



HUMAN®

# L'ECONOMIA ITALIANA

→ sotto i riflettori digitali



# REPORT

→ nota metodologica



La presente analisi è stata effettuata prendendo in considerazione le conversazioni social generate in relazione al tema dell'Economia in Italia.

Al fine di analizzare il **sentiment**, le **emozioni** e la **semantica** sono stati monitorati post e commenti generati dal 13 Settembre al 19 Settembre 2024.

# ECONOMIA

→ overview



HUMAN®

Analisi delle **conversazioni** generate da utenti in relazione al tema dell'**Economia** su X, Instagram e Facebook.

Sono stati analizzati post e relativi commenti in lingua italiana prodotti tra il 13 e il 19 Settembre 2024.

Nel corso del periodo considerato sono state intercettate 21.4mila menzioni sul tema che hanno generato 2.7 milioni di interazioni (like, share e commenti) e 2.1 milioni di parole digitate.



21.4K  
POST



3K  
POST  
PER DAY



2.7MLN  
INTERAZIONI



2.1MLN  
PAROLE

# ECONOMIA

→ sentiment analysis



La **sentiment analysis** è stata effettuata prendendo in considerazione post e commenti prodotti dagli utenti in relazione al tema dell'Economia in Italia. Il dato è suddiviso in positivo, neutro e negativo.



**41,17%**



**58,83%**

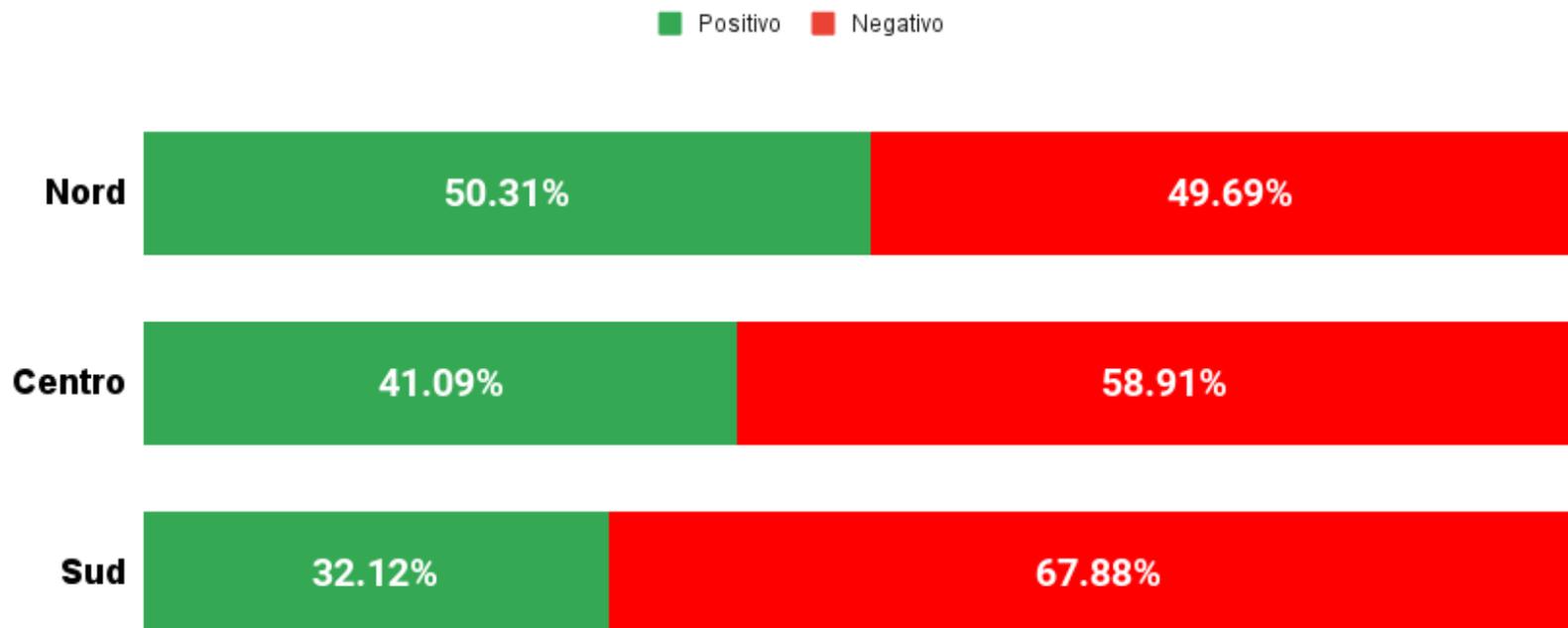
- \* I testi analizzati evidenziano una prevalenza del sentimento negativo nei confronti delle condizioni economiche e sociali in Italia, con particolare focus sui bassi salari e la mancanza di **investimenti pubblici** in settori chiave come **sanità, istruzione e infrastrutture**. Emerge anche un «parlato» positivo, legato maggiormente al miglioramento di alcuni **indicatori macroeconomici**.

# ECONOMIA

→ sentiment analysis:  
come cambia da Nord a Sud



La **sentiment analysis** è stata effettuata prendendo in considerazione post e commenti prodotti dagli utenti in relazione al tema dell'Economia in Italia. Il dato è calcolato per zona geografica (Nord, Centro, Sud) e suddiviso in positivo, neutro e negativo.



# ECONOMIA

→ le emozioni degli utenti



L'analisi delle **emozioni** è stata effettuata prendendo in considerazione post e commenti, positivi e negativi, prodotti dagli utenti.



FRUSTRAZIONE

**33%**



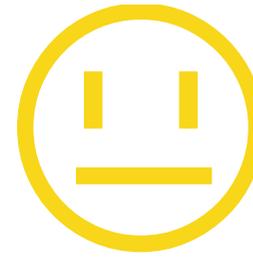
SFIDUCIA

**23%**



FIDUCIA

**21%**



SCETTICISMO

**18%**

- \* I commenti sui social riguardanti l'economia riflettono principalmente **Frustrazione** e **Sfiducia**, legate a temi specifici come i bassi salari, le politiche economiche percepite come inefficaci e la carenza di investimenti in sanità e istruzione. Una minoranza di utenti comunque si mostra **fiduciosa** per le prospettive future del Paese, supportata dagli ultimi dati, quali miglioramento dell'occupazione e maggiori entrate dello Stato.



# ECONOMIA

→ top words



La **lista delle parole** usate con maggiore frequenza dagli utenti nei post e nei commenti relativi al tema dell'Economia.

Il dato esprime l'utilizzo in percentuale sul totale delle parole intercettate.

STIPENDI	8.56	PNRR	1.53
ECONOMICO	4.88	POLITICA	1.32
SALARI	4.51	SOCIALE	1.32
ECONOMIA	4.30	INVESTIMENTI	1.31
ITALIA	3.13	EUROPA	1.30
SOLDI	1.86	SANITÀ	1.22
TASSE	1.76	SVILUPPO	1.19
PAGARE	1.75	FISCO	1.17
MELONI	1.68	PAGA	1.11
FONDI	1.57	SCUOLA	0.97

# ECONOMIA

→ tagcloud



Le **combinazioni di due parole** usate con maggiore frequenza dagli utenti in relazione al tema su X, Instagram e Facebook.



# ECONOMIA

→ top bigram



La **lista dei bigram** usati con maggiore frequenza dagli utenti nei post e nei commenti relativi al tema dell'Economia.

Il dato esprime l'utilizzo in percentuale sul totale delle parole intercettate.

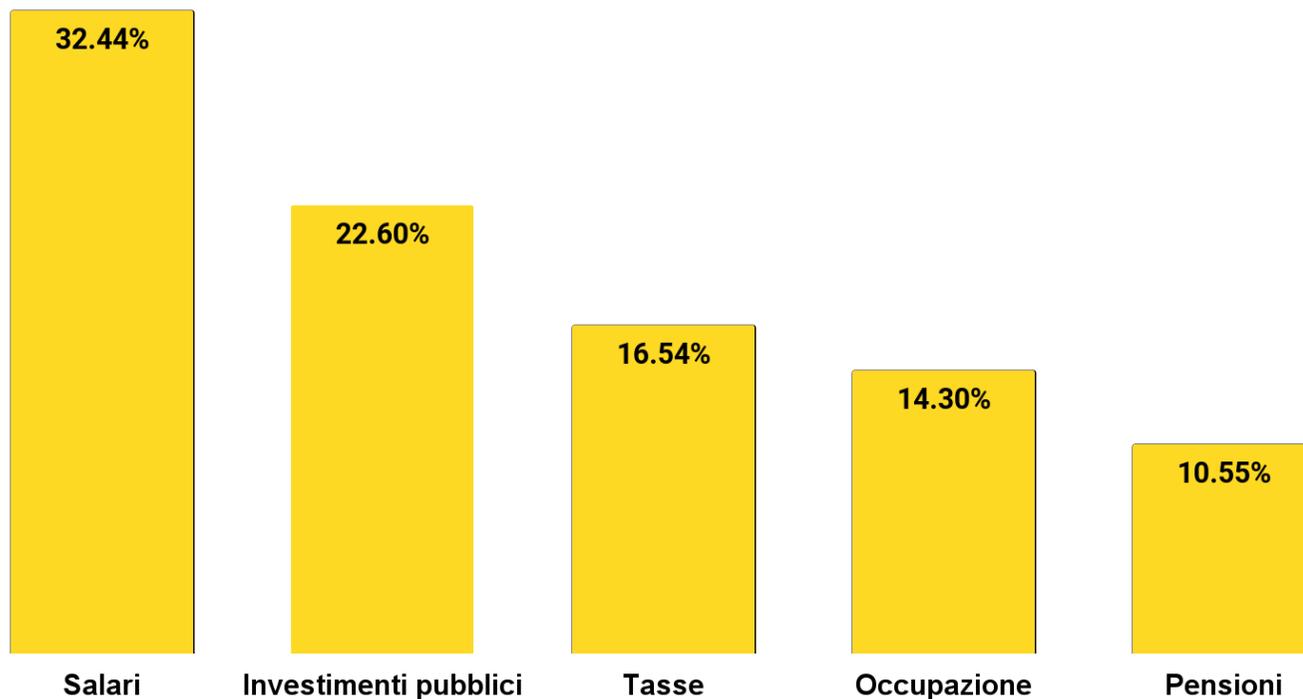
STIPENDI BASSI	5.32
PAGANO TASSE	3.04
CRESCITA ECONOMICA	1.38
EVASIONE FISCALE	1.32
GIORGIA MELONI	1.27
SALARIO MINIMO	1.04
SOLDI TASSE	0.91
PENSIONI ORO	0.83
CONFLITTO INTERESSI	0.82
INVESTIMENTI PUBBLICI	0.78

# ECONOMIA

→ la top 5 dei temi legati all'Economia



La **top five dei temi** emersi con maggiore frequenza in post e commenti legati all'Economia in Italia.

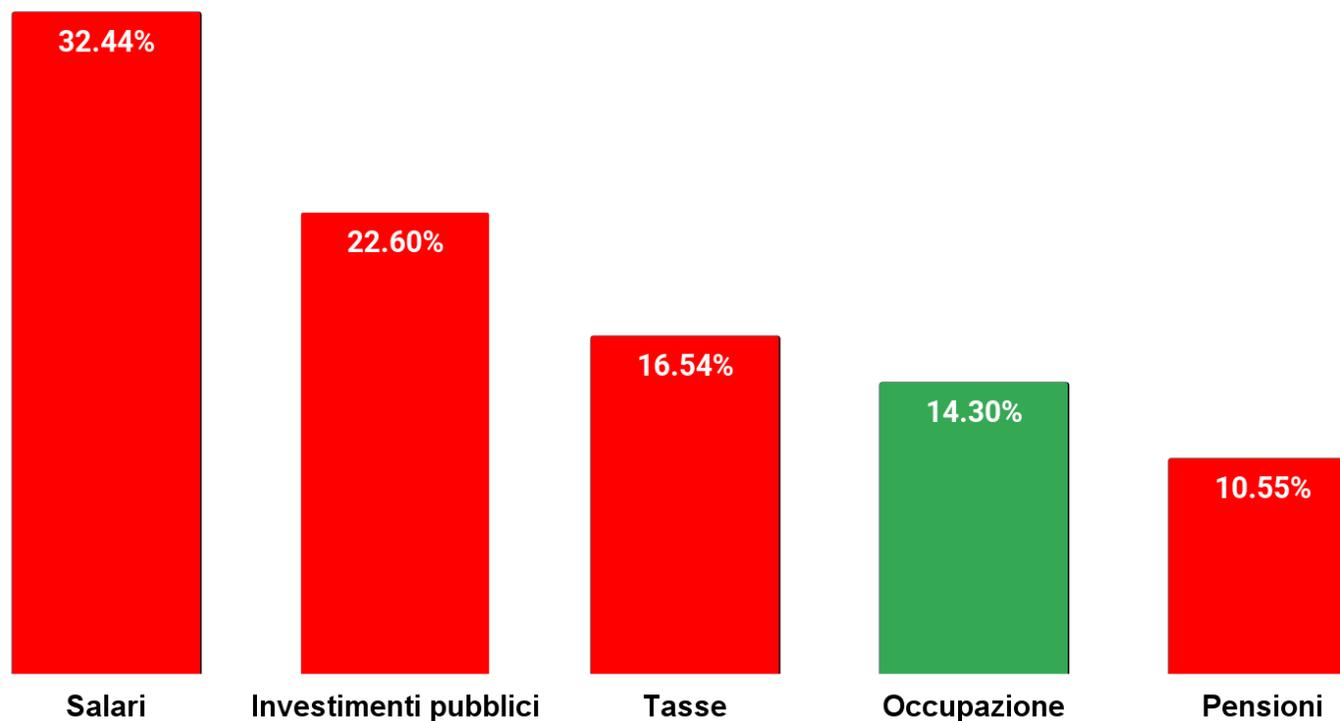


# ECONOMIA

→ il sentiment dei temi associati



La **sentiment analysis** legata ai **temi** maggiormente associati al tema oggetto di analisi. In verde sono contrassegnati i temi che hanno maggioranza di sentiment positivo, al contrario in rosso quelli con maggioranza di sentiment negativo.





# HUMAN®

**Vis Factor srl**

via della Scrofa 117

00186 Roma

P.Iva 15411561002

amministrazione@visfactor.it

**www.visfactor.it**

Tutto quanto riportato in questo documento é strettamente confidenziale e protetto dal diritto proprietà intellettuale. È quindi assolutamente vietato copiare, appropriarsi, ridistribuire, riprodurre il documento o parte di esso senza autorizzazione espressa da parte della società Vis Factor s.r.l.