

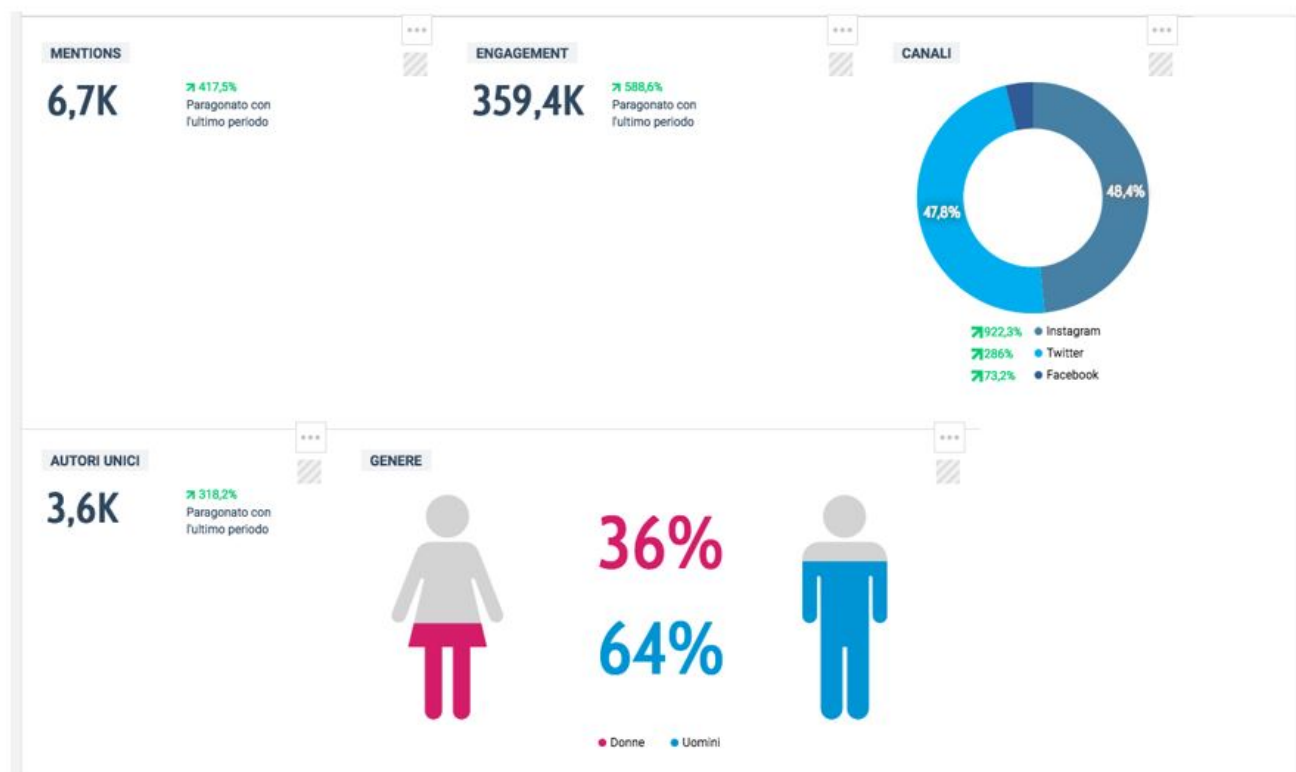
La “corsa più bella del mondo”, come la definì Enzo Ferrari, è la competizione di lungo percorso a tappe, su strade aperte al traffico, su una tratta che parte e si conclude a Brescia, facendo il giro di boa a Roma. Per i marchi delle auto d’epoca la gara è ormai anche sui social. Lo conferma la ricerca MAK, Friend Sponsor 1000 Miglia e in prima linea tra i partecipanti con la storica Mercedes 190 SL del 1955.

Utilizzando la piattaforma di analisi e monitoraggio Talkwalker, MAK ha monitorato i principali social network per decretare il brand di auto d’epoca più icona di questa edizione.

Il risultato? Durante la 1000 Miglia Week, tra il 13 e il 20 maggio 2018, sono state registrate in Italia 6.700 mention inerenti al mondo della storica corsa, pubblicate da 3.600 autori unici che hanno coinvolto un pubblico di quasi 360.000 persone.

Gli autori sono per lo più uomini (64% contro il 36% di contenuti generati dal mondo femminile), tra i 25 e i 34 anni, fervidi appassionati di automobili e sport e che pubblicano i propri contenuti principalmente su Instagram – fonte del 48% delle mention – e Twitter (47%).

MENTION E CANALI PIU UTILIZZATI



Credits: Soluzione Group – Fonte: Talkwalker

Etriamo ora nel cuore della competizione, qual è la casa automobilistica che ha vinto in rete? Sul podio dei “più citati” nelle conversazioni online si piazza al primo posto Ferrari, la regina della 1000 Miglia 2018, battendo così la storica rivale Mercedes. Terzo posto conquistato invece da Porsche.

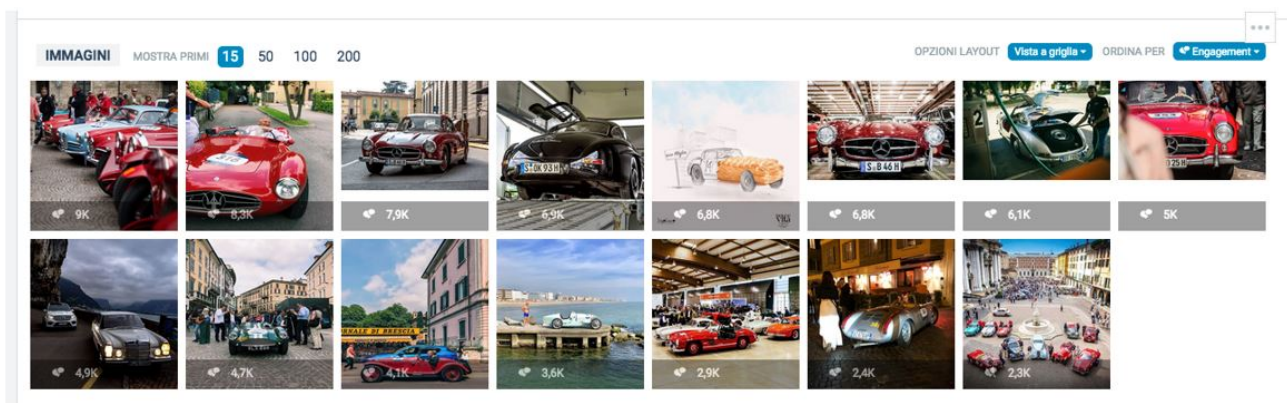
I BRAND PIU' CITATI



Credits: Soluzione Group – Fonte: [Talkwalker](#)

Le auto storiche spopolano sui social attraverso tantissime immagini, che sono state pubblicate e condivise da migliaia di persone su Instagram, Twitter e Facebook. Tra le auto più apprezzate Alfa Romeo, nettamente in testa alla classifica, supera la concorrenza conquistando la prima posizione delle immagini con maggiore engagement sui social. A farsi valere su Instagram, un'altra italiana, Maserati, che si aggiudica il secondo posto, seguita a ruota da Mercedes.

LE IMMAGINI CON MAGGIOR ENGAGEMENT



Credits: Soluzione Group – Fonte: Talkwalker

Tra gli hashtag più utilizzati, oltre a #millemiglia, #1000miglia, #1000miglia2018 e #millemiglia2018 - hashtag ufficiali della gara - spiccano i nomi dei brand più apprezzati dai follower. Collezionano il maggior numero di interazioni #ferrari, #alfaromeo, #mercedes, #porsche e #abarth, mentre per gli argomenti ricorrenti, riflettori puntati su #car, #classiccar, #race, #vintage, #autodepoca e #luxury.

HASHTAG PIÙ UTILIZZATI



Credits: Soluzione Group – Fonte: Talkwalker

MAK ha inoltre accompagnato la 1000 Miglia 2018 con una coinvolgente attività social raccontando ogni tappa attraverso i propri canali ufficiali con l'hashtag #MAKexperience con la collaborazione anche di Andrea Galeazzi, autore del blog <http://andreagaleazzi.com/> appassionato di tecnologia e motori, che ha vissuto in prima persona la #MAKexperience raccontandola a tutti i suoi follower e al popolo del web.

