



ENERGIA SOSTENIBILE PER UN MONDO CHE RIPARTE

venerdì 5 giugno alle ore 11.00

Timeframe | 1 marzo - 3 giugno 2019

**Perimetro di
analisi**

**Basilicata e COVID-
19**
27.794 tweet analizzati

La ripartenza della Basilicata
17.342 contenuti emersi
dai cluster tematici

Metodologia

Abbiamo analizzato più di 27.000 tweet in italiano riguardanti il COVID-19 con l'obiettivo di capire gli argomenti discussi e le emozioni espresse dai lucani online.

Inoltre, l'analisi comprende un focus, a livello di sentiment e topic, sui cluster tematici più frequenti emersi dall'ascolto.





Basilicata e COVID-19

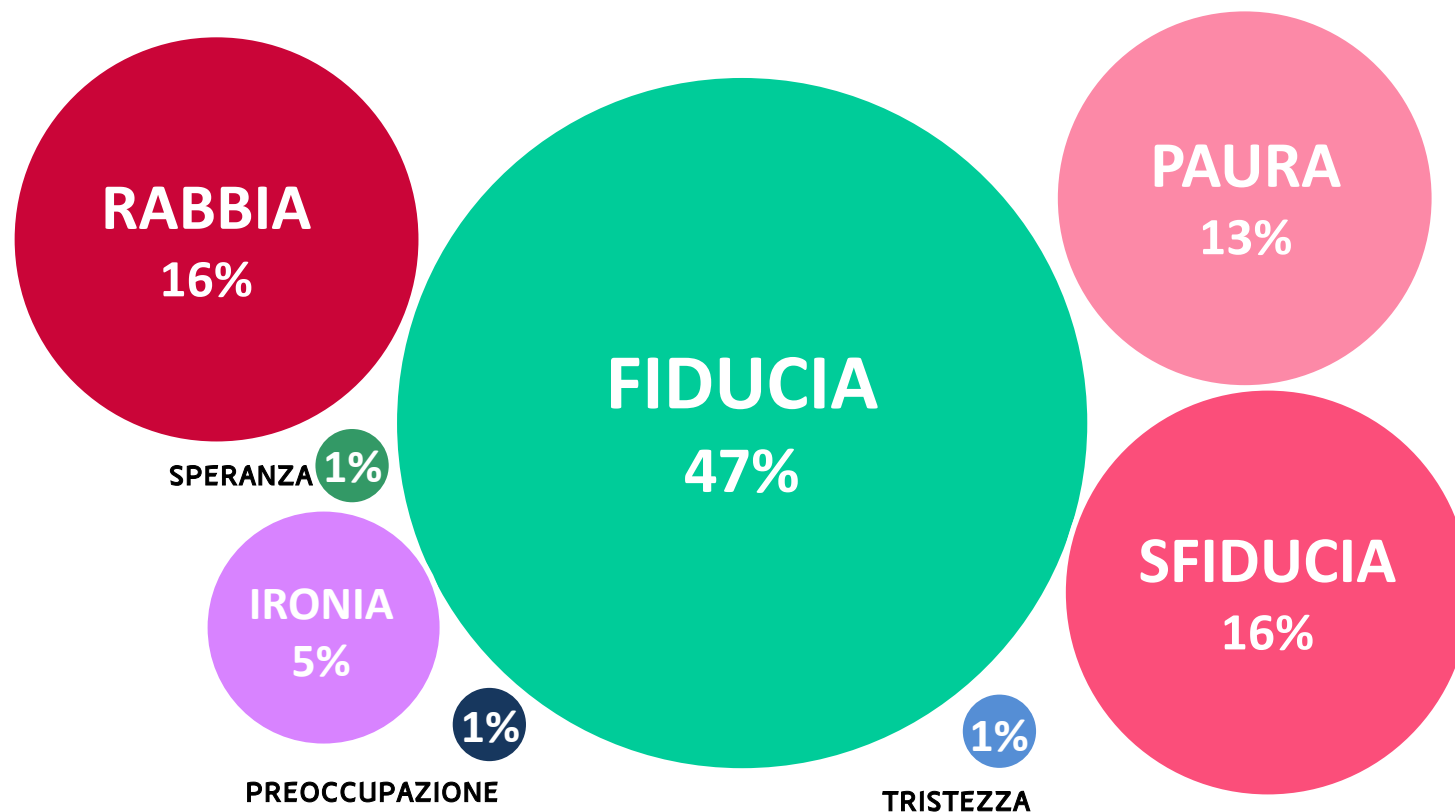
Meno contagi, più fiducia

Malgrado la gravissima crisi, nei tweet analizzati prevale un sentimento di **fiducia** verso le istituzioni nazionali e locali, per la gestione dell'emergenza. E affiora la **speranza** per la fase 2, a condizione che venga valorizzato il territorio.

La **rabbia** è emersa in occasione del ritorno massiccio di lucani residenti nelle regioni del Nord Italia, nei giorni precedenti il lockdown.

Paura e **sfiducia** sono legate principalmente alle riserve sulla capacità ricettiva delle strutture ospedaliere regionali e alla ricaduta della pandemia su economia locale e occupazione.

Non mancano contenuti **ironici**, soprattutto sull'utilizzo scorretto delle mascherine.



Gli argomenti emersi

Massima attenzione sui **numeri del contagio**, seguiti nella fase 1 con gli aggiornamenti quotidiani della Protezione Civile.

L'**emergenza sanitaria** fa riferimento agli interventi di cura dei contagiati. Non mancano lamentele sulla scarsità di posti nelle terapie intensive e di attrezzature necessarie al contrasto del contagio.

Tra i temi caldi l'**esodo** dei lucani residenti al Nord, che hanno fatto ritorno in Basilicata, e la richiesta agli amministratori locali di alzare la soglia di attenzione e istituire maggiori controlli.

L'hashtag **#iorestoacasa** – leitmotiv della quarantena degli italiani – ha messo in luce le attività svolte durante il lockdown: anche in Basilicata, cucinare è diventato il principale passatempo.





La ripartenza della Basilicata

Principali argomenti di interesse online in Basilicata

Al di là dell'emergenza sanitaria, il **turismo** è considerato come la **chiave per la ripartenza**.

Raccogliendo l'eredità positiva di #Matera2019, nelle conversazioni si chiedono piani strategici e di lungo periodo per il turismo e l'agricoltura, in una chiave **sostenibile**, di grande attenzione verso **l'ambiente**.

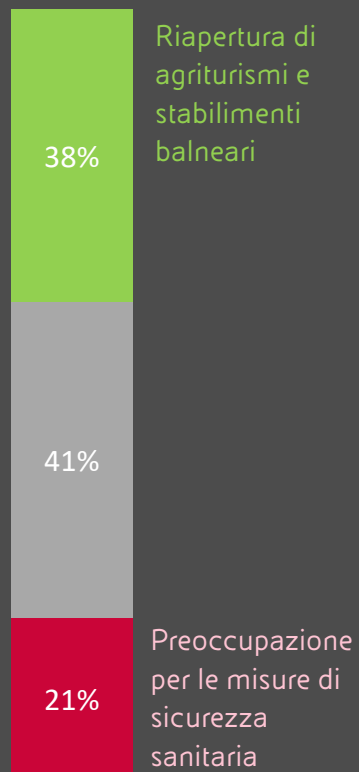


Topic emergenti per cluster

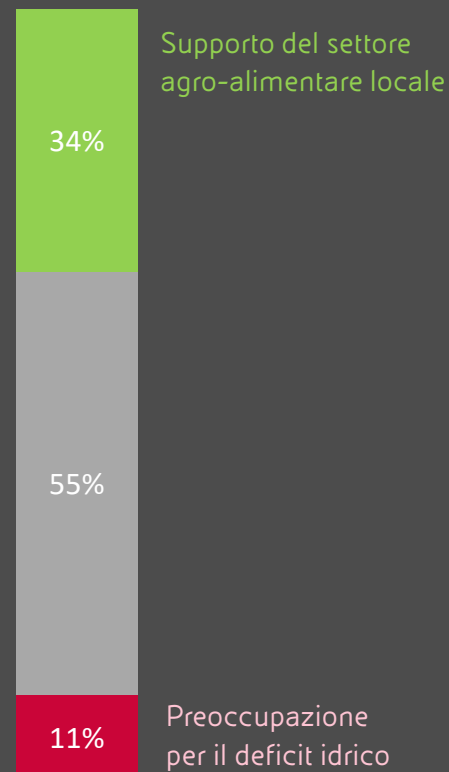


Sentiment dei topic emergenti per cluster

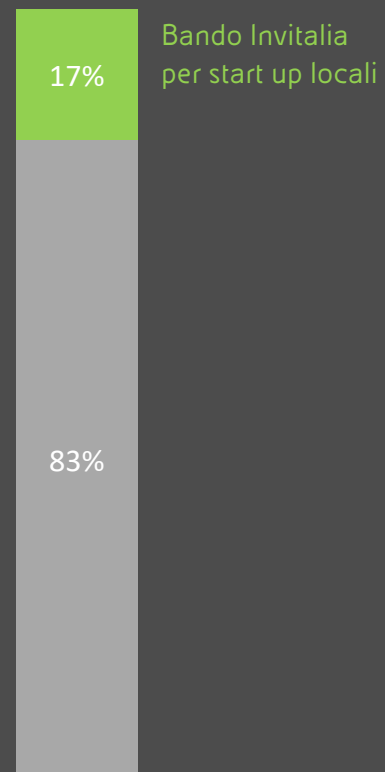
TURISMO
7.075



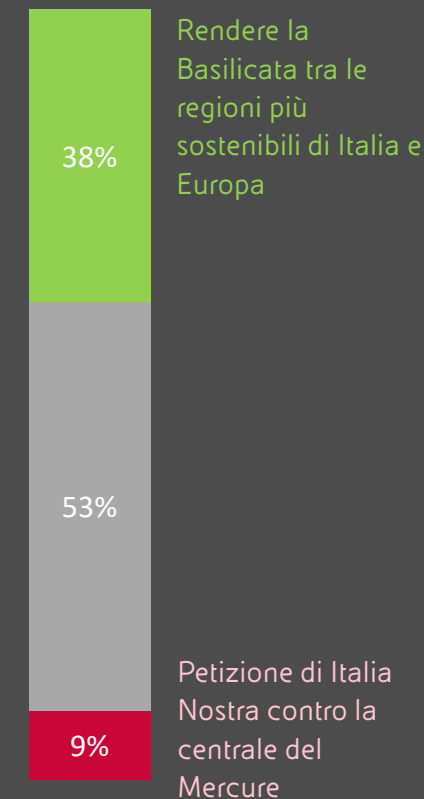
AGRICOLTURA
3.234



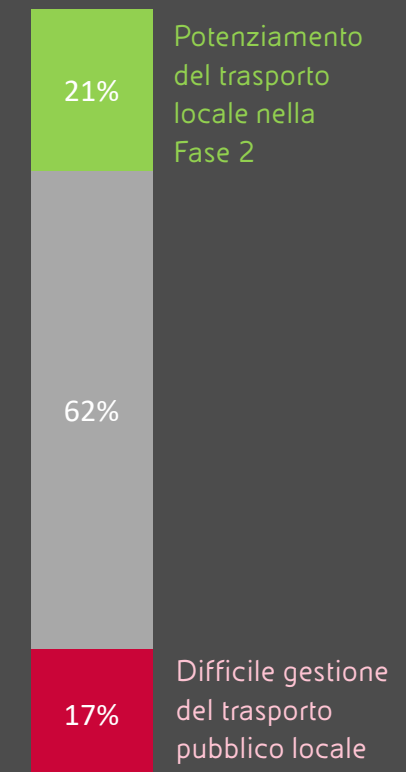
DIGITALE
2.875



ENERGIA
2.659



MOBILITÀ SOSTENIBILE
1.499

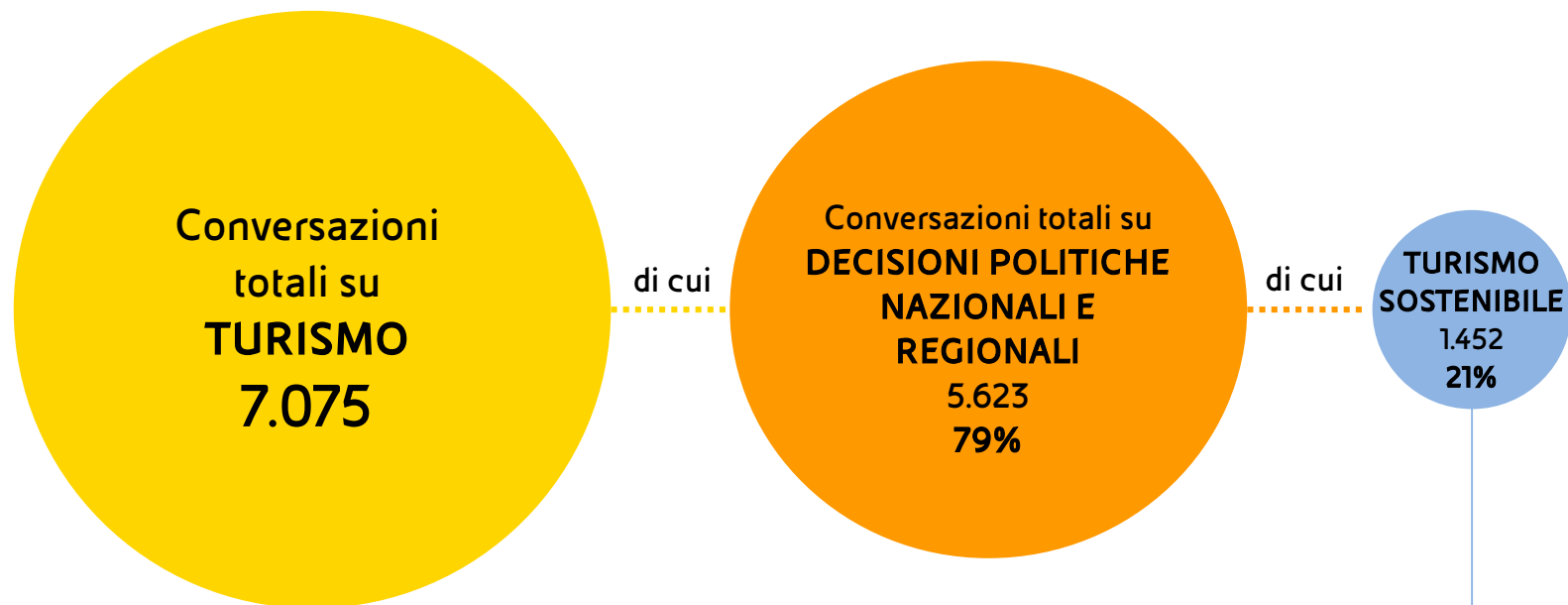


■ Positivo ■ Neutro ■ Negativo

La Basilicata riparte dal turismo (sostenibile)

Il successo di Matera capitale europea della cultura 2019, che ha attratto **oltre il 30% di turisti stranieri in più** rispetto agli anni precedenti, porta a considerare il turismo come il fattore-chiave per il rilancio della regione (la giunta Bardi ha pubblicato le linee guida del settore).

Il **21% dei contenuti** fa riferimento nello specifico al **turismo sostenibile**, capace di valorizzare il made in Basilicata e **rilanciare il settore culturale e agricolo**.



Il turismo sostenibile fa riferimento a iniziative volte a **valorizzare le eccellenze locali** (luoghi, cibi), puntando non solo sulle spiagge, ma soprattutto sull'**entroterra lucano**.

Proprio a questo proposito, sono stati pensati dei percorsi basati, ad esempio, su degustazione di prodotti a «km zero» e visite a riserve naturali.

Conversazioni totali su
TURISMO SOSTENIBILE
1.452

Topic emersi



AGRICOLTURA
27%

È il topic prevalente, riferito alle nuove iniziative di rilancio del settore, all'esigenza di promozione dei prodotti locali e degli istituti ricettivi adibiti (agriturismi e turismo rurale).



POLITICA
26%

Prevale l'attenzione verso le iniziative legislative nazionali (DPCM) e le misure della Giunta Bardi, in particolare in aiuto delle imprese dell'agroalimentare.



IMPRESE
17%

Colpite gravemente dal lockdown, hanno avanzato proposte già nella *Fase 1* dell'epidemia, puntando soprattutto sul Made in Basilicata (iniziative promosse in Fase 2).



CULTURA
14%

In assenza di eventi fisici, in evidenza gli annunci delle molte iniziative online.



**PATRIMONIO
PAESAGGISTICO**
14%

Particolare attenzione sulla necessità di puntare sulle spiagge con «Bandiera Blu», per attrarre turisti in vista dell'estate.



MOBILITÀ
4%

Si segnalano gli accordi tra Regione e sindacati per un funzionamento sicuro e efficiente dei trasporti, per collegare con più facilità l'intera regione.

enidatalab

Grazie.