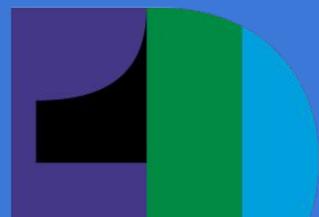


Expo 2015

Report attività social semestre

Maggio - Ottobre 2015

Numeri dei social



In sei mesi di Expo 2015 abbiamo parlato con un pubblico di circa **300 milioni di persone sul web**, utilizzando più di 20 piattaforme e coinvolgendo circa 240 stakeholder, attivi sui social.

I nostri canali

Facebook (x2) 1,78 Milioni	Twitter 687k	Instagram (x2) 287k	Pinterest (x2) 15k
YouTube 14k	Periscope 36k	WhatsApp 2,5k	
Spotify	Slideshare (x2)	Linkli.st	
Wordpress	Eventbrite	Tumblr (x12)	
Social media hub	Website		

Ogni giorno, da Expo 2015

20 persone nel
social media team

42 post su
Facebook

30 tweet

7 post
su Instagram

1.065 nuovi
follower su Twitter

2.173 nuovi fan su
Facebook

3 video su
Periscope

1 update su
WhatsApp

2,1 milioni di
persone raggiunte
su Facebook

543 nuovi follower
su Instagram

21.000 nuove
view su YouTube

1,6 video cartoline
su YouTube

In un semestre, da Expo 2015

20 persone nel
social media team

6.369 post su
Facebook

10.779 tweet

1.288 post
su Instagram

178.000 nuovi
follower su Twitter

300.000 nuovi fan
su Facebook

500 video su
Periscope

184 update su
WhatsApp

370 milioni di
persone raggiunte
su Facebook

160.000 nuovi
follower su
Instagram

3,8 milioni di
view su YouTube

500 partecipanti ai
Social Media Day

I numeri del network allargato

214 account
dei Paesi

63 account di ONG
e società civile

7 account dei
corporate pavilion

8 account delle
Aree Tematiche

29 account di
progetti speciali

167 account di
partner e sponsor

100+ pagine e
gruppi Facebook
creati dagli utenti

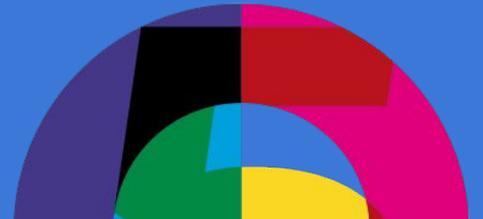
192 milioni è la
reach totale degli
account partner

295 milioni di
persone raggiunte
dal network

100.000 utenti
attivi nei gruppi
bottom up

1 milione di foto
postate dagli utenti
su Instagram

Strategia durante il semestre



Expo 2015: da editoriale a relazionale

L'apertura di Expo 2015 ha cambiato il nostro modo di lavorare. Fino al 30 aprile abbiamo dovuto creare contenuti in-house. Dal primo maggio, ogni giorno ci sono migliaia di persone e diversi contenuti.

Abbiamo ridotto la produzione editoriale e abbiamo iniziato a dare valore ai contenuti prodotti dai partecipanti.

Expo 2015: da editoriale a relazionale

Nello specifico, dall'inizio di Expo:

- su Facebook il **32%** dei nostri contenuti sono di terze parti
- su Instagram, addirittura il **63%** dei nostri contenuti sono di terze parti
- su Twitter, il **54%** dei nostri tweet sono RT

Expo 2015 è un network

Expo è un network. Tutti gli stakeholder hanno una solida presenza online. Si tratta di 237 soggetti con 451 account social.

In totale, **il network ha una reach di circa 300 milioni follower** (limitandoci a Facebook, Twitter, Instagram e YouTube).

e poi, il network informale...

Centinaia di soggetti hanno contribuito al network informale, dando vita a innumerevoli progetti bottom up, la cui portata è di dimensioni consistenti.

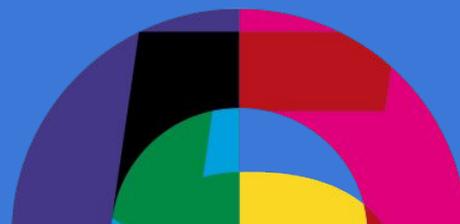
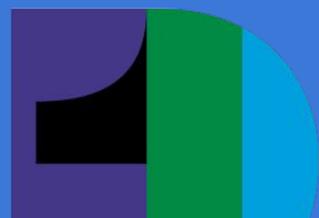
Abbiamo mappato più di 100 community, con più di **100.000 utenti attivi.**

Le attività social provocano anche degli output offline

Grazie agli strumenti online, siamo riusciti a coinvolgere più di **500 influencer** durante i Social Media Day.

Abbiamo anche incontrato ogni mese i **300 responsabili social media** dei paesi, in una serie di aperitivi tematici.

Dettaglio delle attività



Questo documento presenta in dettaglio le attività del Social Media Team

Opening

Facebook

Twitter

Instagram

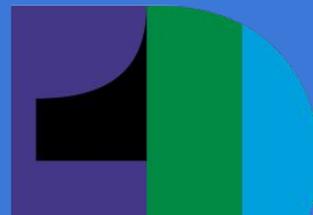
Video

Altri social

Social interni

Progetti offline

Expo 2015 Opening



L'inaugurazione è stato un evento incredibile sui social: tra il 29 aprile e il 4 maggio ci sono state **330.000 conversazioni**, solo su Twitter, con l'hashtag #Expo2015

Il tweet di apertura è stato rilanciato da 300 account tra Partner, Paesi, ONG e Ambassador

Reach totale: 3 Milioni di utenti

Expo Milano 2015 @Expo2015Milano

1 May 2015. The whole world is in Milan.
#Expo2015's journey starts here!

TODAY
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
THANK YOU TO ALL THOSE WHO MADE THIS UNIVERSAL EVENT POSSIBLE

MILANO 2015
1 MAY - 31 OCTOBER

Tweet originale
322 RT - 180 FAV

Gianluigi Buffon @gianluigibuffon

Orgoglioso di essere un Ambassador per #Expo2015 @Expo2015Milano

OGGI
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
GRAZIE A TUTTI COLORO CHE HANNO RESO POSSIBILE QUESTO EVENTO UNIVERSALE

10:42 - 1 mag 2015

1,8M follower

Eutelsat Italia @EutelsatIta

1 maggio 2015. Tutto il mondo a Milano. Il viaggio di #Expo2015 comincia qui!

OGGI
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
GRAZIE A TUTTI COLORO CHE HANNO RESO POSSIBILE QUESTO EVENTO UNIVERSALE

10:42 - 1 mag 2015

Eutelsat

ManpowerGroup Italia @ManpowerGroupIT

1 maggio 2015. Tutto il mondo a Milano. Il viaggio di #Expo2015 comincia qui!

OGGI
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
GRAZIE A TUTTI COLORO CHE HANNO RESO POSSIBILE QUESTO EVENTO UNIVERSALE

10:10 - 1 mag 2015

ManpowerGroup

TelecomItaliaGroup @TelecomItaliaTw

Da oggi #Milano orgogliosi di essere @Expo2015Milano #Expo2015

OGGI
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
GRAZIE A TUTTI COLORO CHE HANNO RESO POSSIBILE QUESTO EVENTO UNIVERSALE

10:22 - 1 mag 2015

Telecom Italia
200k follower

CocaCola4Expo @CocaColaITA

1 maggio 2015. Tutto il mondo a Milano. Il viaggio di #Expo2015 comincia qui! Ti aspettiamo al Padiglione #CocaCola

OGGI
EXPO
MILANO 2015
SI APRE AL MONDO
GRAZIE A TUTTI COLORO CHE HANNO RESO POSSIBILE QUESTO EVENTO UNIVERSALE

10:07 - 1 mag 2015

Coca Cola

Il volume dei tweet è rimasto molto elevato per 4 giorni

Tweets / half-hour

A  Total: 213,767



Il video di lancio, supportato da una campagna pubblicitaria, è stato visualizzato **24 milioni** di volte su Facebook

“#EXPO2015 | #ILTUOGIRODELMONDO”

Video istituzionale

24 milioni di impression

14 milioni di persone raggiunte

5,9 milioni di view (> 3 secondi) in Italia

170.000 condivisioni



Expo 2015 Milano

Sponsored · 🌐

#EXPO2015 | #ILTUOGIRODELMONDO

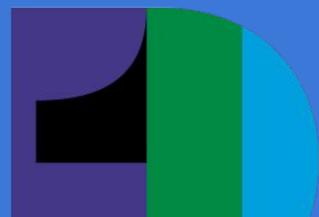
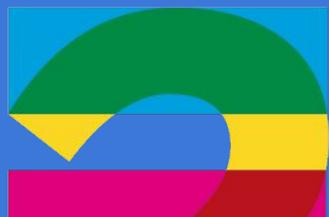
Vieni a visitare architetture straordinarie, a conoscere tutti i popoli vicini e lontani. Vieni a Expo2015: il tuo giro del mondo è cominciato.



5,949,598 Views

Like · Comment · Share · 👍 171,953 💬 6,804 📄 29,211

Facebook



Abbiamo portato la pagina Facebook da 1,4 a **1,8 milioni di fan**, dalla vigilia di Expo 2015 al 31 ottobre

Il numero di fan è un numero utile per avere un'idea del seguito che Expo ha sui social network, ma per noi non è l'indicatore principale.

È molto più importante che i contenuti vengano visti da molte persone (reach) e che gli utenti rispondano e commentino (engagement).

Secondo Blogmeter, la nostra pagina Facebook è stata tra le prime in Italia, nei mesi di Maggio e Giugno

	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre
Crescita dei fan	#1 in Italia 🏆	#2 in Italia 🥈	-	-	#77	n/a
Engagement	#26	#125	#157	#156	#137	n/a
Authors (persone che commentano)	#9	#24	#39	#27	#49	n/a

Ogni mese Blogmeter stila una classifica dei top brand, classificati in base ad alcuni parametri: crescita dei fan, engagement, tempo di risposta ([fonte Blogmeter](#)).

Abbiamo prodotto e pubblicato, in media,
1.166 post al mese tra italiano e inglese.
Pre-semester, ne producevamo circa 500.

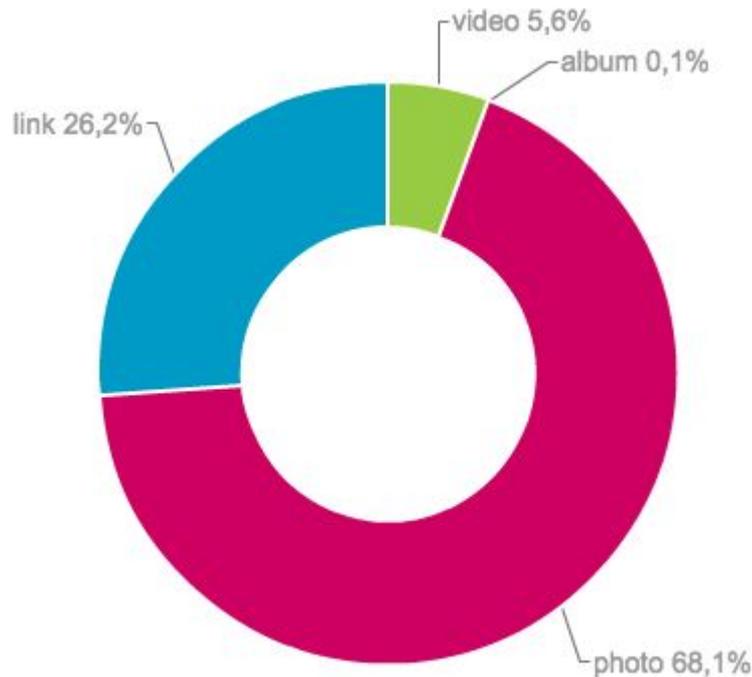
Le aziende solitamente pubblicano 30 contenuti al mese, in media. I media ne postano 210 (fonte [SocialBakers](#)).

Solo magazine, blog e giornali si avvicinano alla quantità di contenuti pubblicata da Expo.

Abbiamo due pagine Facebook, una [italiana](#) e una [internazionale](#).

Abbiamo prodotto ed editato le immagini per tutti i post.

Quando possibile (5,6%) abbiamo prodotto e pubblicato anche dei contenuti video.



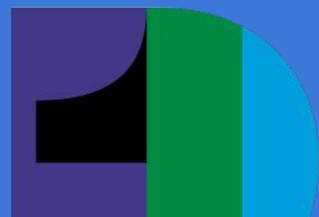
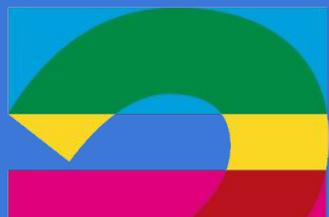
I contenuti fotografici e video sono quelli che funzionano meglio su Facebook.

Ogni giorno, sulla pagina Facebook di Expo, ci sono state circa 85k persone che interagivano con noi* e 2 milioni di persone che hanno visto i nostri contenuti**.

* Daily page engagement

** Daily total reach

Twitter



@Expo2015Milano su Twitter ha raggiunto i **687k follower**, a partire dai circa 486k follower di aprile

La dimensione della base di utenti, su Twitter, è molto importante: ogni volta che pubblichiamo un tweet, potenzialmente tutti i nostri follower vedono quello che pubblichiamo (a differenza di quanto succede su Facebook).

Abbiamo pubblicato circa **2.200 tweet al mese**, dando una copertura live di tutti gli eventi più importanti con live tweeting quotidiani.

Pre-semester, producevamo in media **1.350 tweet al mese**.

Expo 2015 è sempre stata tra i top brand in Italia su Twitter, secondo Blogmeter

	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre
Crescita dei follower	#3 	#3 	#4	#4	#3 	n/a
Engagement	#2 	#2 	#3 	#4	#2 	n/a
Authors (persone che interagiscono)	#2 	#2 	#2 	#3 	#3 	n/a
Impression	#2 	#2 	#2 	#3 	#2 	n/a

Ogni mese Blogmeter stila una classifica dei top brand, classificati in base ad alcuni parametri: crescita dei fan, engagement, autori unici, impression del profilo ([fonte Blogmeter](#)).



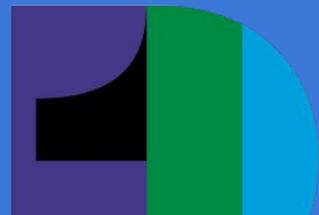
I nostri follower su Twitter vengono da tutto il mondo. La proporzione rispecchia quella dei visitatori di Expo.

I nostri tweet generano delle reazioni.

In media, abbiamo ottenuto 20.000 retweet al mese e circa 22.000 tweet al mese sono stati aggiunti ai preferiti.

Il nostro obiettivo su Twitter è conversare con gli utenti: quindi, per noi, questi dati sono molto importanti.

Instagram



Su Instagram, ci sono **1.051.538 immagini** con l'hashtag #Expo2015 - e aumentano ogni giorno.

165.197 sono quelle dell'Albero della Vita

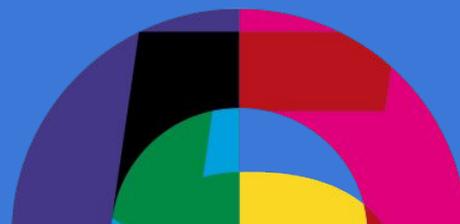
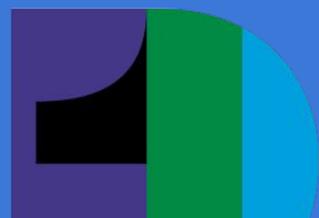
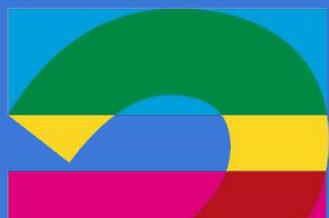
Abbiamo dato visibilità alle immagini degli utenti, ripubblicando le più belle sui nostri canali

Da aprile a ottobre 2015 l'account Instagram @Expo2015Milano ha raggiunto i **287.000 follower** (da 90.000), senza alcun budget media.

Instagram è la piattaforma che è cresciuta più velocemente.

Video

Periscope e YouTube



Abbiamo due canali su YouTube, con un seguito complessivo di circa 15.000 follower e 13 milioni di view totali.

Periscope, attivato il 1° Maggio, in pochi mesi ha raggiunto i **36.600 follower**.
L'abbiamo utilizzato quotidianamente, per un totale di circa 400 video.

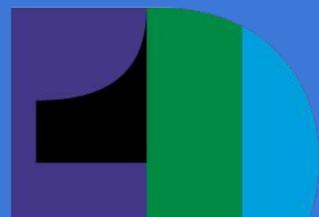
Periscope è la piattaforma di live streaming di Twitter

Quasi tutti i giorni abbiamo prodotto una videocartolina, riprendendo un padiglione. In totale abbiamo circa **300 videocartoline**, che hanno raggiunto (in aggregato) circa 1 milione di view su Facebook

Sono state girate **76** cartoline a Paesi dentro i cluster, **24** ai Partner, **7** ONG, **6** per le Aree Tematiche, **18** Special Views, **165** a Padiglioni Paesi e **2** cartoline extra, lungo il Decumano

Abbiamo prodotto più di **50 video interviste**. Insieme alle video cartoline, sono state pubblicate su YouTube, Facebook, Twitter e Instagram con l'hashtag **#ExpoTube**

Altri social e progetti online



Pinterest (15k follower) viene utilizzato per pubblicare i materiali visivi su Expo.

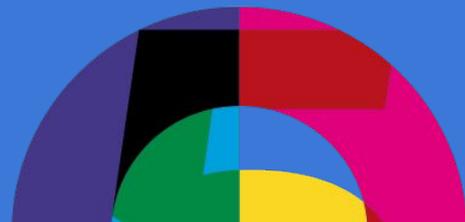
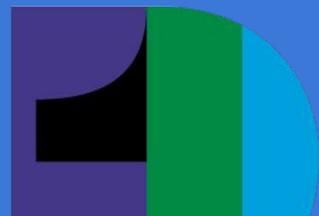
Spotify per condividere tracklist su particolari progetti.

Slideshare per pubblicare dati e report.

Abbiamo preso parte al progetto internazionale **On the Grid**, creando una mappa per designer, con 120 luoghi degni di nota, interni al sito espositivo

Abbiamo archiviato tutta la rassegna stampa che coinvolge i social su **Linkli.st** e abbiamo tenuto traccia di tutti i riferimenti e i link importanti con una board apposita su **Pinterest**

Social network interni



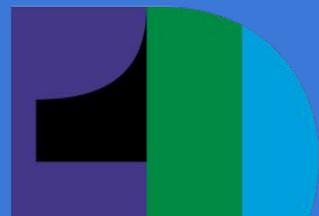
Abbiamo utilizzato una serie di **social network chiusi**, per relazionarci con particolari classi di stakeholder

Tutti i “Participants” si scambiano informazioni, in tempo reale, su un **gruppo chiuso di Facebook** con 300 iscritti qualificati.

Ogni mese hanno ricevuto una newsletter con le informazioni più importanti.

Attraverso le **liste broadcast su WhatsApp**, ogni giorno abbiamo mandato informazioni a 2.500 iscritti, sugli appuntamenti imperdibili della giornata.

Progetti offline



Per noi, blogger e influencer sono importanti.

Abbiamo deciso di accreditarli durante una serie di giornate speciali: i **Social Media Day**.

I social media day sono stati documentati su Storify

Abbiamo organizzato due **Social Media Day al mese**, ospitando in totale circa 500 partecipanti, che si potevano accreditare tramite una piattaforma dedicata a loro.

I social media day sono stati documentati su Storify

Abbiamo organizzato tre serate in Triennale, “Open Night World”, con tre diversi Partecipanti

Kazakistan, Repubblica Dominicana e Padiglione Italia hanno coinvolto circa 500 persone, offrendogli una visita alla mostra ‘Arts&Foods’ e una performance musicale.

<http://www.socialmediaexpo2015.com/it/open-night-world-la-triennale/>

#MYWALL è una raccolta di materiali, cartacei e non, provenienti dal sito espositivo ed esposti su una parete, all'interno del Media Center.

Dopo il 31 ottobre la parete diventerà parte della collezione del World Expo Museum. Abbiamo coinvolto persone diverse: dipendenti di Expo, lavoratori dei padiglioni e visitatori.

<http://www.socialmediaexpo2015.com/it/mywall-3/>

WE EAT TOGETHER è un progetto fotografico collaborativo, su Instagram

Abbiamo coinvolto le associazioni del terzo settore per riprendere le relazioni sociali che nascono dalla condivisione del cibo, con l'hashtag #WeEatTogether. Le immagini collezionate sono state esposte in una mostra nella galleria digitale di Cascina Triulza, durante le Women's Weeks.

<http://www.socialmediaexpo2015.com/it/weeattogether/>

Expo2015 + 100 Archive è un progetto sviluppato per creare una memoria fisica di Expo 2015 che sarà conservata per 100 anni all'Università di Fresno in California. I visitatori e i lavoratori di Expo sono stati coinvolti nella creazione di un'eredità.

<http://www.expo2015plus100.org>

Abbiamo organizzato una serie di eventi (circa uno al mese) dedicati ai **300 social media manager** dei Paesi partecipanti, per favorire il networking e la diffusione delle conoscenze



Contacts

www.socialmediaexpo2015.com
socialmedia@expo2015.org