



## Meeting Rimini, sui social numeri record per l'edizione 2025

### Descrizione

(Adnkronos) Il Meeting di Rimini è diventato un punto fermo per la vita pubblica italiana nelle istituzioni, nella politica, nell'economia e nella società ma il suo vero tratto distintivo resta quello di essere, come da sempre, un ponte tra le persone: un luogo dove l'amicizia fra i popoli prende voce anche sui social. È quanto emerge da una ricerca di SocialCom, effettuata con l'ausilio della piattaforma SocialData: sono stati pubblicati oltre 43 000 post che citano l'evento, con un engagement complessivo che ha superato 1,5 milioni di interazioni, mentre i video relativi al Meeting hanno raccolto quasi 3 milioni di visualizzazioni, collocandosi ai livelli degli eventi più popolari sul web. Rispetto all'anno precedente si registra una vera e propria esplosione: i post sono praticamente raddoppiati, mentre le interazioni sono quasi quintuplicate. L'eco mediatica dell'evento è arrivata in ogni angolo del mondo: migliaia di conversazioni sono state identificate negli Usa, ma anche in India, Giappone, Cina e persino in Russia. Spicca in particolare la presenza della lingua giapponese, grazie alla testimonianza per la pace in memoria del trauma nucleare del premio Nobel Toshiyuki Mimaki e del professor Masao Tomonaga dell'Università di Nagasaki. La visibilità mediatica del Meeting ha avuto un primo picco con l'intervento dell'ex Presidente del Consiglio Mario Draghi, impegnato nel ragionamento sulle sfide future per l'Unione Europea. Ma è stato l'ultimo giorno a vedere un'esplosione mediatica grazie agli interventi del Presidente del Consiglio Giorgia Meloni e del Ministro delle Infrastrutture Matteo Salvini. In generale, tutti gli interventi istituzionali dal Presidente del Parlamento Ue Roberta Metsola ai ministri Tajani, Piantedosi, Urso, Giorgetti, Valditara e Schillaci hanno riscosso enorme attenzione e apprezzamento. Secondo l'analisi social, gli interventi istituzionali hanno alimentato oltre la metà delle discussioni sul Meeting, con un sentimento largamente positivo: circa 3 post positivi su 4. Le emozioni prevalenti sono state l'apprezzamento delle idee e dei temi proposti, la condivisione dello spirito dell'evento, la speranza per il futuro e il sostegno reciproco. Non sono mancati momenti di riflessione: oltre ai dubbi sugli scenari europei, sono emerse preoccupazioni sulle guerre e le sofferenze a Gaza e in Ucraina. Tuttavia, la risposta dominante nella community è stata una visione ispirata da giovani, pace, amicizia, sostegno, dialogo e libertà, incarnate dalla comunità di Rimini. I giovani dominano le conversazioni: in Italia, 2 commentatori su 3 hanno età tra i 18 e i 34 anni, percentuale che sale al 73% quasi 3 su 4 nell'ambito internazionale. Rimini continua a penetrare il cuore delle nuove generazioni, parlando il loro linguaggio attraverso video su Instagram e TikTok per diffondere il suo messaggio di amicizia anche al popolo social. L'analisi social conferma che il Meeting di Rimini non è

---

solo un momento istituzionale, ma un evento capace di creare una narrazione condivisa e partecipata», spiega Luca Ferlaino, Presidente di Socialcom. «I numeri dimostrano un coinvolgimento straordinario, soprattutto tra i giovani e a livello internazionale. Il sentimento è positivo, ispirato da speranza, amicizia e dialogo, anche di fronte alle sfide globali».  
. [economiawebinfo@adnkronos.com](mailto:economiawebinfo@adnkronos.com) (Web Info)

## Categoria

1. H24News

## Tag

1. adnkronos
2. Ultimora

## Data di creazione

Agosto 29, 2025

## Autore

andreaperocchi\_pdnrf3x8

*default watermark*