**Polacy świętowali ponowne otwarcie gastronomii. Z aż 90 proc. wypowiedzi w Internecie przebijają radość i podekscytowanie - analiza SentiOne**

**Polacy bardzo stęsknili się za możliwością jedzenia i picia poza domem. Tylko w pierwszy weekend otwarcia ogródków gastronomii związane z tym tematem hasztagi osiągnęły takie zasięgi, jak słynne morsowanie przez cały styczeń, jak wynika z analizy Internetu przeprowadzonej przez polski SentiOne. Z aż 90 proc. wypowiedzi Internautów przebija radość. Tylko pozostałe 10 proc. złości się na tłumy oraz brak maseczek i obawia się kolejnej fali pandemii.**

W sobotę 15 maja, po ponad pół roku działania tylko „na wynos”, zostały otwarte lokale gastronomiczne. Na razie posilić się można jedynie w ogródkach, od 29 maja, przy zachowaniu reżimu sanitarnego, dostępne będą również wnętrza lokali. W niektórych miastach przed północą spragnieni życia towarzyskiego ludzie odliczali sekundy jak w Sylwestra, a do wielu lokali ustawiały się kolejki. Od „Monciaka” w Sopocie po Krupówki w Zakopanem tysiące ludzi świętowało poluzowanie pandemicznych obostrzeń. A jakie emocje otwarcie gastronomii wzbudziło wśród polskich Internautów?

**Ulubiony napój świętujących? Zdecydowanie piwo**

SentiOne, polska firma zajmująca się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, postanowiła to sprawdzić, analizując wzmianki w mediach społecznościowych, na portalach i forach internetowych, otagowane hasztagami „wspieramgastro”, „otwieramysię”, „otwarteogródki” i „otwartegastro”. W pierwszy weekend otwartych restauracji i barów było ich ponad 13,7 tys.

Około 30 proc. to wypowiedzi samych restauracji, kawiarni i barów, które zachęcały do odwiedzin. Pozostałe 70 proc. należało do klientów, którzy oznaczali restauracje i relacjonowali na żywo swój powrót do względnej normalności. W ciągu zaledwie 48 godzin wymienione hasztagi osiągnęły zasięg na poziomie 22 mln wyświetleń - czyli tyle, ile „morsowanie” przez cały styczeń.

Największą popularnością wśród klientów gastronomii w ten pierwszy weekend zdecydowanie cieszyło się piwo. Aż 34 proc. wszystkich wypowiedzi to relacje z picia piwa w ogródku. W dalszej kolejności pisano o jedzeniu obiadów, lunchy, śniadań i kolacji. Najmniej Internautów, bo tylko 4 proc., chwaliło się piciem drinków.

**Aż 90 proc. Internautów cieszy się z otwarcia gastronomii. Nieliczni obawiają się kolejnej fali pandemii**

Dzięki wykorzystaniu zaawansowanego silnika przetwarzania języka naturalnego sztuczna inteligencja od SentiOne potrafi ze skutecznością na poziomie 96 proc. wskazać, jaki rodzaj emocji przejawiały osoby wypowiadające się na dany temat - radość, smutek, złość, rozczarowanie, a nawet sarkazm. Z tej analizy wynika, że Polacy naprawdę mocno stęsknili się za możliwością picia i jedzenia poza domem - z aż 90 proc. wypowiedzi przebijają radość i podekscytowanie. Pozostałe 10 proc. wyraża jednak złość z powodu nadmiernych tłumów, braku wolnych miejsc i wysokich cen, a także braku maseczek i niezachowywaniu 1,5- metrowego dystansu między ludźmi. Widać strach, że takie zachowanie doprowadzi do kolejnej fali pandemii.

**Najwięcej relacji z Warszawy i Trójmiasta, ale mniejsze miasta też świętują**

Nie dziwi fakt, że otwarcie gastronomii relacjonowano przede wszystkim w dużych miastach, przede wszystkim w Warszawie i Trójmieście. Natomiast na trzecim miejscu pod względem liczby wypowiedzi znalazło się Zakopane, za nim Bydgoszcz, Katowice, Szczecin, Kraków i Tarnowskie Góry. Dopiero za nimi znalazły się zamykające tę dziesiątkę Poznań i Wrocław.

Najpopularniejszym medium wśród Polaków rozmawiających o otwarciu restauracyjnych i kawiarnianych ogródków był Facebook, z którego pochodzi aż 40 proc. wszystkich analizowanych wypowiedzi. Drugie miejsce zajął Instagram - 20 proc. wypowiedzi. Gwałtowny wzrost liczby wzmianek nastąpił o północy w nocy z piątku na sobotę, czyli dokładnie w momencie oficjalnego otwarcia ogródków. Kolejny wzrost zainteresowania tematem nastąpił w sobotę o 11 rano i utrzymywał się na w miarę stałym poziomie do godziny 21. Zdecydowana większość, bo aż 76 proc. wypowiedzi, została zarejestrowana w sobotę.

**Jak działa monitoring Internetu?**

Monitoring internetu lub social listening to proces zbierania i analizowania wszystkich wypowiedzi internautów na dany temat. Pozwala dokonać całościowej analizy, np.: jaki był zasięg danej kampanii marketingowej, jak często rozmawiano o firmie, ile procent kobiet i mężczyzn wypowiedziało się na dany temat, a nawet jakie emocje dany temat czy marka wzbudza w sieci.

*Raport Analizy AI, dzięki któremu powstało powyższe zestawienie, jest dostępny w aplikacji SentiOne Listen od lutego. Nasze algorytmy potrafią nie tylko określić emocjonalne nacechowanie wypowiedzi, ale również przyporządkować je do jednej z trzech kategorii - nacechowanych neutralnie, pozytywnie lub negatywnie - oraz podzielić je na siedem kategorii semantycznych: opinia, doświadczenie klienta, sugestia, porada, reklama, hejt oraz potencjalny lead. Na tej podstawie są w stanie wskazać anomalie statystyczne i ostrzec o potencjalnych sytuacjach kryzysowych* - tłumaczy Agnieszka Uba, Head of Product Marketing z SentiOne.