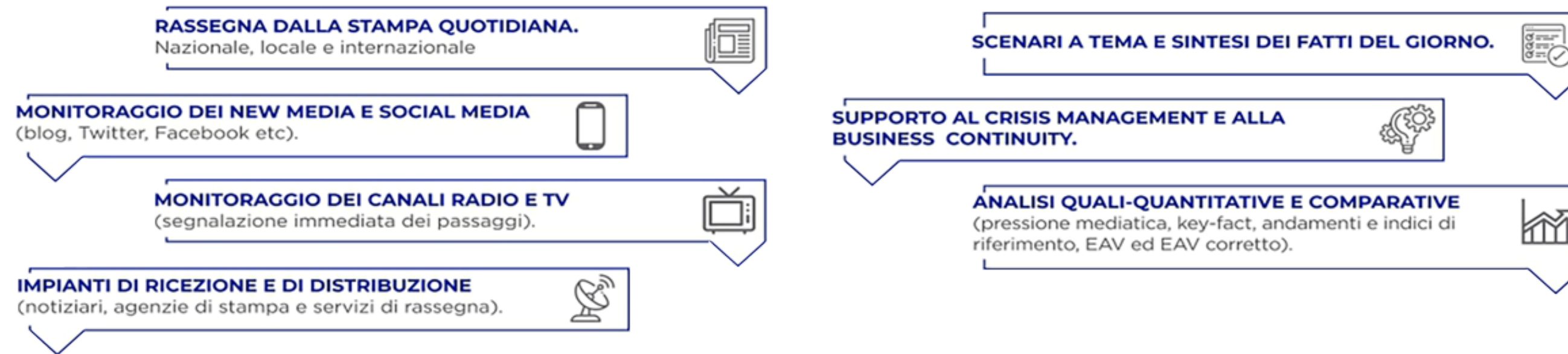
**Sentiment:** valutazione della rilevazione su una scala di 3 tonalità (positiva, neutra, negativa).

**Word cloud:** rappresentazione grafica delle parole più ricorrenti.

**Telpress Italia** da 40 anni è un punto di riferimento nei servizi di monitoraggio e analisi dei media, anche digitali, del web e dei social network.

La società, che per prima ha ideato il concentratore di agenzie stampa (Tosca), oggi è leader nei servizi di monitoraggio e analisi del web e dei social network con la piattaforma Mediascope. Produce, inoltre, note quotidiane, report settimanali, mensili e annuali sulle performance mediatiche di imprese, enti pubblici e individui; podcast, analisi qualitative e comparative.

## TELPRESS: IL TUO SGUARDO VIGILE SUI FATTI.



[www.telpress.it](http://www.telpress.it)  
numero verde 80027099  
e-mail [sales@telpress.it](mailto:sales@telpress.it)