



# ROLEX

## Reddit Loves Rolex?

Analisi di community, sentiment e scelte di brand



# Domande di ricerca

1

ESISTE UNA CORRELAZIONE TRA L'INTERESSE GENERALE SU REDDIT E IL PREZZO DEL ROLEX?

2

COME SI ESPRIME IL SENTIMENT VERSO ROLEX?

3

COME SI POSIZIONA ROLEX RISPETTO AD UN ALTRO BRAND COME OMEGA?

4

È POSSIBILE PREDIRE SE UN UTENTE PREFERISCE ROLEX OPPURE OMEGA?



# Data Gathering



reddit



# Data Gathering

## FONTE DEI DATI

Utilizzando le API di Reddit ho estrapolato grazie alla libreria PRAW i dati relativi ai commenti

## SUBREDDIT

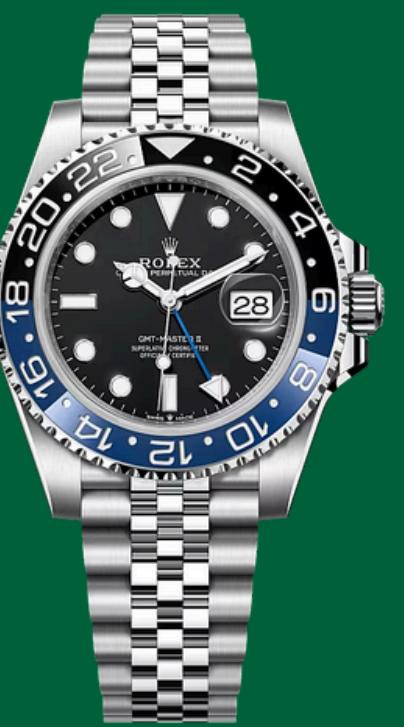
Ho usato r/rolex e r/watches per raccogliere solo commenti che citano esplicitamente tre modelli



DATEJUST



SUBMARINER



GMT MASTER II



# Data Gathering

5316 COMMENTI

AUTHOR

MODEL

TEXT

TIMESTAMP

DIZIONARI UTENTI -> MODELLI

```
🔍 Subreddit: r/rolex
→ Query: Rolex GMT
→ Query: Rolex Submariner
→ Query: Rolex DateJust
→ Query: Rolex GMT-Master II
→ Query: Rolex Hulk
→ Query: Rolex Batman
→ Query: Rolex Pepsi

🔍 Subreddit: r/watches
→ Query: Rolex GMT
→ Query: Rolex Submariner
→ Query: Rolex DateJust
→ Query: Rolex GMT-Master II
→ Query: Rolex Hulk
→ Query: Rolex Batman
→ Query: Rolex Pepsi
```

Completato: Commenti salvati: 5316

	author	model	text	created_utc
0	LovenMedicine	gmt	root beer is my favorite gmt	2025-04-24 17:06:49
1	PigletIndependent843	gmt	major score!! congrats! beautiful gmt.	2025-04-24 16:32:21
2	April_Mattison	gmt	my favorite gmt ever. congrats and wear it well!	2025-04-24 18:34:55
3	MoneyLaunderX	datejust	thanks! i own a datejust 41 too and a seamaste...	2025-04-24 16:35:31
4	salloumk	datejust	you can't get these watches at msrp because ro...	2025-04-23 09:41:33

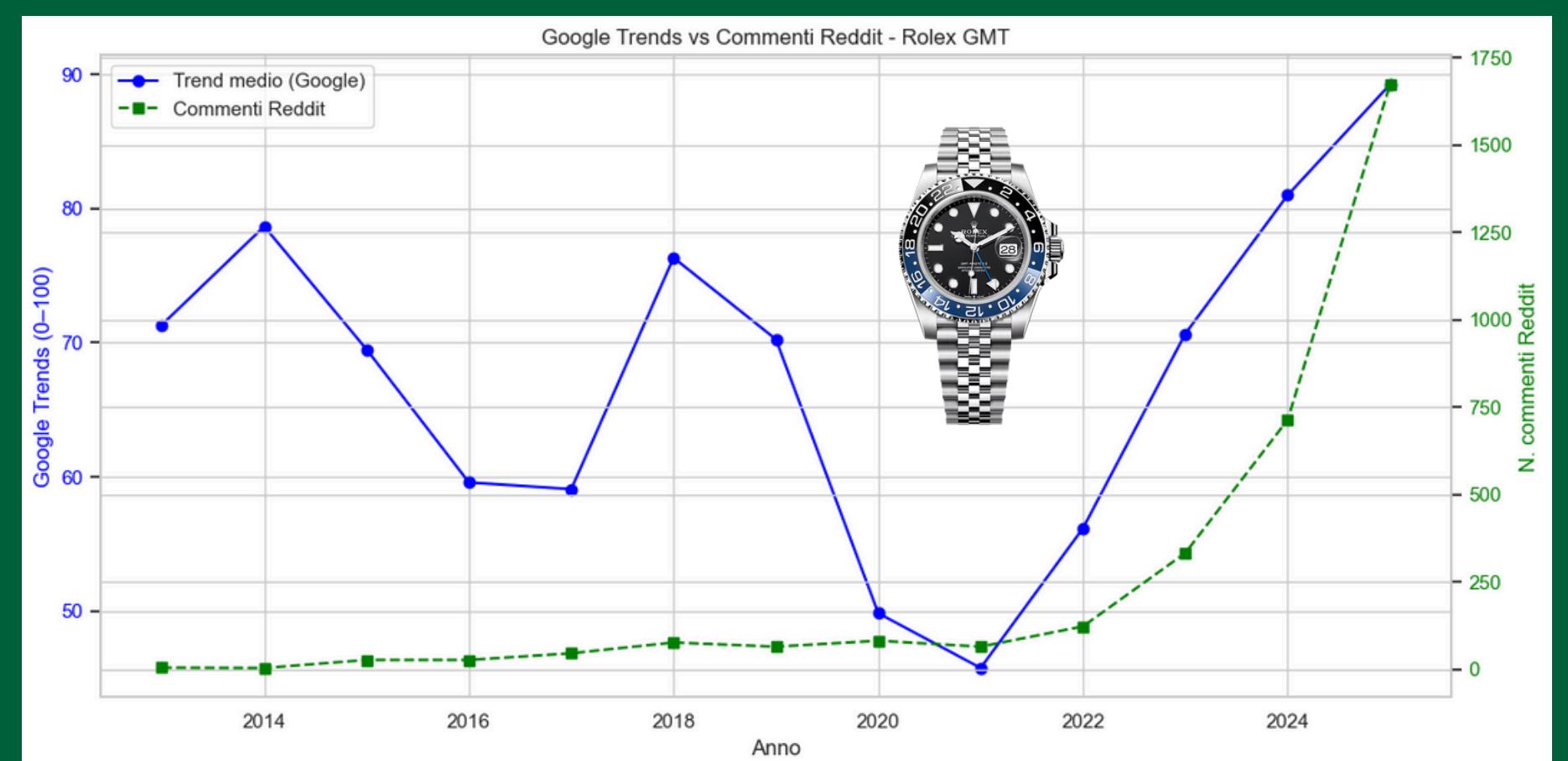
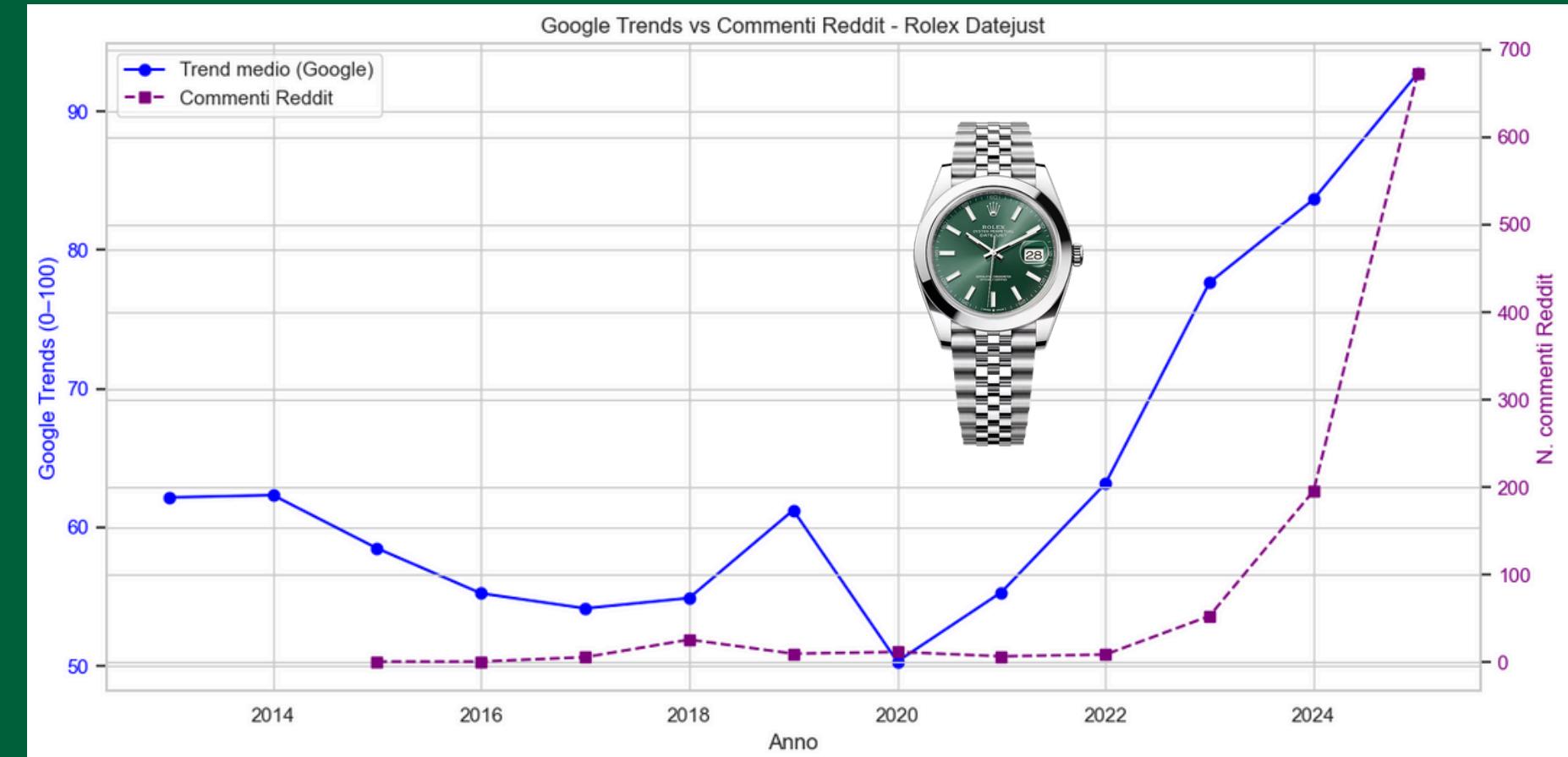
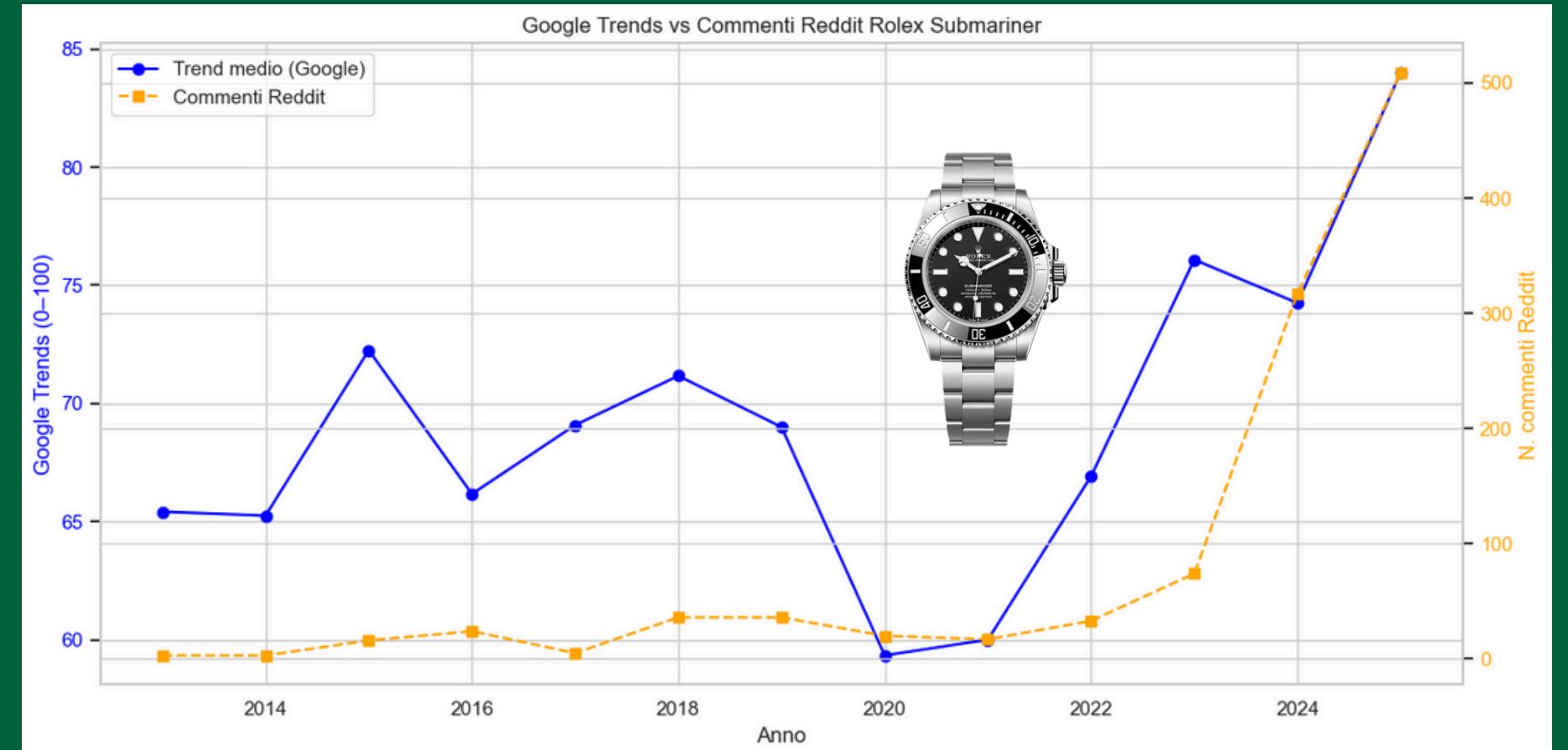
Riepilogo commenti per modello e subreddit:

r/watches	→ gmt	: 2446 commenti
r/watches	→ datejust	: 687 commenti
r/watches	→ submariner	: 695 commenti
r/rolex	→ datejust	: 307 commenti
r/rolex	→ gmt	: 783 commenti
r/rolex	→ submariner	: 398 commenti



# Analisi temporale dell'interesse per i modelli Rolex

- Ho utilizzato Google Trends per monitorare l'interesse online relativo a tre modelli Rolex (Submariner, GMT, Datejust), osservando il periodo 2013–2025.
- Verifico se un aumento del volume di ricerca può coincidere con eventi significativi.
- Ho affiancato i dati di Google con l'attività Reddit, confrontando i picchi di interesse con il volume di commenti per ciascun modello.

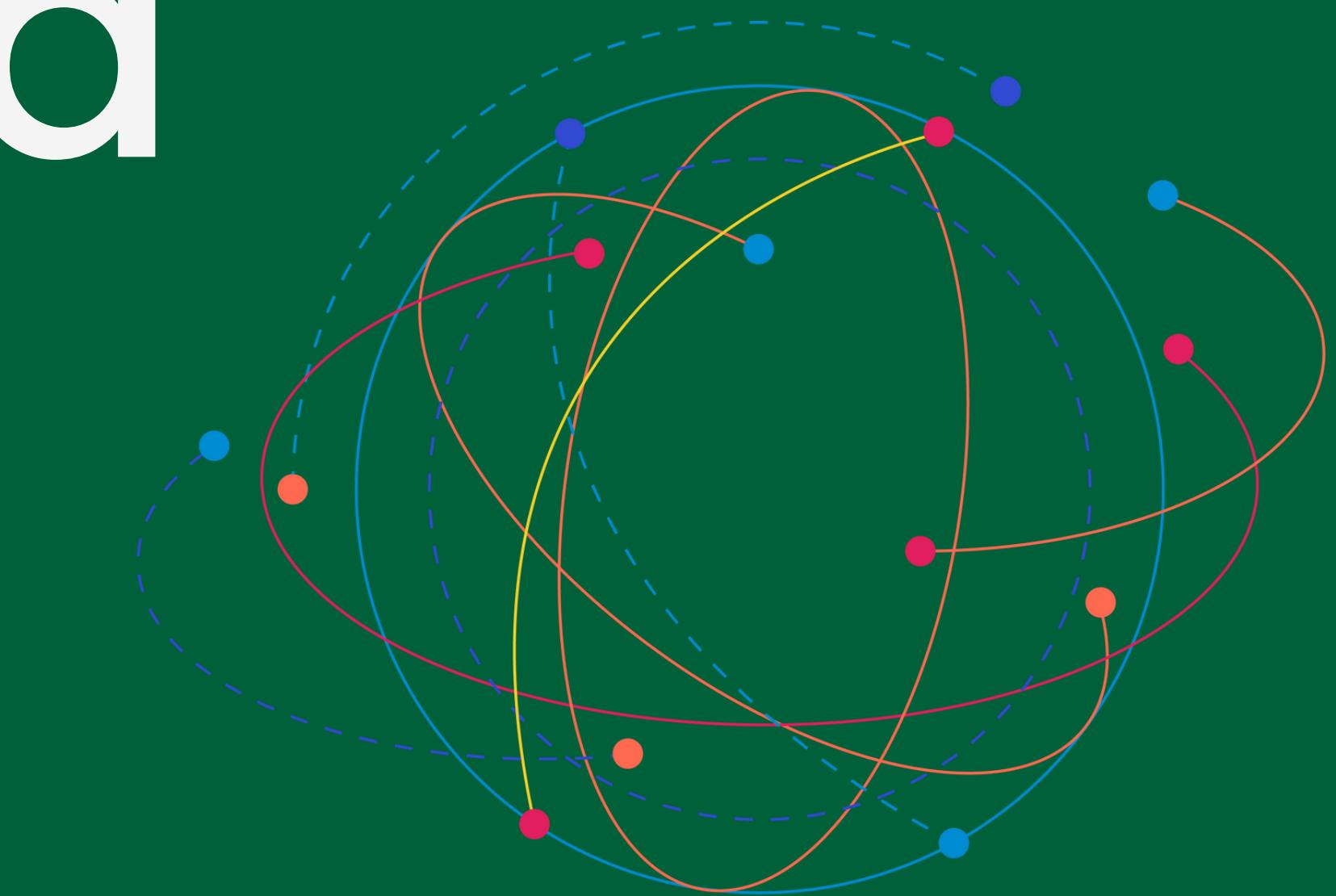


- I tre modelli analizzati mostrano una crescita parallela su Google e Reddit, con un chiaro aumento dell'attività social nel periodo post-covid.
- Nonostante i risultati suggeriscono che un maggiore interesse pubblico si riflette nell'engagement su Reddit, l'assenza di dati certi sui prezzi non mi consente di concludere con certezza che ci sia una correlazione diretta.





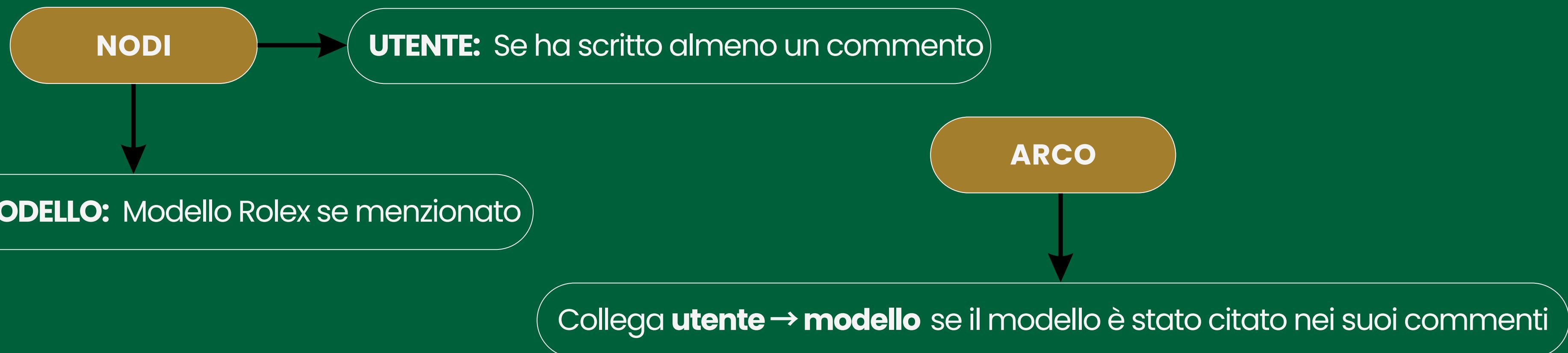
# Analisi della Rete



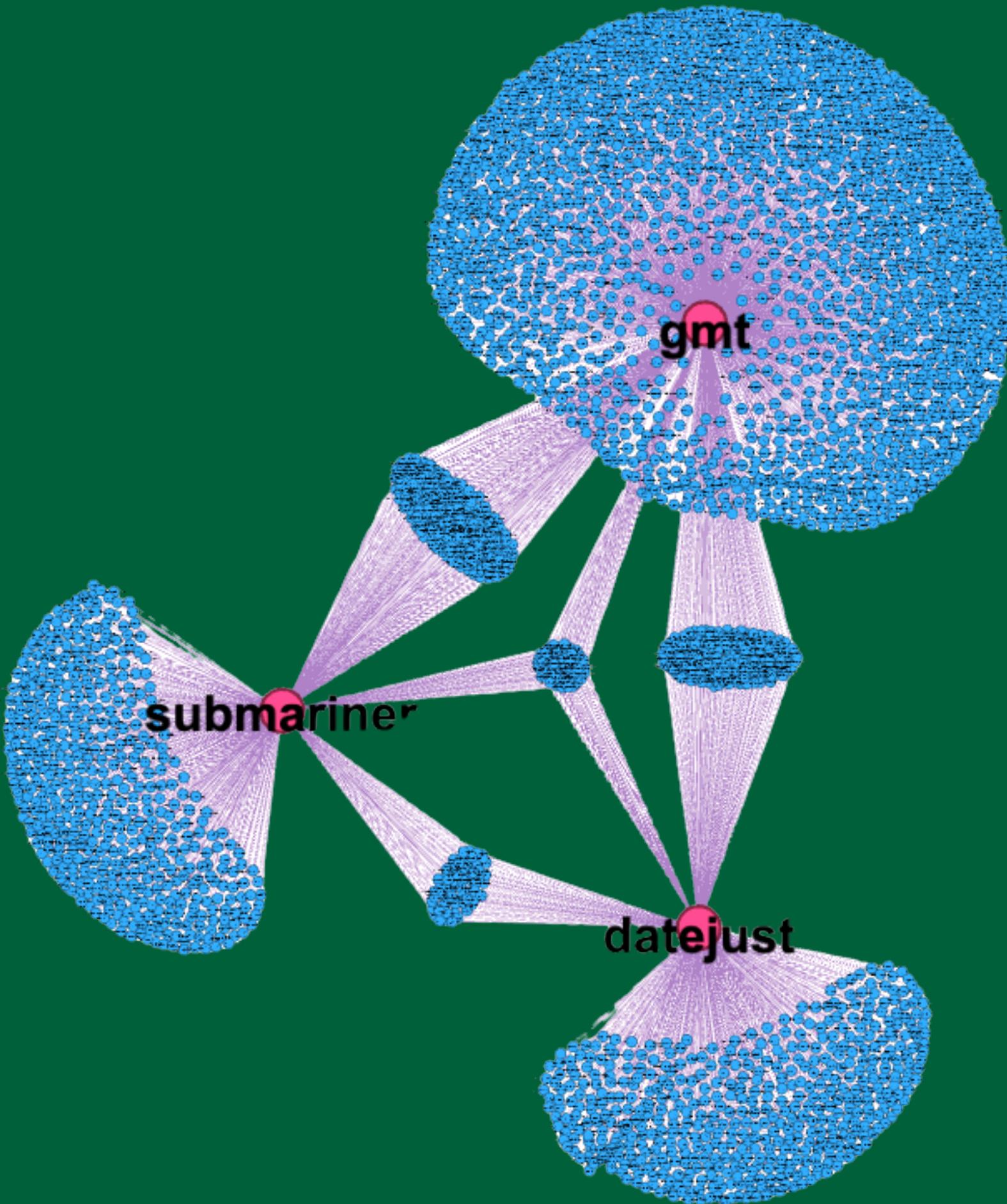


# Grafo Bipartito

Visualizzare le relazioni tra utenti Reddit e modelli Rolex menzionati nei commenti.



## GRAFO BIPARTITO



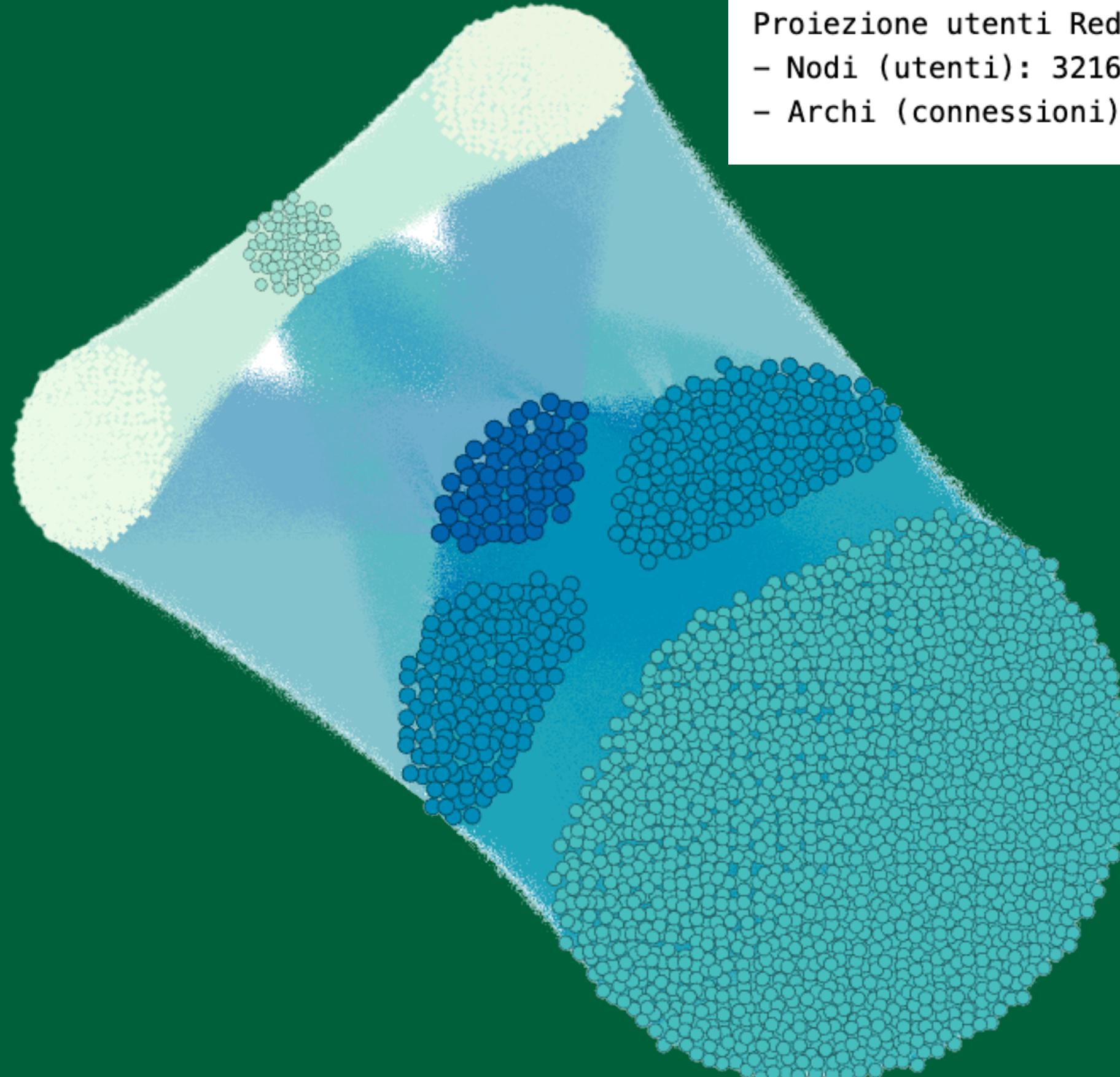
- Il modello GMT è il più centrale, con il maggior numero di connessioni, quindi molto più discusso.
- Alcuni utenti si collegano a più modelli.
- Le connessioni evidenziano community e sottogruppi in base alle preferenze.

## PROSSIMO STEP

- Effettuo la proiezione del grafo bipartito sugli utenti Reddit, per rilevare gruppi di utenti con interessi simili e mostrare gli utenti più centrali.
- Avrò una rete in cui:
  - Ogni nodo è un utente.
  - Un arco collega due utenti se hanno commentato lo stesso modello Rolex.

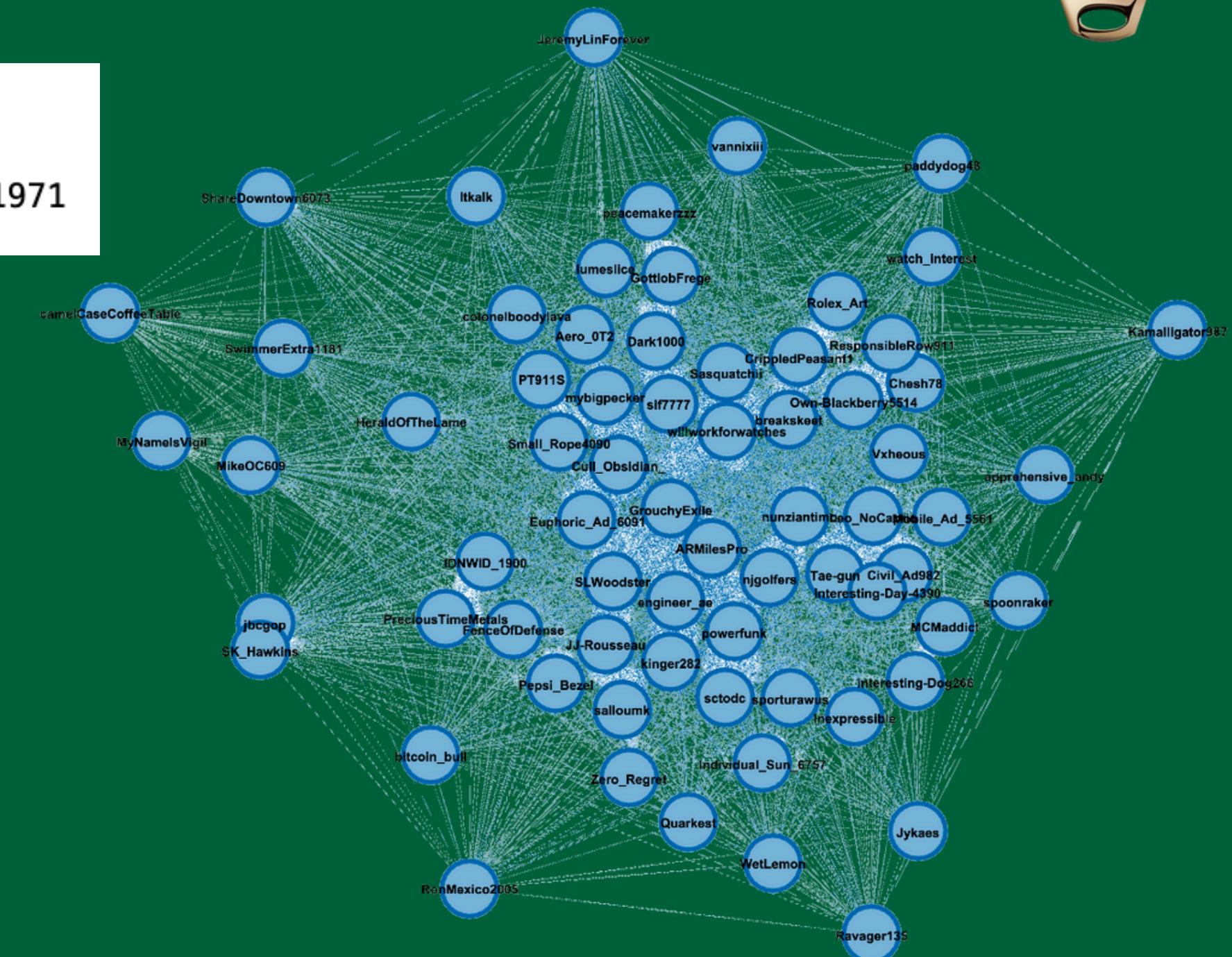


## GRAFO PROIEZIONE UTENTI



### Proiezione utenti Reddit:

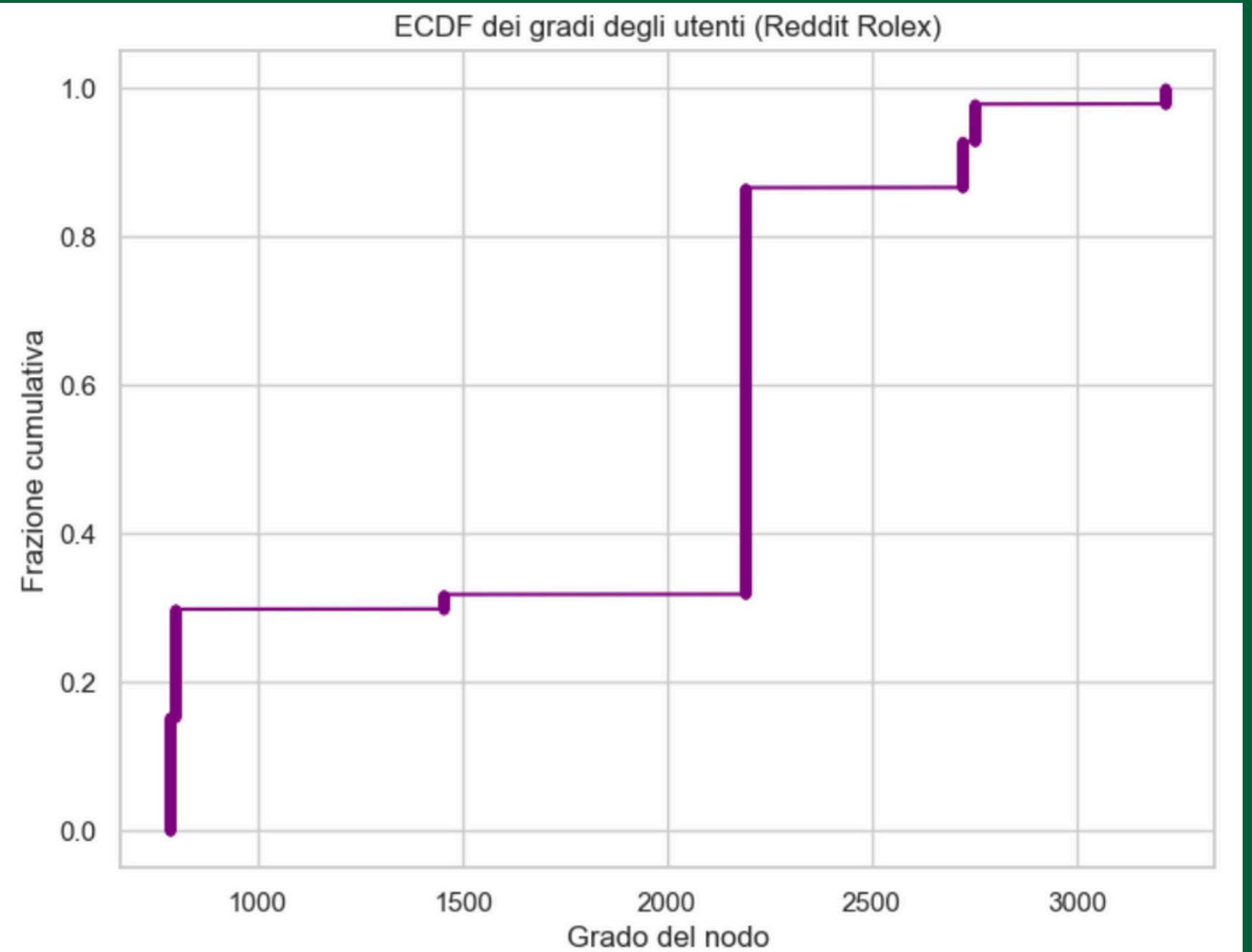
- Nodi (utenti): 3216
- Archi (connessioni): 2961971



Utenti con grado 3215: 69

- salloumk --> 3215 connessioni
- sporturawus --> 3215 connessioni
- Euphoric\_Ad\_6091 --> 3215 connessioni
- Own-Blackberry5514 --> 3215 connessioni
- ltkalk --> 3215 connessioni
- powerfunk --> 3215 connessioni

## METRICHE CALCOLATE



Componente: 1 --> 3216 utenti:

DarthWicket, Slow-Significance-37, yourfriendlygerman, sporturawus, No-Land-3646, Marc-AI,  
+ altri 3206 utenti

Numero totale di componenti connesse: 1

Grado minimo: 787

Grado massimo: 3215

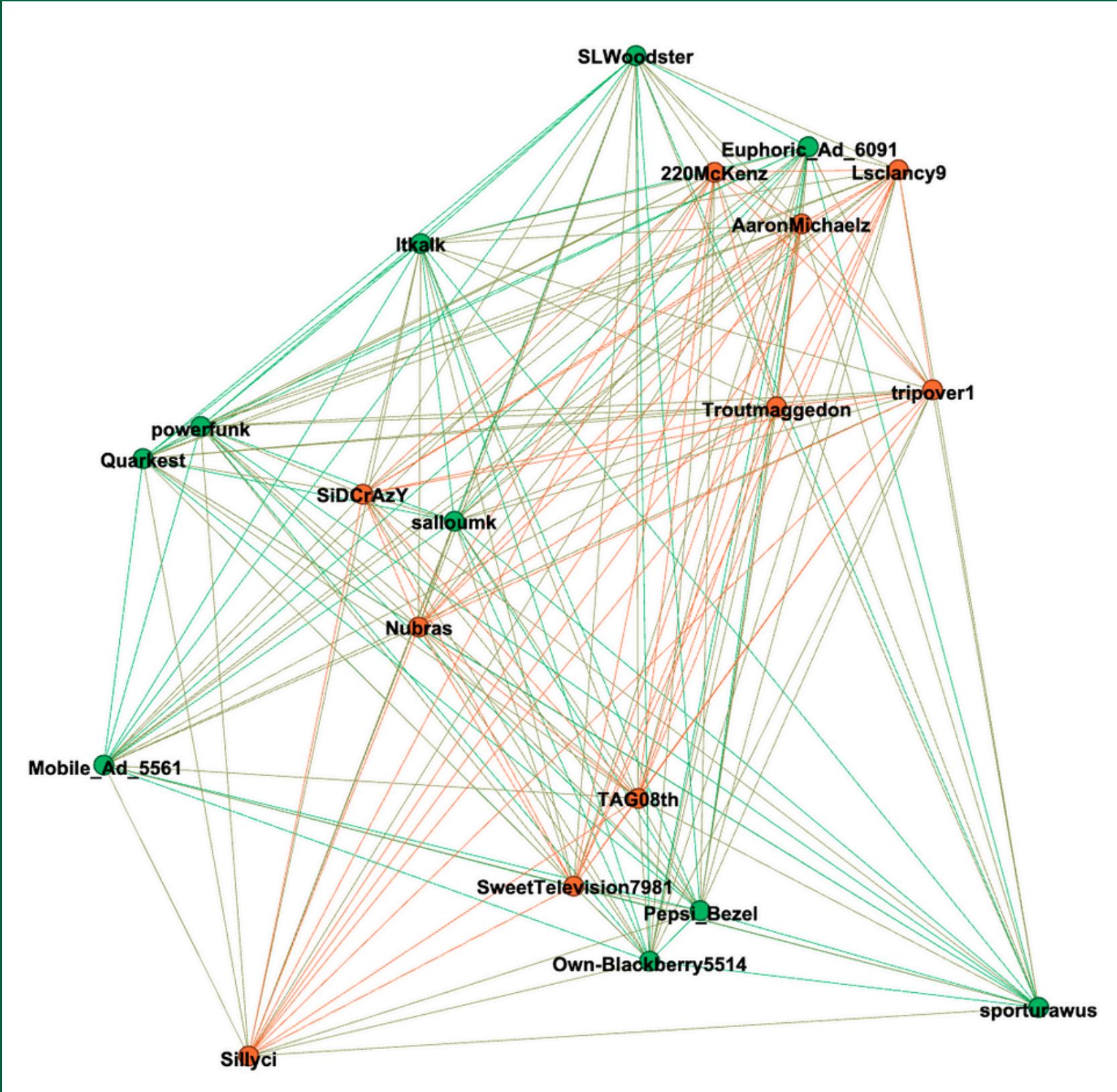
Grado medio: 1842.0217661691543

Mediana dei gradi: 2191.0

Densità del grafo: 0.5729461170044026

- La rete è piuttosto compatta e ben connessa.
- La distribuzione comulativa mostra che oltre il 70% degli utenti ha un grado > 1000.
- Presenza di hub centrali nella rete.
- Non ci sono nodi isolati, pertanto l'interazione può propagarsi liberamente tra qualsiasi coppia di utenti nella rete.

## DEGREE CENTRALITY



Primi 100 utenti per Degree Centrality:

Nodo: salloumk, Degree Centrality: 0.9999999999999999  
Nodo: sporturawus, Degree Centrality: 0.9999999999999999  
Nodo: Euphoric\_Ad\_6091, Degree Centrality: 0.9999999999999999  
Nodo: Own-Blackberry5514, Degree Centrality: 0.9999999999999999  
Nodo: Itkalk, Degree Centrality: 0.9999999999999999

Ultimi 50 utenti per Degree Centrality:

Nodo: Tom\_Bombadilll, Degree Centrality: 0.24479  
Nodo: -ObiWanJacobi-, Degree Centrality: 0.24479  
Nodo: PlasticObjective6415, Degree Centrality: 0.24479  
Nodo: SirCries-a-lot, Degree Centrality: 0.24479  
Nodo: -Sillyci-, Degree Centrality: 0.24479

- I Top utenti (es. salloumk, sporturawus, Euphoric\_Ad\_6091) hanno centralità  $\approx 1$ , indicando che sono connessi quasi a tutti gli altri. Sono dei veri hub.
- Gli utenti con centralità  $\approx 0.24$  risultano ai margini della rete, quindi hanno una partecipazione limitata o focalizzata su pochi modelli.



## BETWEENNESS CENTRALITY

- Misura quanto spesso un nodo si trova sul cammino più breve tra altri due nodi.
- Un nodo con alto valore di betweenness ha un ruolo strategico di collegamento tra gruppi diversi.

### Top 10 utenti per Betweenness Centrality:

```
Nodo: salloumk, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: sporturawus, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: Euphoric_Ad_6091, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: Own-Blackberry5514, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: ltkalk, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: powerfunk, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: Mobile_Ad_5561, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: Pepsi_Bezel, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: Quarkest, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
Nodo: SLWoodster, Betweenness Centrality: 0.0018135095671165831
```

### Ultimi 10 utenti per Betweenness Centrality:

```
Nodo: eskimoexplosion, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: EmilianoLGU, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: gnato22, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: dandireddit, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: robemmy, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: lurking_reader, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: sterioma, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: FlashKickinIt, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: PotentialCancel, Betweenness Centrality: 0.0
Nodo: Sahith17, Betweenness Centrality: 0.0
```

## CLOSENESS CENTRALITY

- Misura quanto un nodo è vicino a tutti gli altri nella rete.
- Valori alto indicano che raggiungono rapidamente tutti gli altri utenti, quindi i nodi sono ben connessi.

### Top 10 utenti per Closeness Centrality:

```
Nodo: salloumk, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: sporturawus, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: Euphoric_Ad_6091, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: Own-Blackberry5514, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: ltkalk, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: powerfunk, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: Mobile_Ad_5561, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: Pepsi_Bezel, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: Quarkest, Closeness Centrality: 1.0
Nodo: SLWoodster, Closeness Centrality: 1.0
```

### Ultimi 10 utenti per Closeness Centrality:

```
Nodo: Sillyci, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: lsclancy9, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: Nubras, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: SiDCrAzY, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: TAG08th, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: SweetTelevision7981, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: tripover1, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: 220McKenz, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: Troutmaggedon, Closeness Centrality: 0.569732411837675
Nodo: AaronMichaelz, Closeness Centrality: 0.569732411837675
```



## TRANSITIVITÀ

- Misura quanto la rete sia coesa, ossia quanto è probabile che due nodi connessi a un nodo comune siano anche connessi tra loro.
- È calcolata tramite il coefficiente di clustering globale.
- 0.91119 indica un livello molto alto di coesione tra gli utenti.

Transitività del grafo utenti: 0.9119

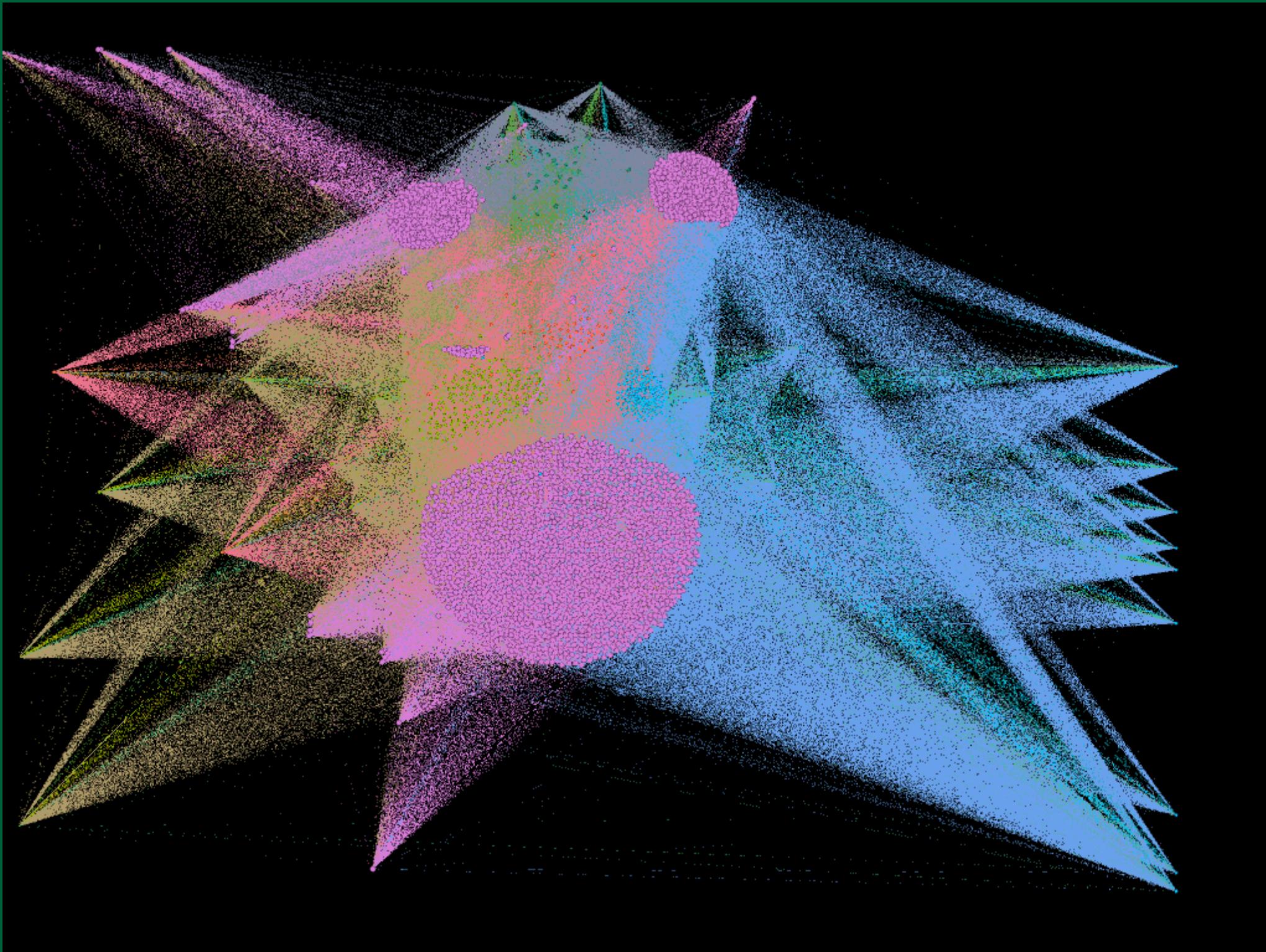
## CLUSTERING MEDIO

- Il clustering medio misura quanto, in media, i vicini di un nodo sono tra loro connessi.
- Capisco e se nella rete gli utenti tendono a formare piccoli gruppi o community compatte.
- 0.9518 è un valore anch'esso molto elevato che evidenzia la forte tendenza degli utenti a formare gruppi chiusi.
- All'interno della mia rete, i vicini di un utente sono spesso connessi anche tra loro, dando origine a comunità molto compatte.

Clustering medio della rete utenti: 0.95183



## CLUSTERING COEFFICIENT



- In Gephi ho colorato i nodi in base al valore del loro clustering coefficient.
- L'84,61% degli utenti ha coefficiente di clustering pari a 1.
- Maggior parte degli utenti forma gruppi chiusi, dove ogni utente è molto collegato agli altri utenti del proprio gruppo.
- Gli altri piccoli gruppi colorati hanno valori leggermente più bassi di clustering, distribuiti vicino a 0.5-0.8, sono minoranze ed ogni gruppo rappresenta circa il 2%-6% degli utenti.
- L'analisi del clustering coefficient conferma che la mia rete, ha una struttura fortemente comunitaria.



## CAMMINO MINIMO MEDIO

- Distanza media più breve tra tutte le coppie di nodi nel grafo.
- In media servono circa 1,43 passaggi per collegare un qualsiasi utente a un altro nella mia rete.

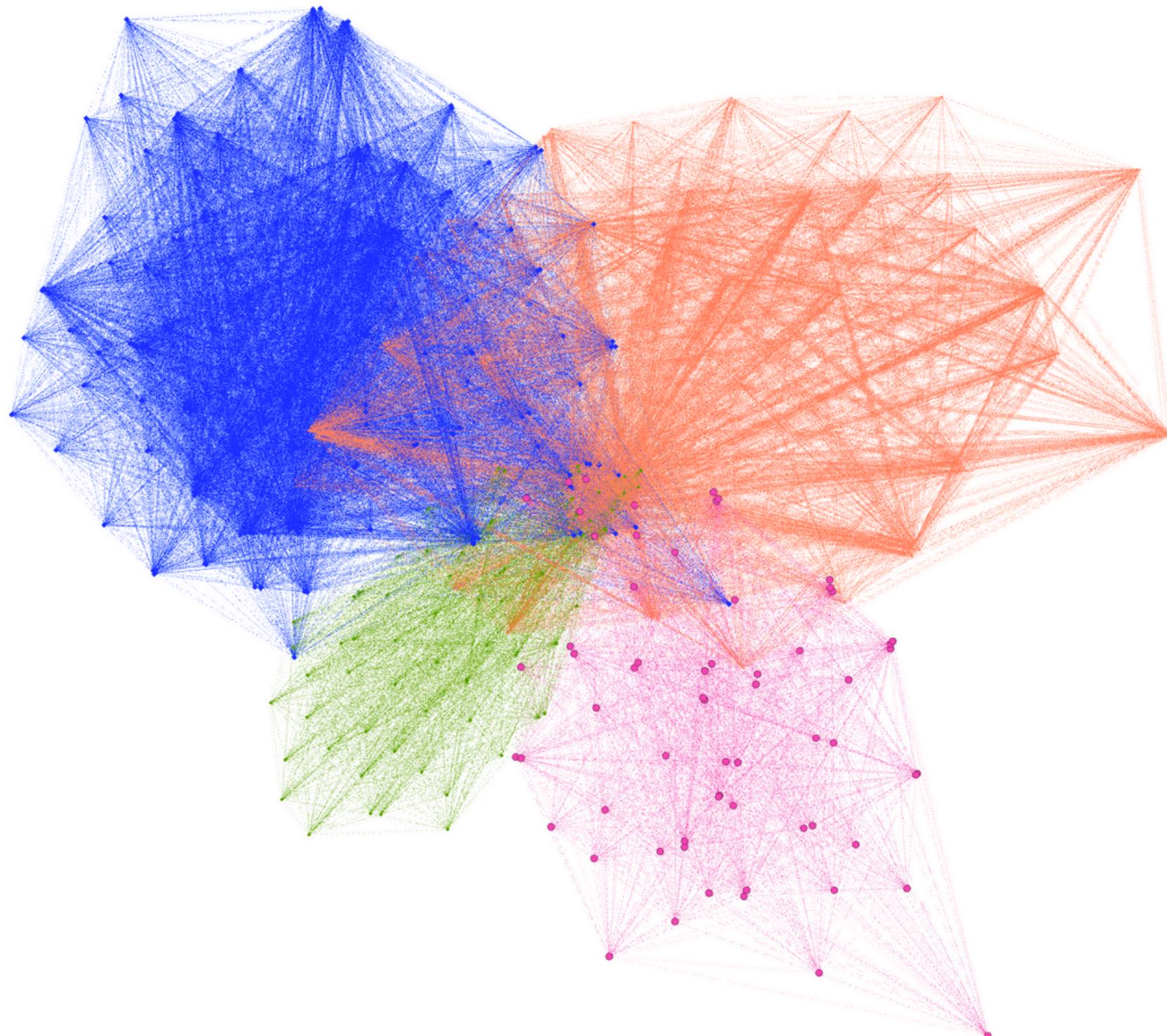
**Cammino minimo medio:** 1.4270538829955974

## SIMILARITÀ

- Misura quanto due utenti sono vicini tra loro in base ai modelli di orologi di cui parlano nei commenti.
- Uso Jaccard per confrontare i modelli associati agli utenti:
  - **0:** gli utenti non hanno mai commentato lo stesso modello di orologio.
  - **0 e 1:** maggiore è il valore, più alta è la similarità, cioè condividono modelli in comune.
  - **1:** gli utenti hanno commentato esattamente gli stessi modelli.



## SIMILARITÀ



Similarità tra LovenMedicine e PigletIndependent843: 1.0  
Similarità tra LovenMedicine e April\_Mattison: 1.0  
Similarità tra LovenMedicine e MoneyLaunderX: 0.5  
Similarità tra LovenMedicine e salloumk: 0.333333333333333  
Similarità tra LovenMedicine e vsp813: 0.5  
Similarità tra LovenMedicine e sporturawus: 0.333333333333333  
Similarità tra LovenMedicine e SuspiciousCanary8245: 0.5

Similarità tra DocKicks e spitfyre667: 1.0  
Similarità tra DocKicks e HeraldOfTheLame: 0.333333333333333  
Similarità tra DocKicks e D0D0\_B: 0.5  
Similarità tra DocKicks e Zamboni4201: 1.0

Numero di utenti che hanno commentato almeno 2 modelli: 495



## COMMUNITY DETECTION

- Algoritmo utilizzato: Greedy Modularity.
- Grafo basato sulla similarità Jaccard tra utenti.
- Massimizzare la modularità, cioè individuare gruppi densi e coesi di utenti.
- Ho rilevato 4 community principali.
- Ogni community rappresenta utenti con gusti simili e che hanno commentato gli stessi modelli Rolex.

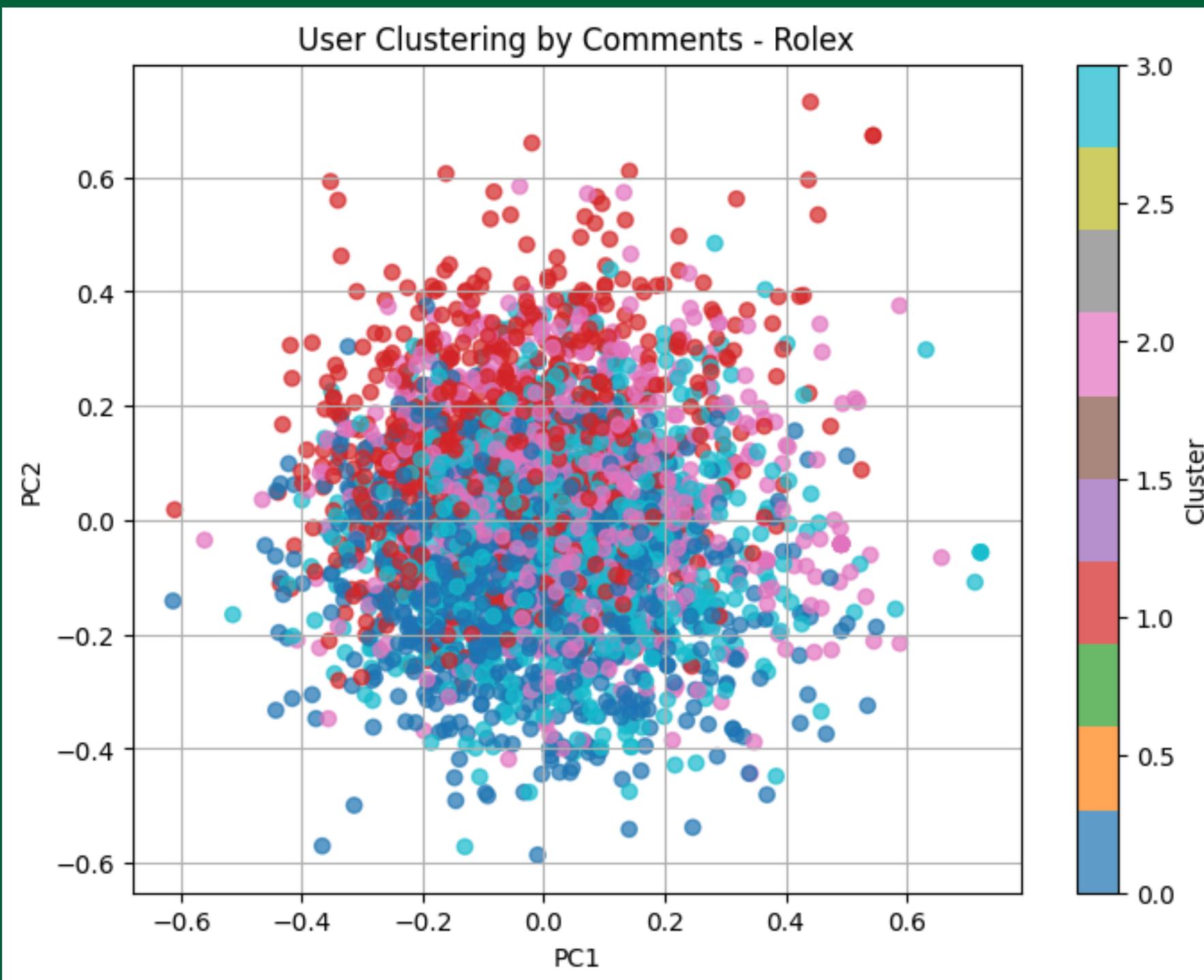
```
Community 1 (200 utenti): ['Haunting_Aioli_8247', 'johnsciarrino', 'jbwest17', 'Plus-Masterpiec
Community 2 (162 utenti): ['lesbianitfucker', 'LogoLethal', 'Legal_Obligation3459', 'Opposite_
Community 3 (69 utenti): ['SwimmerExtra1181', 'ResponsibleRow911', 'watch_interest', 'RonMexico
Community 4 (64 utenti): ['StyleQueasy6277', 'CG-Saviour878879', 'CrownHolder84', 'eggmanne', '
```



# Machine Learning



## USER CLUSTERING BY COMMENTS



- Comprendere gli utenti attraverso i loro commenti.
- Il grafico rappresenta una riduzione dimensionale tramite PCA dei vettori testuali dei commenti degli utenti Rolex.
- Ogni punto è un utente, posizionato nello spazio in base alla somiglianza nei contenuti dei commenti.
- Utenti nello stesso cluster hanno commenti simili.

## SILHOUTTE COEFFICIENT



- Silhouette Coefficient misura quanto bene ogni punto (utente) si trova all'interno del proprio cluster rispetto agli altri.
- Il valore è molto vicino a 0.
- I cluster non sono ben distinti tra loro.
- Gli utenti non mostrano comportamenti testuali molto diversi.
- Il valore trovato di Silhouette ottenuto, mi indica una debole separazione tra cluster.
- Gli utenti tendono a discutere di modelli simili anche appartenendo a gruppi diversi.

Silhouette Coefficient: 0.02466895990073681

Cluster 0:

```
[('gmt', 1219), ('submariner', 407), ('datejust', 381), ('explorer',
```

Cluster 1:

```
[('gmt', 55), ('datejust', 19), ('tudor', 17), ('submariner', 16), ('
```

Cluster 2:

```
[('gmt', 9), ('submariner', 9), ('datejust', 8), ('tudor', 1)]
```

Cluster 3:

```
[('gmt', 357), ('datejust', 124), ('submariner', 109), ('tudor', 49),
```

## SENTIMENT ANALYSIS



- Tecnica utile per valutare l'opinione espressa dagli utenti nei commenti.
- Ho usato la libreria TextBlob per calcolare il sentimento, positivo o negativo, dei commenti associati a ciascun modello.
- La maggioranza dei commenti è positiva per tutti i modelli analizzati.
- La reputazione consolidata di Rolex come brand di lusso, sinonimo di qualità, status e valore duraturo.

**Modello: gmt**

Commenti positivi: 2753

Commenti negativi: 476

---

**Modello: datejust**

Commenti positivi: 853

Commenti negativi: 141

---

**Modello: submariner**

Commenti positivi: 915

Commenti negativi: 178



# Confronto con Altro Brand



# Analisi comparativa tra due marchi di orologeria di lusso

**OMEGA**

Ho voluto analizzare il brand **OMEGA** per confrontarlo con Rolex

**DIFFERENZE**

Capire differenze nelle community, strutture reti e nei comportamenti utenti

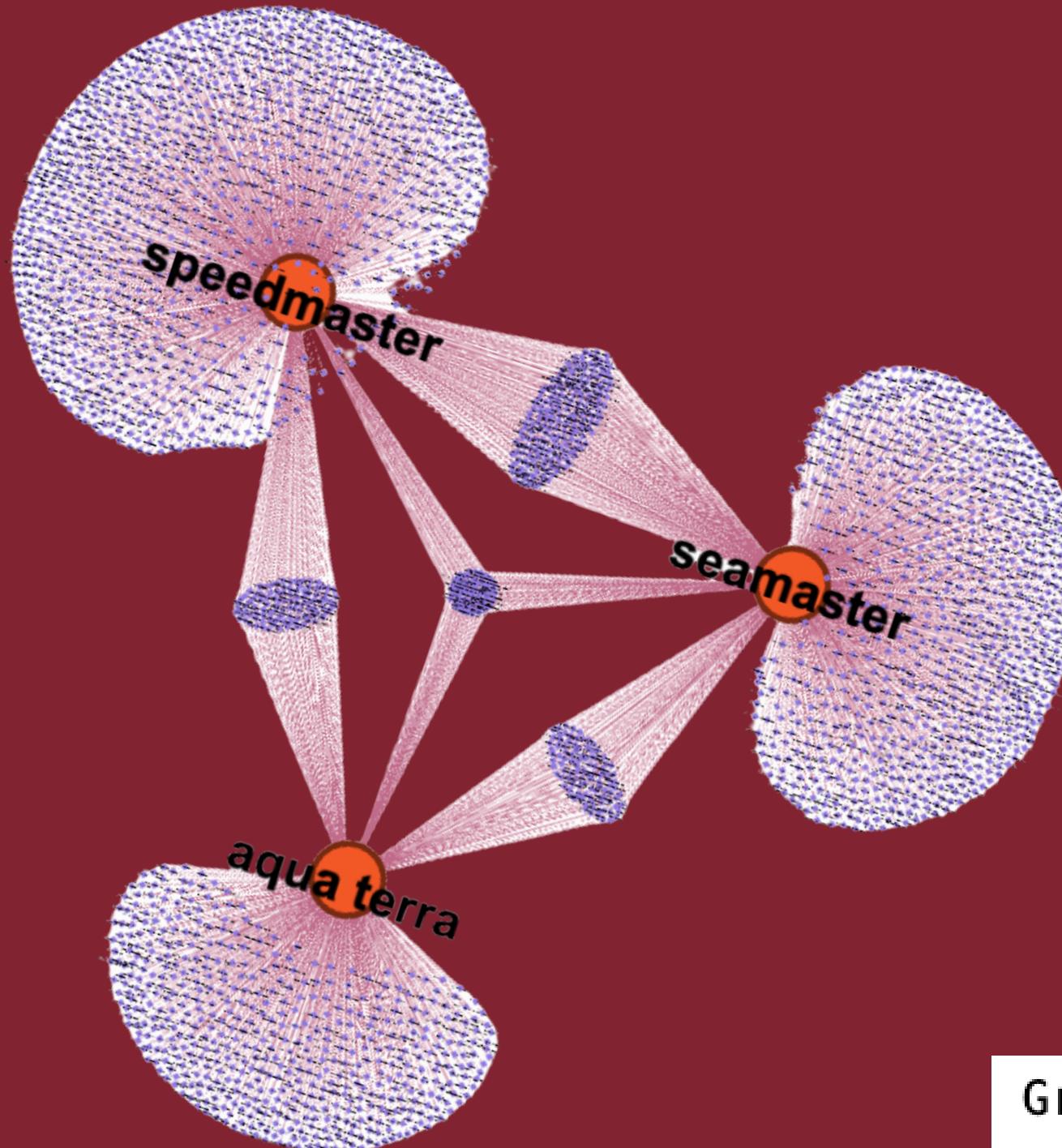
**ESTRAZIONE**

Uso lo stesso approccio per l'estrazione dei dati da Reddit relativi ad Omega

**TRE MODELLI**

Commenti su 3 modelli: Speedmaster, Seamaster e Aqua Terra

# Grafo Bipartito Omega



NODI

**UTENTE:** Se ha scritto almeno un commento

**MODELLO:** Modello Omega se menzionato

ARCO

Collega **utente** → **modello** se il modello è stato citato nei suoi commenti

Grafo bipartito Omega creato e salvato con 2889 nodi e 3424 archi.

# Rolex vs Omega



## PROIEZIONE

Ho proiettato i grafi bipartiti di entrambi i brand sui soli utenti, ottenendo due reti

- La rete su Rolex sembrerebbe leggermente più attiva e interconnessa.
- Le interazioni sono più frequenti e la distanza tra gli utenti è minore.
- Presenta una densità maggiore.
- **Entrambe** le community mostrano una buona coesione, un diametro basso.
- **Non emergono differenze** sostanziali nella forma o nell'organizzazione della rete.

```
{'Rete': 'Rolex', 'nodi': 3216, 'archi': 2961971  
{'Rete': 'Omega', 'nodi': 2886, 'archi': 1994703
```

```
'densità': 0.5729461170044026, 'grado_medio': 1842.0217661691543,  
'densità': 0.47914404205565386, 'grado_medio': 1382.3305613305613,
```



# Ci sono utenti in comune?

```
common_users = set(rolex_user_model_dict.keys()) & set(omega_user_model_dict.keys())
```



Dopo aver caricato i due dizionari utente -> modelli commentati per ciascun marchio, faccio un'intersezione tra le chiavi dei due dizionari così mi restituisce gli utenti in comune.

Utenti che hanno commentato sia Rolex che Omega: 389

Utente: ResponsibleRow911

Modelli Rolex: {'gmt', 'datejust', 'submariner'}

Modelli Omega: {'speedmaster'}

Utente: neilarmstonk

Modelli Rolex: {'gmt'}

Modelli Omega: {'aqua terra'}

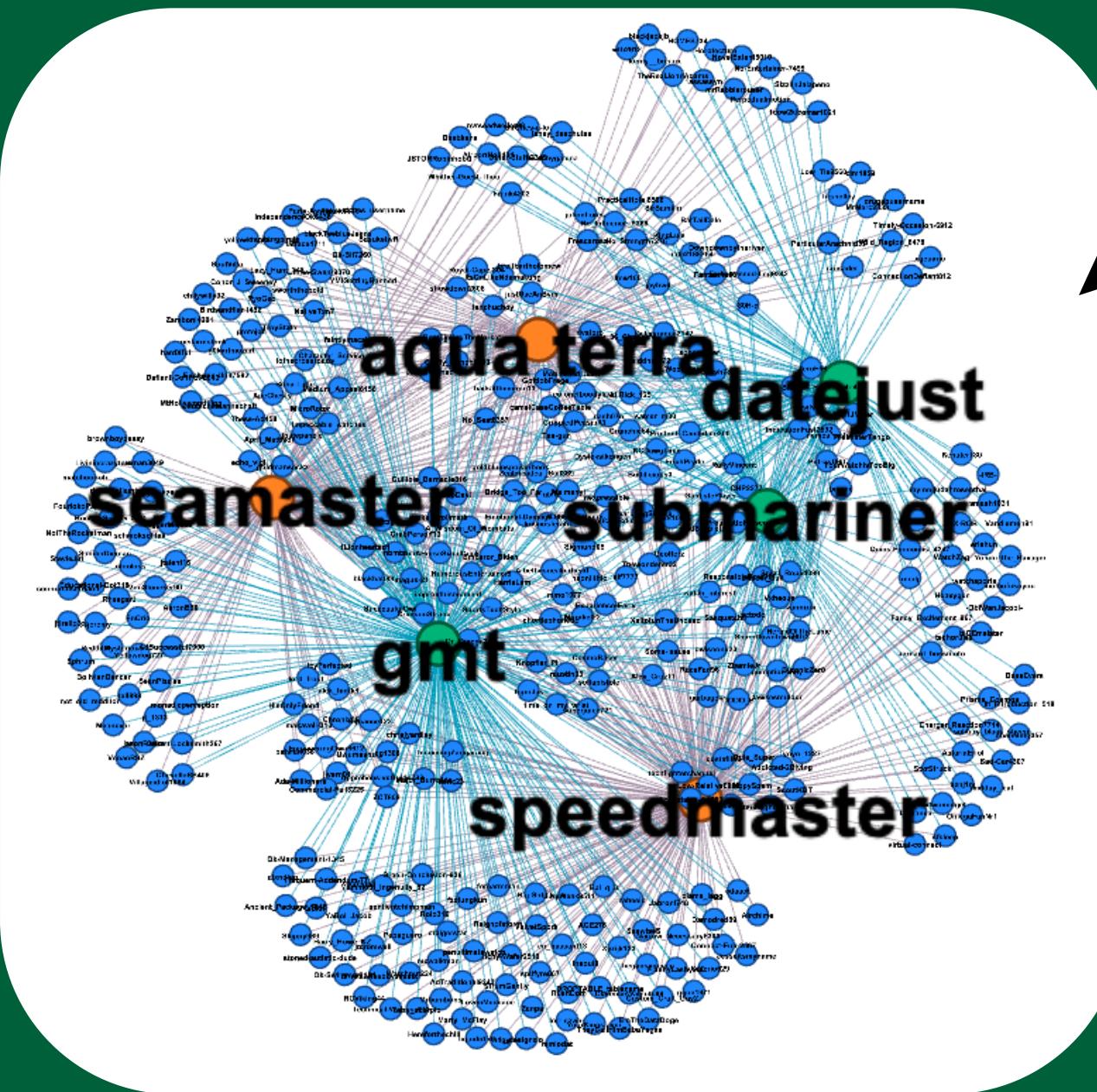
Utente: Albethesnakehead

Modelli Rolex: {'gmt', 'datejust'}

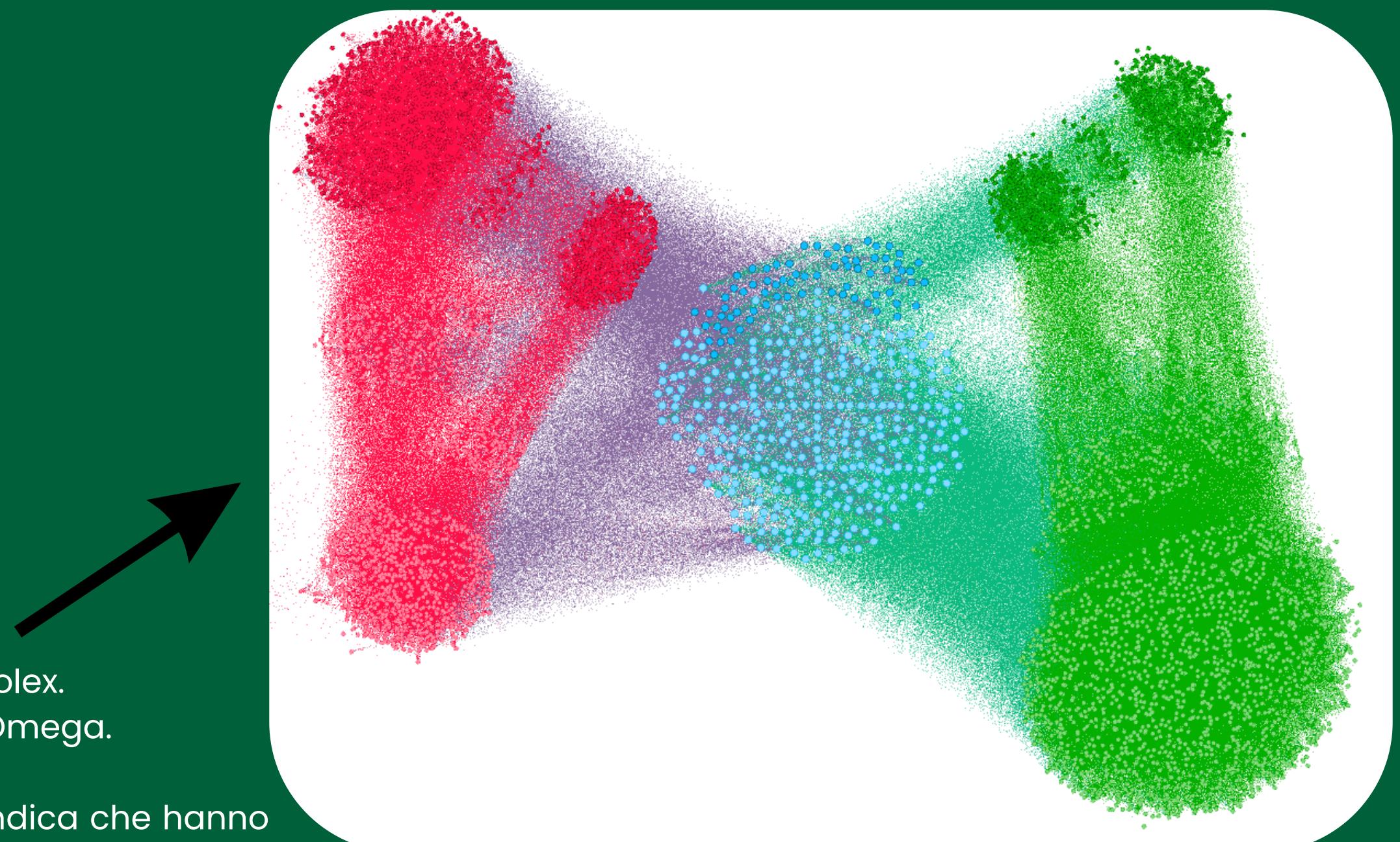
Modelli Omega: {'seamaster', 'speedmaster'}



# Grafo Rolex + Omega



- Ho costruito un grafo per rappresentare gli utenti che hanno commentato sia modelli Rolex che Omega.
- Ogni utente è connesso ai modelli di entrambi i brand che ha commentato.



Grafo proiezione utenti Rolex + Omega

- **Verde:** Utenti che commentano esclusivamente modelli Rolex.
- **Rosso:** Utenti che commentano esclusivamente modelli Omega.
- **Azzurro:** Utenti che commentano entrambi i brand.
- Ogni nodo rappresenta un utente e un link tra due nodi indica che hanno commentato almeno un modello in comune.

# Predire il Brand Preferito



Grazie ad un modello di **Machine Learning**,  
se dato il comportamento testuale di un utente,  
riesco a **predire** se un utente preferisce Rolex oppure Omega?

Per valutare il modello utilizzo:

- Accuracy, Precision, Recall, F1-Score
- Confusion Matrix, Curva ROC e AUC
- Logistic Regression ed Ensemble Learning



# Predire il Brand Preferito

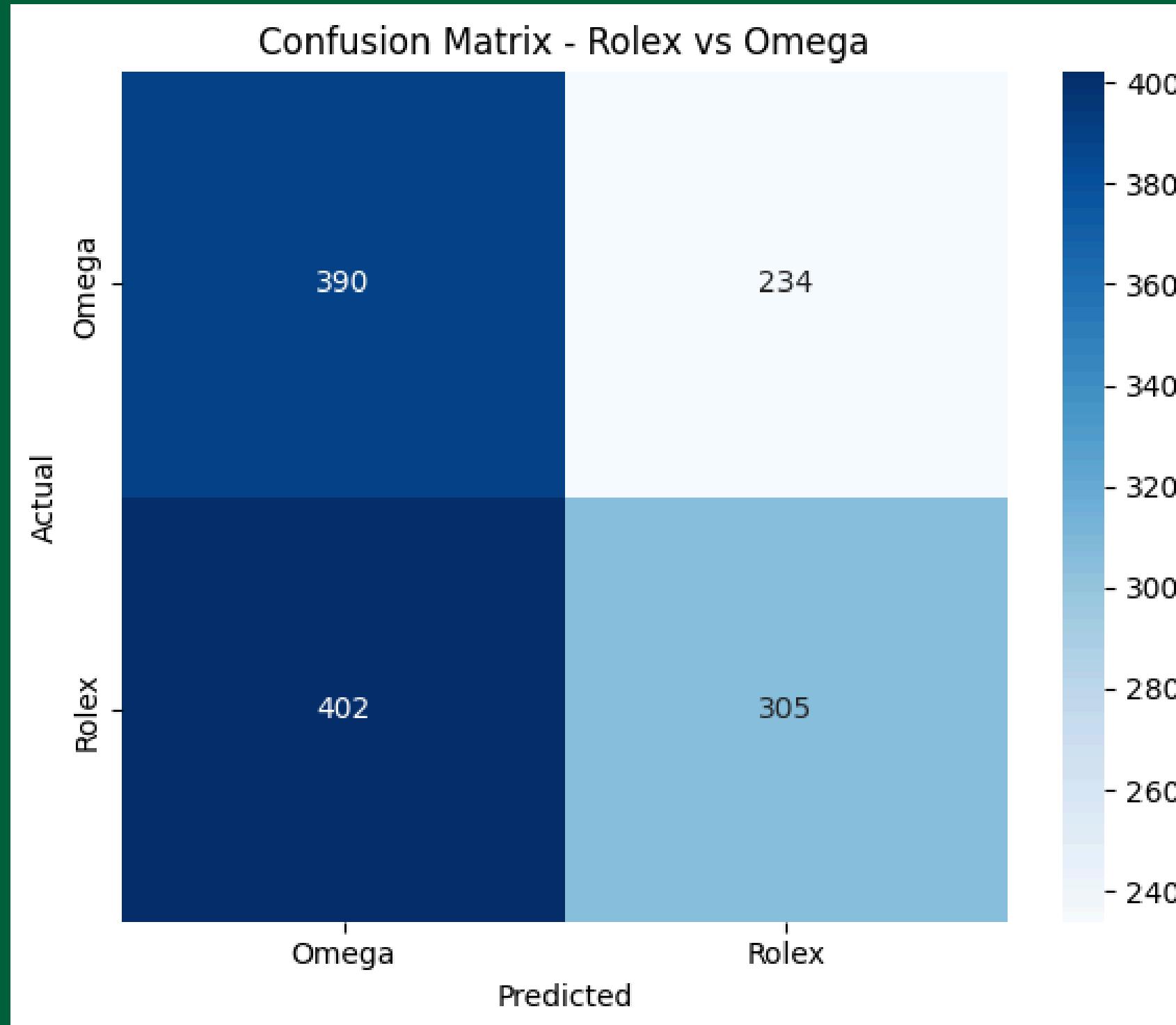


- **Accuracy:** percentuale di previsioni corrette, che corrisponde a 0.52, qui il modello predice correttamente il brand in circa il 52% dei casi.
- **Precision:** mi indica quanti dei commenti classificati come appartenenti a un brand sono realmente corretti. Qui Rolex ha una precisione maggiore, 0,57 ma commette più errori in recall.
- **Recall:** mi misura la capacità del modello di identificare tutti i commenti realmente appartenenti a un brand. Qui Omega ottiene un valore più alto ovvero 0.62.
- **F1-score:** mi da la media armonica tra precision e recall. Valore bilanciato leggermente migliore per Omega.

	precision	recall	f1-score	support
Omega	0.49	0.62	0.55	624
Rolex	0.57	0.43	0.49	707
accuracy			0.52	1331
macro avg	0.53	0.53	0.52	1331
weighted avg	0.53	0.52	0.52	1331



# Confusion Matrix

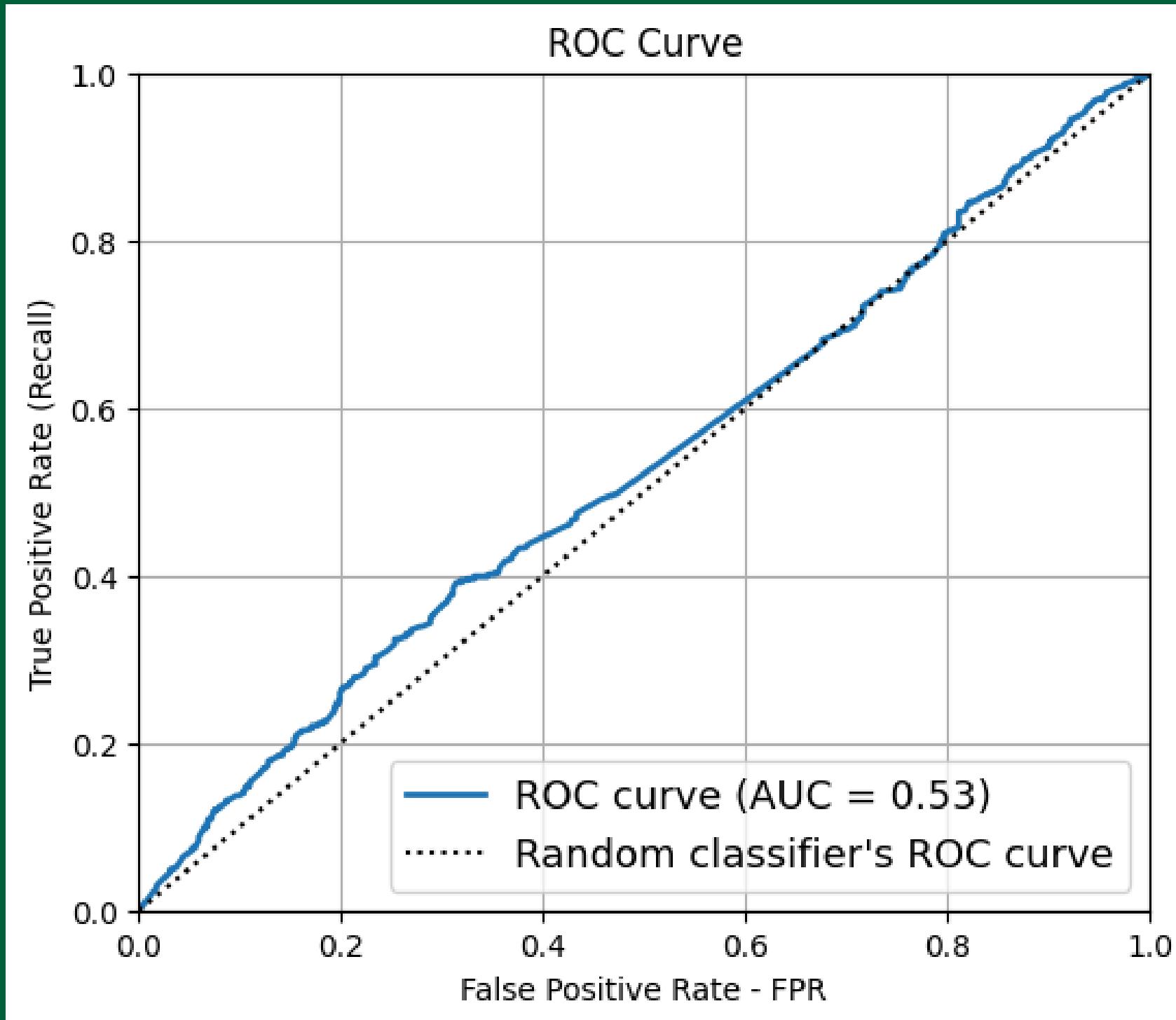


- (TP) = 305 veri Rolex
- (TN) = 390 veri Omega
- (FP) = 234 falsi Rolex
- (FN) = 402 falsi Omega

Questo modello tende quindi a sottostimare Rolex visto che commette più errori nel riconoscere Rolex, con molti utenti che preferivano Rolex classificati come Omega, pertanto Omega viene classificato meglio di Rolex.



# Curva ROC e AUC



- Il mio modello ha una capacità moderata di distinguere tra gli utenti che preferiscono Rolex e quelli che preferiscono Omega.
- Un AUC di 0.53 significa che, dato un esempio positivo, Rolex, e uno negativo, Omega, c'è il 53% di probabilità che il modello assegni un punteggio più alto al positivo.
- Fatica a separare bene le due classi.



# Logistic Regression

Accuracy: 0.628099173553719

Recall: 0.6633663366336634

Precision: 0.6460055096418733

F1: 0.6545708304256804

Confusion Matrix:

[[367 257]

[238 469]]

[[ 0.47121233 -1.03723601 4.17562035 -3.5502654 ]]

- Ho aggiunto della variabili: degree e betweennes centrality.
- In grado di discriminare, in modo moderato, tra utenti che preferiscono Rolex e quelli che preferiscono Omega.
- I falsi positivi, Omega predetto come Rolex, sono più alti dei falsi negativi.

Il modello **predice Rolex** quando:

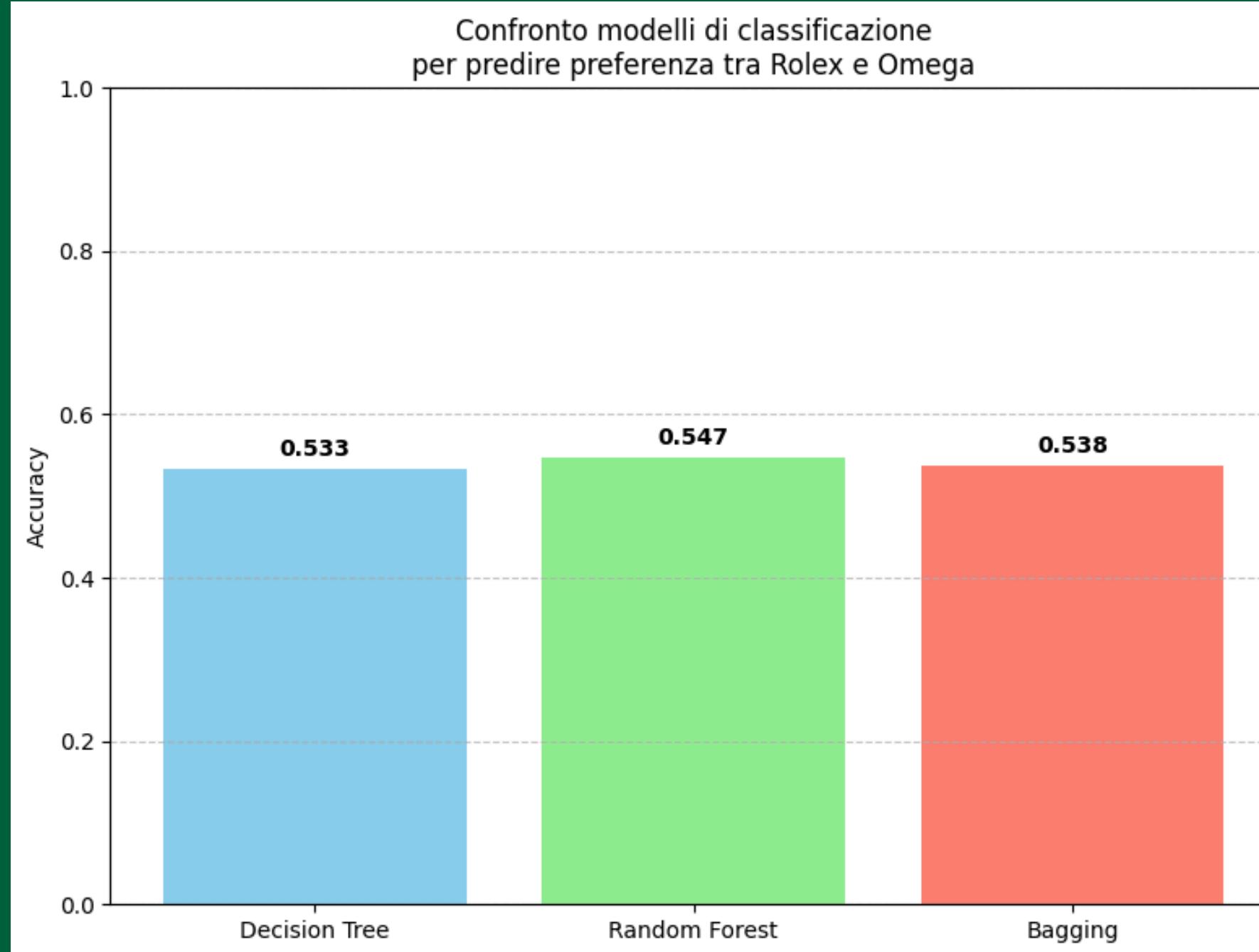
- l'utente ha molti commenti
- ha un alto degree

Il modello **predice Omega** quando:

- l'utente ha sentiment molto positivo
- ha alta betweenness

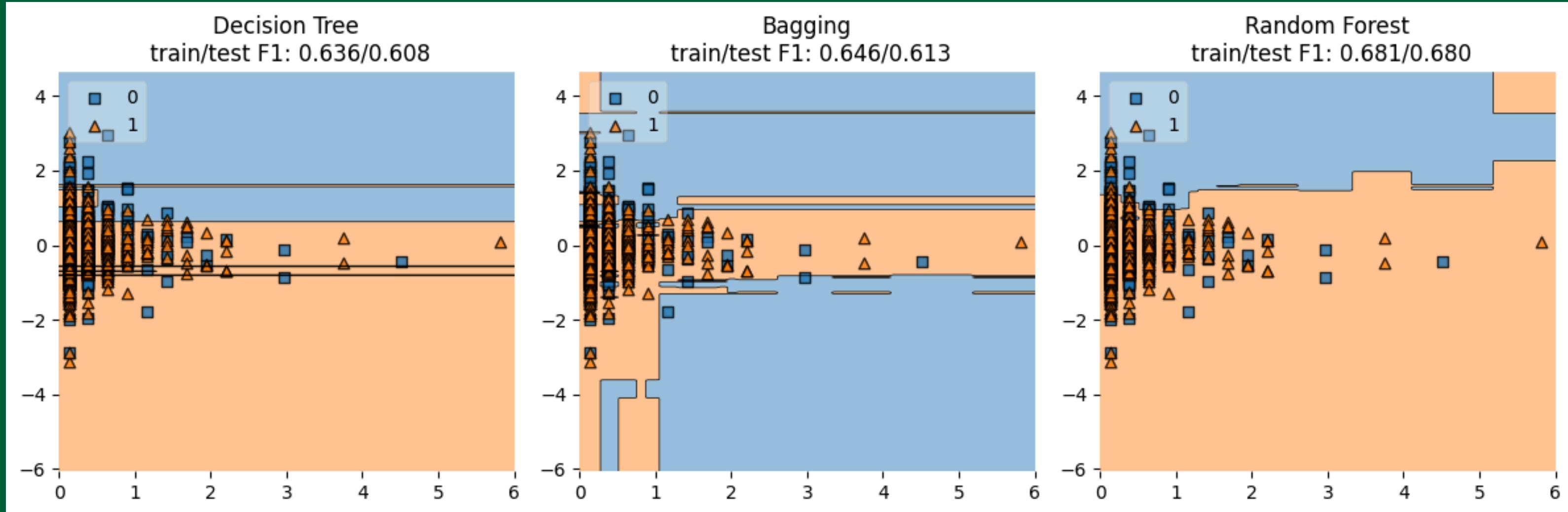


# Ensemble Learning



- Due feature: n\_commenti ed avg\_sentiment.
- I dati sono stati standardizzati tramite **StandardScaler()** per avere media 0 e deviazione standard 1, garantendo un confronto equo tra le feature.
- Accuracy calcolata su entrambi i set.
- **Random Forest** ottiene la migliore accuracy.
- Bagging migliora leggermente rispetto all'albero, riducendo overfitting.

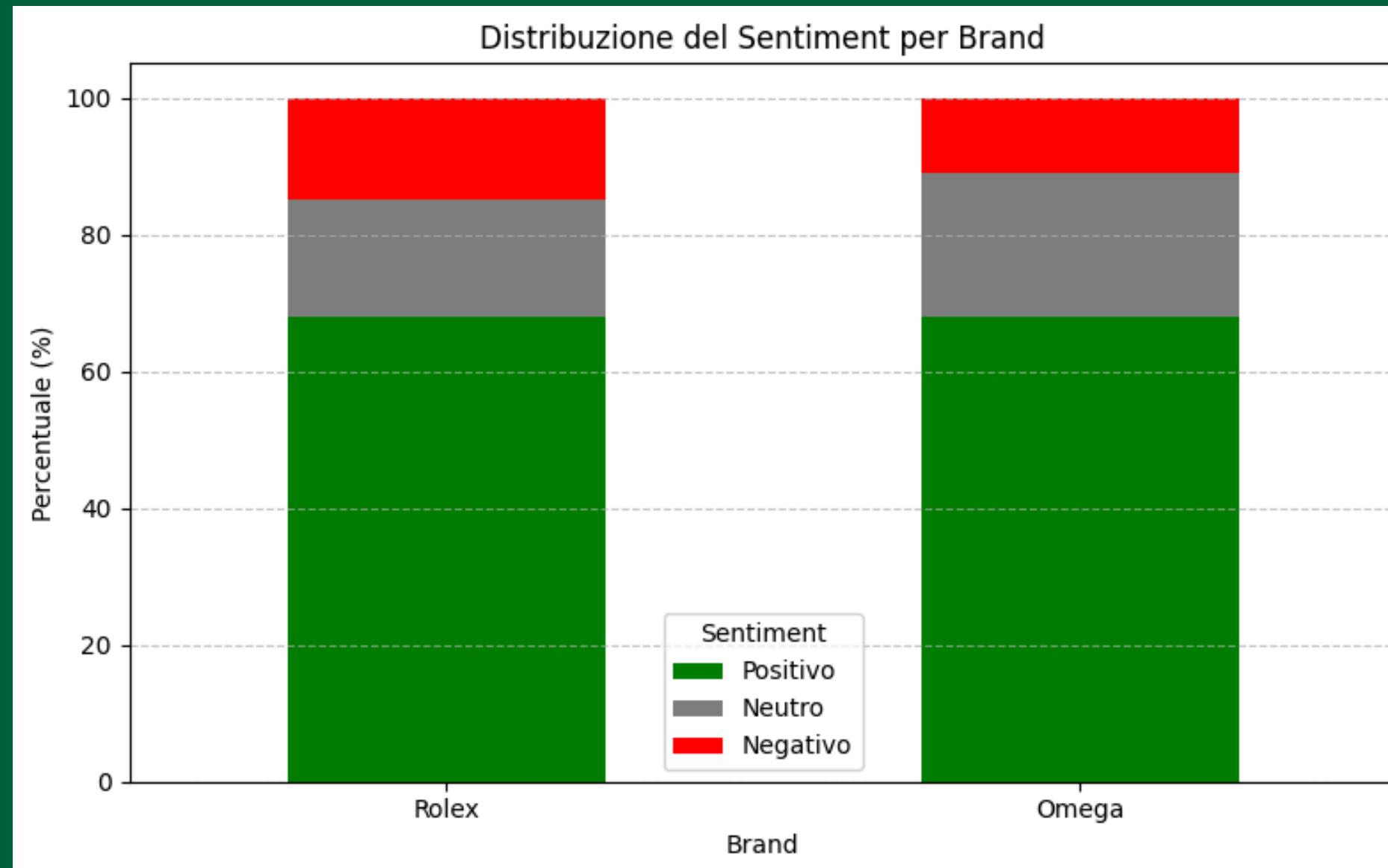
# Ensemble Learning



- Decision Tree: leggere overfitting.
- Bagging: più stabile, underfitting ridotto.
- Random Forest: miglior performance.

- I dati disponibili non mi permettono una classificazione e predizione affidabile.
- Performance vicine al caso casuale 0.50.

# Sentiment Rolex e Omega



- Unisco tutti i commenti e usiamo la libreria TextBlob per assegnare un punteggio di polarità.
- Sentiment molto simile verso Rolex e Omega.
- Nessuna presenza di “hater”: i commenti sono prevalentemente positivi.
- Questo suggerisce una percezione positiva e consolidata di entrambi i marchi nella community analizzata.

# Conclusioni



1

## ESISTE UNA CORRELAZIONE TRA L'INTERESSE GENERALE SU REDDIT E IL PREZZO DEL ROLEX?

L'interesse su Reddit si concentra maggiormente su modelli iconici, ma non emerge una correlazione diretta e significativa con il prezzo. L'engagement riflette la notorietà e la passione degli utenti, più che il valore economico.

2

## COME SI ESPRIME IL SENTIMENT VERSO ROLEX?

Il sentiment è prevalentemente positivo. I commenti rivelano apprezzamento ed interesse verso i Rolex. Non ho trovato haters, ma bensì una community composta da appassionati.

# Conclusioni



3

## COME SI POSIZIONA ROLEX RISPETTO AD UN ALTRO BRAND COME OMEGA?

Le due community mostrano una struttura molto simile, sia per dimensione sia per densità. Rolex appare leggermente più attiva e coesa, ma non vi è una differenza marcata.

# Conclusioni



4

## È POSSIBILE PREDIRE SE UN UTENTE PREFERISCE ROLEX OPPURE OMEGA?

Nonostante l'utilizzo di modelli di classificazione, i risultati che ho ottenuto non sono sufficientemente significativi per determinare la predizione. Con una accuracy di circa il 53%, il modello da me utilizzato non mi consente di affermare che sia possibile predire in modo affidabile quale sia il brand preferito dagli utenti.





# Grazie per l'attenzione

Marco Travaglianti 24214A