



Ufficio stampa e PR
Piazza della Riforma 1
6900 Lugano
Svizzera

t. +41 58 866 70 88
pr@lugano.ch
www.lugano.ch

Comunicato stampa

Lugano Plan B: un anno di presenza online trasversale, positiva e promettente

A un anno dal lancio di Lugano Plan B uno studio ha analizzato la presenza online della Città di Lugano, confrontando i dati precedenti all'avvio del progetto e i risultati dopo 12 mesi. Sono state monitorate alcune piattaforme social e i contenuti testuali pubblici raggiungibili dai motori di ricerca, come blog, articoli di giornali online e relativi commenti. Dai risultati è emerso che la Città di Lugano durante il primo anno di Plan B è stata presente online in modo trasversale sui temi crypto e blockchain, con un incremento importante di interazioni e valutazioni internazionali positive.

L'analisi si è focalizzata sulla presenza online della Città di Lugano prima e dopo il lancio di Plan B ed è stata curata da IBM tramite IBM iX, partner di Lugano Living Lab. Sono stati analizzati i contenuti pubblici in lingua italiana e inglese pubblicati online tra novembre 2021 e febbraio 2023. Sono state monitorate alcune piattaforme social e i contenuti testuali pubblici raggiungibili dai motori di ricerca, come blog, articoli di giornali online e relativi commenti. Riguardo alle piattaforme social: i social media considerati sono i canali social di Lugano Plan B, con un particolare focus sulla piattaforma Twitter, nonché i post pubblici sui social media con *hashtag* corrispondenti (ad esempio #luganoplanb oppure #luganomycity). Non sono state analizzate alcune piattaforme social, come LinkedIn e Youtube.

Dall'analisi sono emersi i seguenti risultati:

Quanto si è parlato online?

Nel periodo precedente il lancio di Plan B (novembre 2021 - febbraio 2022) la Città di Lugano godeva di circa 9'620 menzioni, ossia i riferimenti testuali che appaiono in post, commenti online, articoli e in testi pubblici pubblicati su social media, siti web, forum o blog. Nel primo anno (marzo 2022 - febbraio 2023) i dialoghi relativi alla Città e al suo Plan B hanno visto un importante incremento: le menzioni giornaliere sono passate da 80 a 386, con un totale di 141'000 menzioni in un anno (+1365%). In particolare, i canali social di Lugano Plan B (Twitter, Instagram e LinkedIn) in un anno hanno ottenuto più di 13'000 follower con una provenienza internazionale.

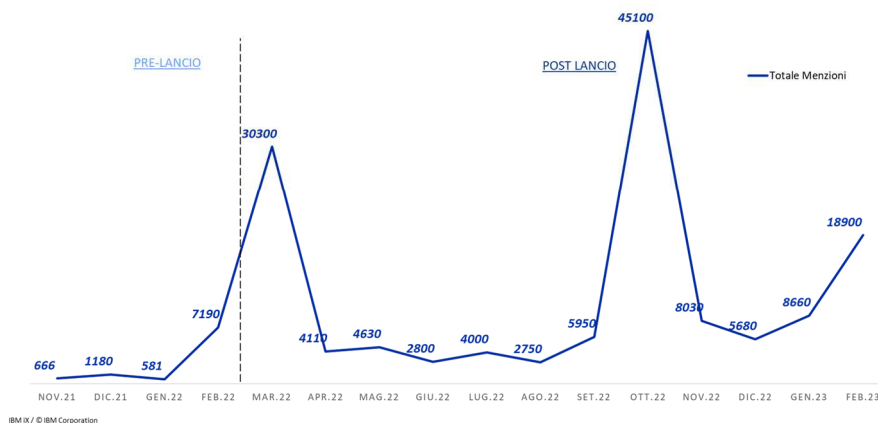
Presenza online della Città di Lugano prima e dopo il lancio di Plan B



Qual è stato il coinvolgimento rispetto ai contenuti pubblicati online?

Da un'analisi del coinvolgimento online - ovvero come gli utenti hanno interagito con like, commenti, condivisioni, retweet e così via - è emerso che le reazioni hanno avuto un incremento prorompente: da un coinvolgimento di 158'000 interazioni del periodo precedente al lancio di Plan B a 819'000 interazioni (+418%) ottenute nel primo anno. La popolarità della Città di Lugano nel corso del primo anno di Plan B ha avuto tre momenti cruciali durante i quali vi sono state le maggiori interazioni online: febbraio 2022, in concomitanza con gli annunci dedicati al pre-lancio di Lugano Plan B; marzo 2022, corrispondente al lancio ufficiale; ottobre 2022, con un ulteriore picco e un record di menzioni concomitante all'organizzazione dell'evento Lugano Plan B Forum.

Città di Lugano – Plan B Evoluzione Temporale delle menzioni online





Di cosa si è parlato online?

Nella fase post lancio (marzo 2022 - febbraio 2023) gli argomenti dei riferimenti testuali pubblicati online hanno riguardato principalmente il mondo della finanza (62% degli argomenti). Le parole chiave più frequenti associate alla Città di Lugano sono state: adoption/adozione, city/città, world/mondo, crypto payments/pagamenti in criptovalute, blockchain, merchants/commercianti, citizens and visitors/cittadini e visitatori. Oltre al mondo del fintech, i dati fanno emergere conversazioni relative al mondo della ristorazione e, in particolare, ai commerci che accettano pagamenti in criptovalute.

Un'analisi del *sentiment*, ovvero delle valutazioni del tono emotivo espresso nei riferimenti testuali pubblicati online, ha rilevato che il sentiment dalle parole chiave più ricorrenti è positivo al 92%. Interessante notare anche come la parola chiave "Lugano Plan B" abbia ottenuto un sentiment positivo al 96%. Osserviamo lo stesso fenomeno anche per la parola chiave "blockchain".

A un anno dal lancio di Lugano Plan B questa prima riflessione sui contenuti pubblicati online relativi alla Città di Lugano fa quindi emergere come il mondo fintech, crypto e blockchain abbia influenzato e tutt'ora influenzi in maniera trasversale, prorompente e positiva i discorsi online relativi alla Città di Lugano nel mondo.