



Comunicato stampa

FPA: ECCO LE CITTÀ ITALIANE PIÙ SOCIAL

Un'anteprima del rapporto ICity Rate 2017, il rating delle smart city italiane che sarà presentato il 24 ottobre a ICity Lab, l'appuntamento nazionale sulle città organizzato da FPA con il patrocinio del Comune di Milano.

I social media sono ormai a pieno titolo strumenti di comunicazione delle amministrazioni locali, ma è ancora poca l'interazione con la community. Torino, Bologna e Ferrara le città più presenti sui social. Roma e Milano quelle con più fan/follower. Venezia, Rimini e Firenze quelle con i maggiori utenti in relazione alla popolazione.

Milano 16 ottobre 2017 - I social network piacciono alle nostre città, che però li usano con grande cautela e sono ancora distanti dall'interagire con i loro *followers* considerandoli come una vera e propria comunità. Questo è quanto emerge dall'indagine sulla presenza, l'uso e la performance sui social network di 106 comuni capoluogo condotta da FPA. L'indagine sui social rientra nel più ampio Rapporto "ICity Rate 2017" che, oltre a questa dimensione, prende in esame ogni anno oltre 100 indicatori per tracciare il rating delle città più smart e sostenibili d'Italia. Il Rapporto completo verrà presentato il 24 ottobre prossimo a Milano alla manifestazione **ICity Lab** (BASE Milano, 24-25 ottobre, <http://www.icitylab.it>).

Per quanto riguarda la dimensione social, su 106 Comuni capoluogo analizzati da FPA, 94 hanno attivato almeno uno strumento "social", mentre sono 12 le grandi assenti sparse un po' in tutto il Paese. Il social media più amato dalle città è senz'altro Facebook, scelto come canale di comunicazione da 85 comuni capoluogo, seguito da Twitter e YouTube.

Le tre città più presenti sui social sono Torino, Bologna e Ferrara. Quelle con il maggior numero di cittadini virtuali sui profili Facebook e Twitter sono Roma e Milano, ma se guardiamo al numero di Fan e Follower rispetto alla popolazione residente la demografia dei social urbani cambia un po'. In proporzione alla propria cittadinanza le città più popolate di Facebook e Twitter sono Venezia (con una community pari al 39,3% della sua popolazione), Rimini (17,8%) e Firenze (17,6%).

"Ma essere presenti non basta - commenta **Gianni Dominici**, Direttore Generale di FPA - dare informazioni in maniera più rapida è ancora poco ambizioso, alle città serve acquisire le competenze e il coraggio di aprire i propri enti alle funzionalità realmente 'social' dei nuovi media: ascoltare e rispondere, accorciare la distanza tra la macchina amministrativa e chi vive la città. Per fare questo ci sono alcune regole da seguire, senza il rispetto delle quali l'apertura dei canali social non è che un omaggio tutto formale al 'popolo dei selfie', non certo un cambio di passo della governance".

Per esempio, se guardiamo a Twitter, una buona indicazione sullo "stile di comunicazione" dell'amministrazione ci viene dal rapporto tra following e followers. Se si hanno solo followers, alla base della strategia di presenza sui social dell'amministrazione c'è uno sbilanciamento verso l'informazione. Per le 73 città presenti su Twitter il rapporto tra following/followers è in media di "1 a 10", con un ancora basso livello di interazione e di capacità di engagement della propria cittadinanza virtuale.

Ecco i risultati della ricerca in maggior dettaglio.

LA PRESENZA SUI SOCIAL

I social media sono entrati a pieno titolo tra gli strumenti di comunicazione delle amministrazioni locali. Su 106 Comuni capoluogo analizzati, 94 città (poco meno del 90%) hanno attivato almeno uno strumento "social" per interagire con i propri cittadini, mentre sono 12 le grandi assenti sparse un po' in tutto il Paese. Le modalità di utilizzo, le strategie e i risultati sono però molto variegati.

Il social media più amato dalle città è senz'altro Facebook, scelto come canale di comunicazione da 85 comuni capoluogo, seguito da Twitter e YouTube sui quali si contano rispettivamente 73 account e 67 canali delle città. Ma le città si stanno affacciando anche su Instagram (21), Flickr (15) e Google+ (13). Per alcune città come Torino, Bologna e Ferrara la strategia social è articolata su più social network, ma per la maggior parte delle città italiane social media si traduce in: Facebook per



segnalare eventi e iniziative; Twitter per dare informazioni e molto spesso per rimbalzare i contenuti postati su Facebook; You Tube per archiviare in play list le sedute del Consiglio andate in streaming.

La presenza sui social - I social media preferiti dalle città

Città che sono presenti su almeno un social media	94
Città che non sono presenti su nessun social media	12
Facebook	85
Twitter	73
Youtube	67
Flickr	15
Istagram	21
Google +	13
Pinterest	5
Altri	2

Fonte: FPA - ICityRate 2017 - rilevazione luglio 2017

La presenza sui social - Le 12 città più presenti sui social per indice di presenza (numero dei social attivi e segnalazione sul sito istituzionale) e le città assenti.

Le città più presenti sui social (città che hanno attivato più canali social)	Le città assenti sui social
Torino	Asti
Bologna	Sondrio
Ferrara	Verona
Cuneo	Savona
Milano	Terni
Pavia	Latina
Belluno	Chieti
Modena	Avellino
Pistoia	Brindisi



Napoli	Vibo Valentia
Palermo	Trapani
Roma	Nuoro

Fonte: FPA - ICityRate 2017 - rilevazione luglio 2017

I CITTADINI VIRTUALI DELLE CITTÀ SUI SOCIAL

La presenza dell'amministrazione sui social non basta a rendere una *PA social*. Per una buona comunicazione, lì dove c'è un emittente ci vuole un ricevente, altrimenti il contenuto non genera dialogo e non arricchisce gli strumenti informativi dell'ente. Gli enti territoriali con il maggior numero di cittadini virtuali sui profili Facebook e Twitter sono Roma e Milano, ma se guardiamo al numero di Fan e Follower rispetto alla popolazione residente la demografia dei social urbani cambia un po'. In proporzione alla propria cittadinanza le città più popolate di Facebook e Twitter sono Venezia (con una community pari al 39,3% della sua popolazione), Rimini (17,8%) e Firenze (17,6%).

Le città con il più alto numero di "like" su FB	Le città con più Follower su Twitter	Le città con più iscritti su YouTube	Le città con il più alto numero di utenti (in media su FB e Twitter) in relazione alla popolazione
Roma (381.890)	Roma (386.000)	Napoli (4848)	Venezia (39,3%)
Venezia (179.018)	Milano (297.000)	Genova (3918)	Rimini (17,8%)
Milano (125.307)	Torino (202.000)	Torino (1727)	Firenze (17,6%)

Fonte: FPA - ICityRate 2017 - rilevazione luglio 2017

ENGAGEMENT O INFORMAZIONE: QUESTO È IL DILEMMA

Ma per fare una *PA social* non basta neanche avere dei numeri alti di Fan e Followers. Tra le tante metriche calcolabili per analizzare le performance sui social media, FPA ne ha scelte due, che ci aiutano a capire se e quanto una amministrazione utilizzi i social media per veicolare informazioni o per fare engagement.

1. Se guardiamo **Twitter**, una buona indicazione sullo "stile di comunicazione" dell'amministrazione viene dal **rapporto tra following e followers**. "*Molti followers, molto onore*" è senz'altro vero, tanto che nel marketing digitale chi ha molti seguaci digitali viene considerato un *influencer*, una *celebrity*. Tuttavia, se si hanno solo followers, alla base della strategia di presenza sui social dell'amministrazione c'è uno sbilanciamento verso l'informazione. Al contrario, se il numero delle persone che seguono è equivalente o quanto meno equilibrato a quello di chi mi segue e si tiene aggiornato sui miei contenuti, allora potremmo interpretare tale metrica come capacità di engagement. Per le 73 città presenti su Twitter il rapporto tra following/followers è in media di "1 a 10", con un ancora basso livello di interazione e di capacità di engagement della propria cittadinanza virtuale. Roma e Torino, ad esempio, che abbiamo visto avere account molto popolati, hanno un numero di following praticamente inesistente. E questo ci dice che la scelta alla base della strategia delle due città, per lo meno su Twitter, è decisamente più informativa che relazionale.
2. Per quel che riguarda invece l'uso di **Facebook**, l'analisi degli "**engagement rate**", vale a dire il rapporto tra il numero delle persone che hanno messo "like" sulla pagina e quelle che "ne parlano" (numero totale di interazioni generate in una settimana), ci dice sostanzialmente la percentuale di Fan (sul totale) che sono stati realmente coinvolti dai contenuti pubblicati sulla pagina del Comune. Ad avere il più alto livello di interattività sono le città di Grosseto (54,7%) e Trieste (41,7%). Dal lato opposto di questa graduatoria troviamo invece Siena, Benevento,



Venezia, Andria e Udine, che non sono riuscite ad ingaggiare nell'ultima settimana neppure l'1% dei propri affezionati.

I CONTENUTI: IL LIVELLO DI PRODUTTIVITA'

Il livello di "produttività" delle città è estremamente variabile. Si passa da città come Bologna, con 61.500 tweet, o Roma con i suoi 33.500, a città come Lecco e Fermo, che sono rimaste a una sessantina di pubblicazioni.

Anche su You Tube distanze siderali tra le 67 città che hanno scelto di condividere su questo canale i propri contenuti. Dalle "iper produttive" come Napoli e Torino, che hanno pubblicato oltre 4000 video, a città come Padova, Mantova, Gorizia, Brescia e Vercelli, che hanno pubblicato meno di 5 video.

	Valore medio delle città capoluogo	Valori massimi	Valori minimi
Video pubblicati su You tube	361 video	Napoli- 4142 video Torino- 4104 video	Padova – 1 video Mantova – 3 video Gorizia, Brescia, Vercelli - 5 video
Tweet – tweet totali	7218 tweet	Bologna - 61.500 Roma - 33.500	Lecco - 62 Fermo - 67

Fonte: FPA - ICityRate 2017 - rilevazione luglio 2017

Per altre informazioni: <http://icitylab2017.eventifpa.it>

Facebook @icitylab
Twitter @icitylab_fpa
#icitylab2017

Accredito stampa all'evento: <http://icitylab2017.eventifpa.it/accredito-stampa/>

Ufficio stampa FPA - Curato da d'I Comunicazione
Piero **Orlando** | 335.1753472 po@dicomunicazione.it
Stefania **Vicentini** | 335.5613180 sv@dicomunicazione.it
Marco **Puelli** | 334.3006039 mp@dicomunicazione.it