



Benchmarking dell'e-government della PA Locale

Servizi interattivi, innovazione digitale, social PA

Il presente rapporto è stato realizzato da ERVET per la Regione Emilia-Romagna
in base al Piano Annuale delle attività 2018, scheda progetto C11/2018

Responsabile del progetto: Rita Trombini

Coordinamento di progetto: Silvia Ringolfi

Gruppo di lavoro: Valeria Dusmet, Silvia Ringolfi

Referente regionale: Barbara Santi – Coordinamento ADER

**Tematiche
Generali4**

**Contesto di
riferimento5**

**Metodologia Servizi
interattivi..... 7**

**Metodologia Indice di
Interattività.....47**

**Metodologia Indice
Utilizzo servizi..... 57**

**Metodologia Innova-
zione digitale.....70**

**Metodologia Indice
social.....79**

Servizi interattivi.....7

Aree tematiche10

Focus sui servizi comunali12

Piattaforme di erogazione13

Forme di autenticazione40

**Indice di interattività
dei servizi comunali47**

Confronto fra enti49

Buone pratiche51

Aree tematiche in pillole52

**Utilizzo dei servizi
interattivi nel 201757**

Dati sui singoli servizi59

Indice di utilizzo67

Utilizzo servizi sovracomunali.....68

Innovazione digitale70

Wifi – rete regionale71

Comuni senza wifi pubblici.....72

**Biblioteche – punti di diffusione
della conoscenza digitale73**

APP76

OPEN DATA78

Social PA79

Presenza sui social81

Indice di social networking.....83

Facebook85

Account generali e settoriali.....86

Qualità account generali88

Best practice92

Twitter95

Youtube99

Servizi interattivi

- Offerta di servizi interattivi
- Piattaforme di erogazione
- Forme di autenticazione
- Indice di interattività dei servizi comunali
- Utilizzo dei servizi on line da parte dei cittadini e delle imprese

Innovazione digitale

- Wifi pubblico
- App «regionali» e «locali»
- Biblioteche come luoghi di diffusione della conoscenza digitale
- Open data

Social PA

- Indice di social networking
- Facebook
- Twitter
- Youtube

Classe dimensionale	Descrizione	2017	2018
Comuni Micro	fino a 3.000 abitanti	82	82
Comuni Piccoli	da 3.000 a 5.000 abitanti	56	56
Comuni Medi	da 5.000 a 15.000 abitanti	136	135
Comuni Medio-Grandi	da 15.000 a 50.000 abitanti	44	45
Comuni Grandi	sopra 50.000 abitanti	13	13
Comuni Totali (*)		331	331

Caratteristiche territoriali	2018
Montagna	119
Pianura	202

(*) Il 1° gennaio 2018 dalla fusione di Caminata, Nibbiano e Pecorara (PC) è nato il Comune di Alta Val Tidone. I dati del 2017 sono stati ricalcolati per garantire la comparazione fra le due annualità considerate.

Il numero effettivo dei Comuni nel 2017 era 333.

Classe dimensionale	Descrizione	2017	2018
Comuni Micro	fino a 3.000 abitanti	141.724	140.691
Comuni Piccoli	da 3.000 a 5.000 abitanti	223.282	222.336
Comuni Medi	da 5.000 a 15.000 abitanti	1.191.761	1.177.503
Comuni Medio-Grandi	da 15.000 a 50.000 abitanti	1.001.685	1.017.992
Comuni Grandi	sopra 50.000 abitanti	1.898.866	1.903.090
Popolazione complessiva		4.457.318	4.461.612

Caratteristiche territoriali	2017	2018
Montagna	462.515	461.777
Pianura	3.994.803	3.999.835

METODOLOGIA

- L'indagine sulla presenza della PA locale dell'Emilia-Romagna nei principali Social Network (Facebook, Twitter e Youtube) è condotta per 331 Comuni, 43 Unioni e la Regione. Solo per Facebook la rilevazione è stata estesa anche alle 16 ASL, 9 Province, 4 Aziende di trasporto Locale e 437 Biblioteche comunali. La rilevazione è stata condotta sia direttamente sui social tramite molteplici «chiavi di interrogazione» che attraverso Google.
- Per **Facebook** sono stati rilevati gli **Account generali** (relativi a tutte le attività dell'Ente) e gli **Account settoriali** (biblioteche, turismo, informagiovani, eventi culturali, servizi sociali, ecc.), distinguendo gli **account attivi** dagli **account «dormienti»**, cioè quegli account che non presentano post nei due mesi precedenti la rilevazione.
- Per **Twitter** sono stati rilevati: anno di apertura; numero dei *tweet*; numero di *follower*; e la data dell'ultimo *tweet*.
- Per **Youtube** sono stati rilevati: anno di apertura del canale; numero degli iscritti; numero di visualizzazioni complessive; data dell'ultimo video caricato; contenuto dei video (sono state individuate quattro macro categorie: eventi e turismo; cultura: musei, mostre, biblioteche; comunicazione istituzionale: notizie dall'ente e/o dai suoi amministratori; sedute del Consiglio comunale).
- Per gli **Altri social** (Flickr, Pinterest, Instagram, Google+, Whatsapp, Telegram) è stata rilevata, nella home page dei siti web dei Comuni, la presenza delle icone dei noti social network o la segnalazione tra le news dell'attivazione dei servizi Telegram e Whatsapp.

Note: Gli Account FB esplicitamente indicati come intercomunali nella sezione «informazioni» sono stati replicati per tutti i Comuni al fine di avere un quadro esaustivo della copertura effettiva degli Enti. Allo stesso modo, per le biblioteche decentrate, è stata replicata l'informazione di presenza dell'account FB laddove esso è esplicitamente indicato.

METODOLOGIA

Per gli Account Generali dei Comuni su Facebook si è proceduto anche all'approfondimento dei seguenti aspetti:

- **numero dei fan, amici o membri del gruppo** a seconda della tipologia di account rilevato (rispettivamente: Pagina, Profilo, Gruppo).
- presenza o meno di post o di **commenti frequenti di terzi** nel mese anteriore alla data di rilevazione.
- presenza o meno di **risposte sistematiche e non sporadiche** da parte dell'**amministratore** dell'account, nel mese anteriore alla data di rilevazione.
- **frequenza di aggiornamento della bacheca** nel mese precedente la rilevazione (*mensile*: almeno una volta al mese; *settimanale*: almeno una volta alla settimana; *quotidiana*: almeno una volta al giorno).
- **identificabilità dell'account** (scarsa: solo indirizzo web; sufficiente: oltre al sito web anche indirizzo fisico dell'ente; buona: quasi tutte le info richieste; ottima: tutte le info richieste).

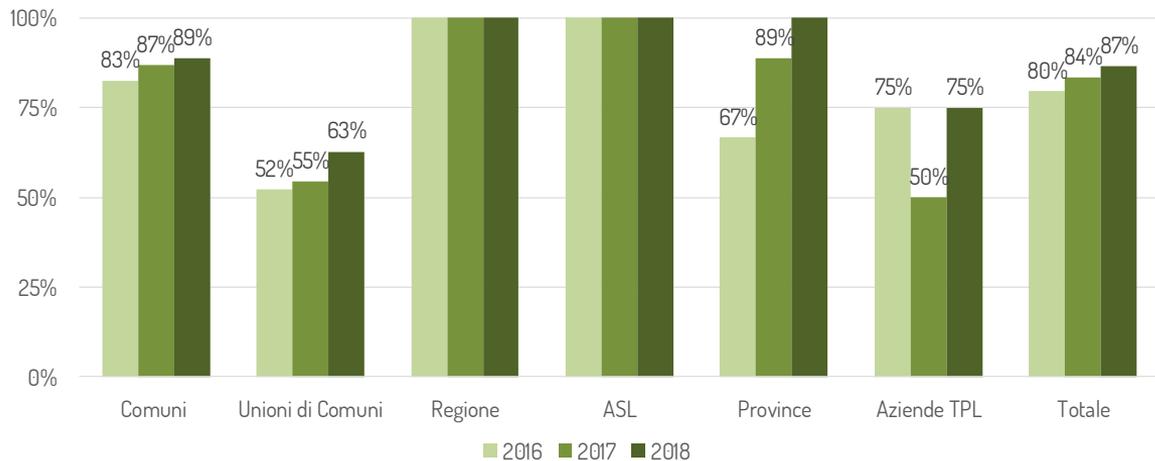
I confronti in serie storica fanno riferimento all'universo specifico rilevato nell'anno. Fanno eccezione i grafici relativi alla presenza di almeno un account/canale e relativo indice di social networking per i quali è stata effettuata la normalizzazione tra le varie annualità, come indicato in tabella.

Classe dimensionale	Descrizione	2016	2017	2018
Comuni micro	fino a 3.000 abitanti	81	82	82
Comuni piccoli	da 3.000 a 5.000 abitanti	57	56	56
Comuni medi	da 5.000 a 15.000 abitanti	137	136	135
Comuni medio-grandi	da 15.000 a 50.000 abitanti	43	44	45
Comuni grandi	sopra 50.000 abitanti	13	13	13
Totale (*)		331	331	331

(*) Il numero dei Comuni era 334 nel 2016 e 333 nel 2017.

La presenza su FACEBOOK

% di presenza FB per tipologia di ente- confronto 2016-2018



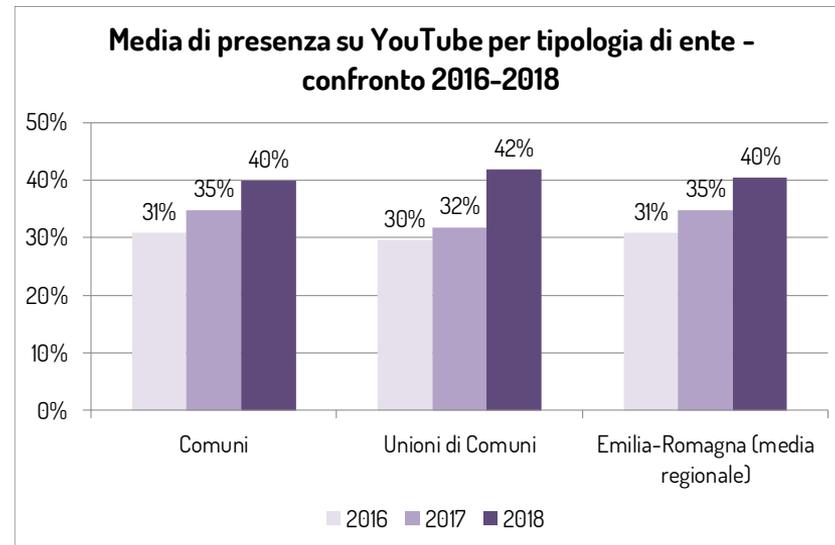
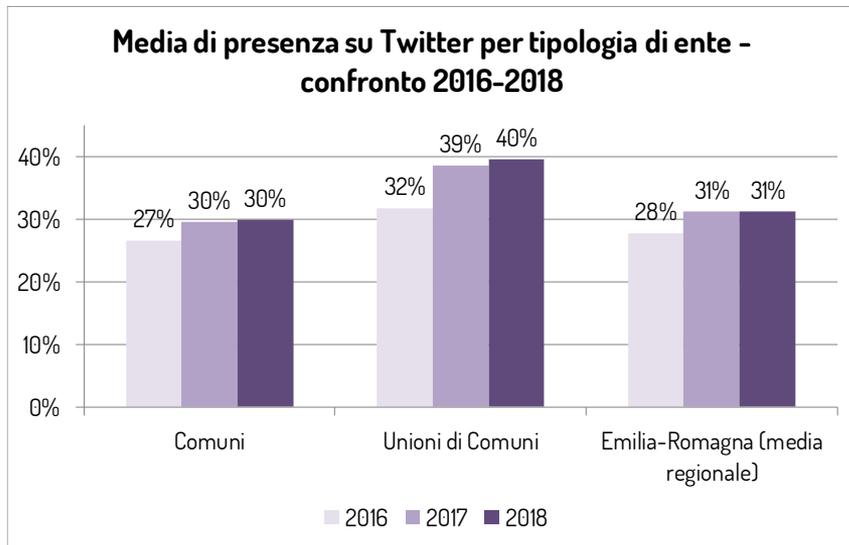
Nel 2018 sono stati rilevati **971 account Facebook**, con un incremento (+12pp) rispetto al 2017. Si percepisce peraltro un primo segnale di saturazione con una media regionale che vede ormai **87% degli enti presenti su Facebook** (d'ora in poi FB).

Si tratta per gran parte di account comunali (852 sui 971), tanto che ben **l'89% (pari a 294) Comuni emiliano-romagnoli ha almeno un proprio account FB**.

Molto positivo è il dato di crescita (+8pp) relativo alle 43 **Unioni** che attesta così la presenza del **63%** di tali enti su FB.

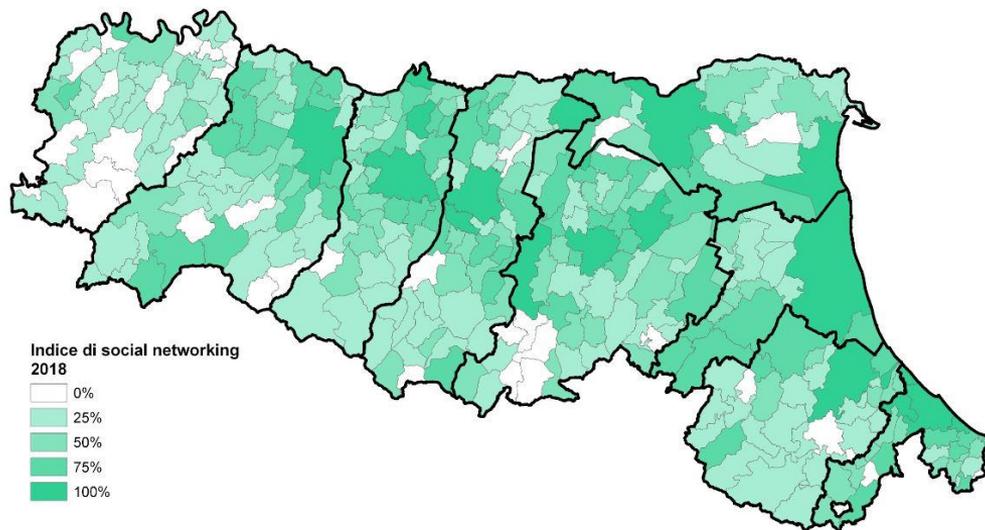
Per le 16 ASL e per le 9 Province si evidenzia l'ottima copertura. Delle 4 Aziende di TPL, solo l'azienda dei trasporti pubblici di Parma e provincia, TEP, non è presente su FB con un proprio account.

La presenza su TWITTER e YOUTUBE



Nel 2018 **cresce la presenza su Youtube: con 192 canali la copertura media regionale sale infatti al 40% (+5pp)**. In particolare si rileva una crescita della **presenza delle Unioni di Comuni (+10pp)**, con una spinta verso l'apertura di nuovi canali tra fine 2017 ed inizio 2018. Il canale più «giovane», aperto ad inizio dicembre 2018, è del Nuovo Circondario Imolese. Stabile invece la presenza su **Twitter che con 166 account vede invariata la copertura media regionale, ferma al 31%**.

Indice di social networking: la presenza dei Comuni sui social



L'Indice di social networking misura la presenza simultanea su più social network dei Comuni emiliano-romagnoli: Facebook, Twitter, Youtube e Altri social (Flickr, Pinterest, Instagram, Google+, Whatsapp, Telegram). Nel 2018 la media regionale raggiunge il 43% (+2pp)

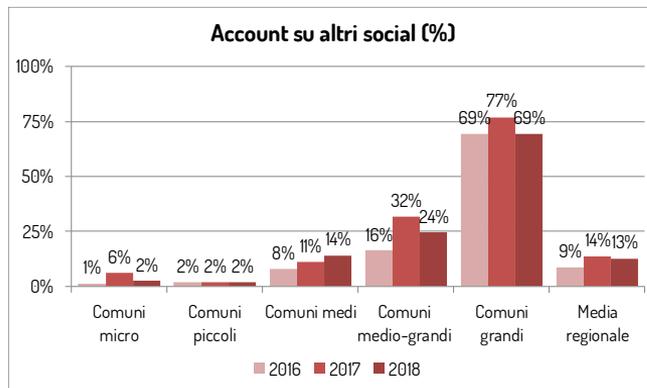
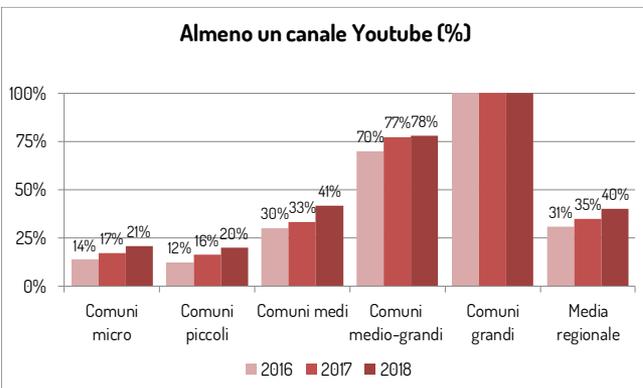
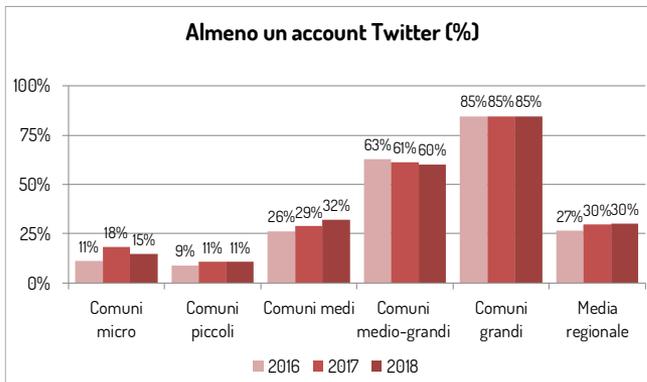
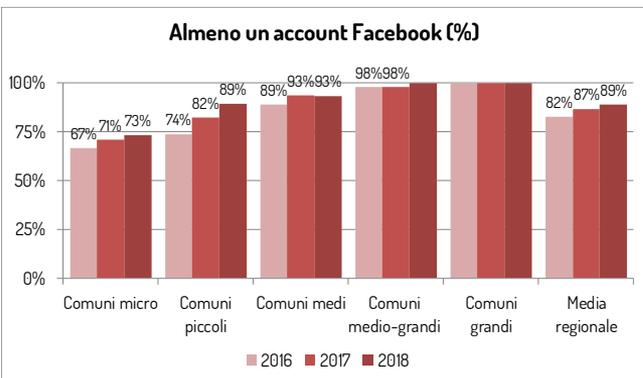
Soddisfano il 100% essendo presenti su FB, Twitter, Youtube e anche su altri social **20 Comuni (-2pp)**.

Tra di essi ci sono **8 Comuni Capoluogo** che nel complesso raggiungono la media di presenza del **93% (+3pp)**.

Seppure in calo (-3pp), la **maggioranza dei Comuni, pari al 40% (133) è ancora presente su uno solo dei social**; risulta però in calo anche il numero di Comuni non presente su alcun social: si tratta di 36 Comuni (11%; -1pp) in gran parte micro e piccoli. Cresce invece la presenza (+3pp) di Comuni su 2 o 3 social network.

FB si conferma il social network più diffuso: sono 294 i Comuni che hanno almeno un account su questo social e di questi, 132 Comuni hanno solo l'account FB.

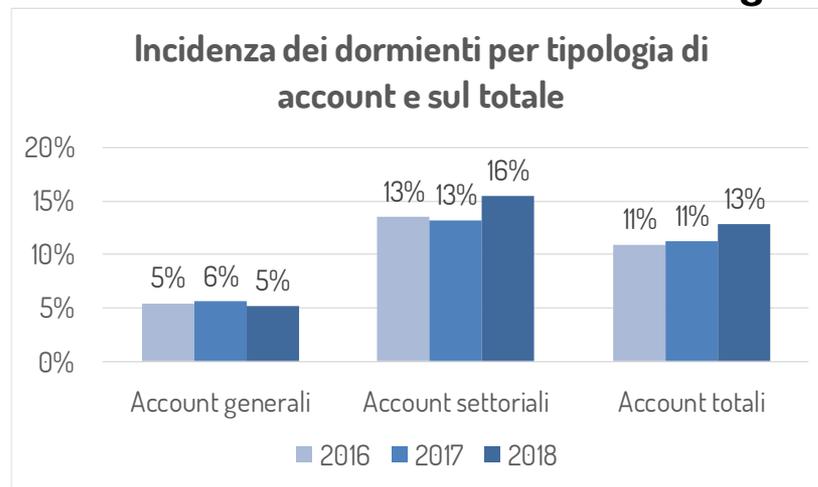
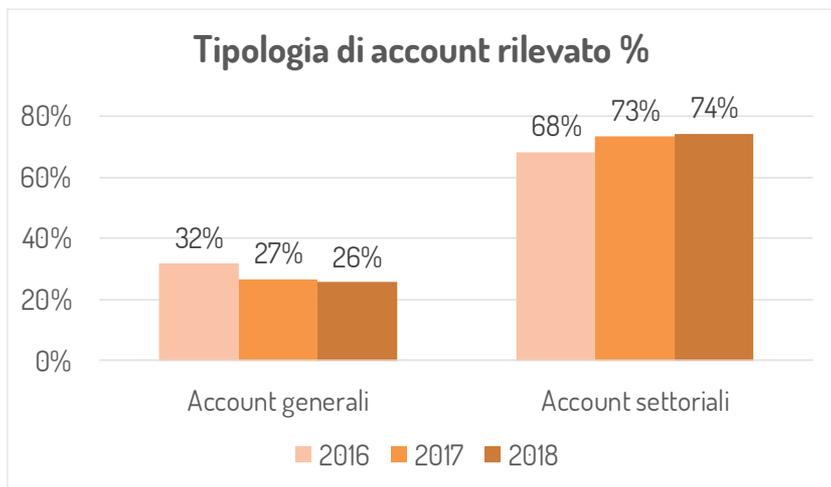
Indice di social networking: focus per classi dimensionali dei Comuni



L'analisi di dettaglio del dato sintetico di social networking per classe dimensionale dei Comuni, mostra per **Facebook** un **buon grado di omogeneità tra le varie classi dimensionali**: infatti anche per i Comuni micro si registra la presenza di un account FB per oltre il 70% di essi, mentre la media di presenza dei Comuni piccoli è ormai pari a quella regionale, avendo raggiunto l'89% (+7pp).

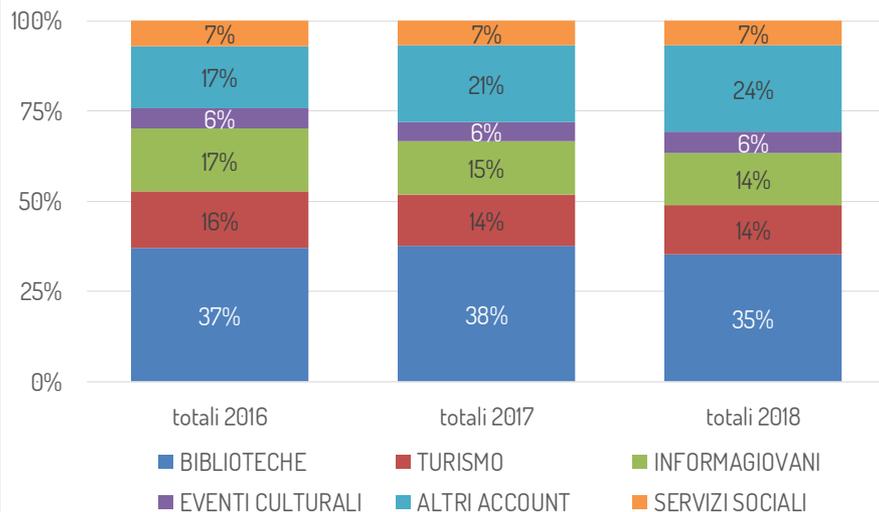
Per **Twitter, Youtube e gli altri social network**, la **classe dimensionale** è invece ancora un **fattore determinante**: solo i Comuni di maggiori dimensioni mostrano tuttora di avere una presenza importante.

Come le PA usano Facebook - Account settoriali e generali



La rilevazione distingue tra **Account generali (249)** ed **Account settoriali (722)** ovvero di specifici settori degli enti analizzati. La distribuzione tra le due macro tipologie si mantiene sostanzialmente invariata nel tempo, con una netta prevalenza degli account settoriali che rappresentano oltre i due terzi degli account. La lettura di questo dato non sorprende in quanto l'ente ha solitamente un solo account generale, mentre può avere anche molti account settoriali. La Regione Emilia-Romagna, ad esempio, oltre all'account generale «Regione Emilia-Romagna» conta ben 20 account settoriali (tra ambiente, sanità, sociale, turismo, digitale, cultura, giovani, ecc.). Si tratta per **gran parte di account attivi**, soprattutto per quanto riguarda gli account generali: solo il 5% di essi è risultato non attivo nei 2 mesi precedenti la rilevazione. Cresce invece (+3pp) il numero degli account settoriali «dormienti».

Distribuzione % per tipologia di Account settoriale



Da un'analisi più approfondita degli account settoriali, risulta che oltre il 60% si concentra in tre tipologie:

- **Biblioteche comunali**
- **Informagiovani**
- **Turismo**

Come le PA usano Facebook – Account settoriali

Servizi sociali e eventi culturali sono gli account settoriali meno diffusi ma sostanzialmente stabili. **In crescita** la categoria **Altri Account** (+3pp) dove confluiscono tutte quelle pagine non catalogabili nelle altre categorie esistenti e che vedono la prevalenza di pagine dedicate alle *Consulte territoriali* di varia natura, pagine della *Polizia Municipale* anche e soprattutto a livello associato, pagine collegate ai *Progetti di partecipazione* attivati dagli enti. **Le pagine più attive sono quelle delle Biblioteche e del Turismo**, mentre sono soprattutto le pagine degli Altri account a mostrare un indice di vitalità minore, dopo l'avvio iniziale (quasi il 30% di esse è infatti risultato «dormiente») soprattutto quelle legate ai progetti di partecipazione (che hanno una durata definita, salvo rare eccezioni).

Risultano invece sempre **molto attive e frequentate le pagine della Polizia Municipale**.

Come le PA usano Facebook – Account settoriali

Data la loro rilevanza come «centri di competenza digitale» l'analisi è stata condotta su tutte le 437 **biblioteche comunali** esistenti sul territorio regionale. Questo ha avuto come effetto il forte impatto delle biblioteche nella distribuzione percentuale per tipologia settoriale; infatti con **255 account** (pari al **35%** del totale account settoriali) le biblioteche si pongono al **primo posto per numero di account** rilevati. Si tratta di **pagine molto attive (92% dei casi)**, seguite da **259.267 fan**.

Con **104 account (14%)**, la presenza su FB di **account dedicati ai giovani** (Informagiovani, Centri di aggregazione giovanile, Spazio giovani, ecc.) è **la seconda categoria in ordine di grandezza** tra i settoriali analizzati, sebbene in calo (-3pp) rispetto al 2016; sono però anche le pagine meno attive, con il 22% «dormienti» (+9pp rispetto al 2016). Non mancano le **buone pratiche**, come per esempio il caso dell'**AUSL di Parma**, unica AUSL che si presenta su FB con un account generale e tre settoriali di cui **due dedicati ai giovani**: «Mondo Teen Ausl Di Parma» (a sostegno dei ragazzi con problemi legati all'alcool) e «Spazio Giovani Parma» (consultorio rivolto ai ragazzi 14 ai 20 che offre consulenze ostetrico-ginecologiche, andrologiche, psicologiche e nutrizionali gratuite).

I **99 account (14%)** dedicati al **turismo** pongono questo ambito settoriale al terzo posto. Sono risultate essere le pagine settoriali **più attive (94%)**; gestite dagli Uffici di Informazione Turistica, sono pagine molto legate al territorio ed ai suoi eventi, ricche di informazioni, con un alto grado di interazione da parte degli utenti.

Come i Comuni usano Facebook - Account generali

La diffusione dei nuovi strumenti: web, social network, chat, hanno di fatto rivoluzionato il mondo della comunicazione non solo privata ma anche pubblica.

Il tema della «nuova comunicazione» è divenuto perciò centrale negli ultimi anni tanto che nel novembre 2015 è nata **l'Associazione nazionale #PA Social** dal team di comunicatori e social media manager del Governo (Presidenza del Consiglio, tutti i Ministeri, varie istituzioni nazionali) con l'obiettivo di rendere la comunicazione pubblica sempre più efficace, anche attraverso azioni formative di supporto alla crescita delle competenze della PA per un corretto utilizzo dei social network. Essa si occupa di divulgazione, formazione, pubblicazioni, ricerche ed è ormai divenuta una vera e propria rete territoriale, con presidi in molte regioni italiane, tra cui **l'Emilia-Romagna, entrata a far parte del coordinamento #PA Social nel dicembre 2017.**

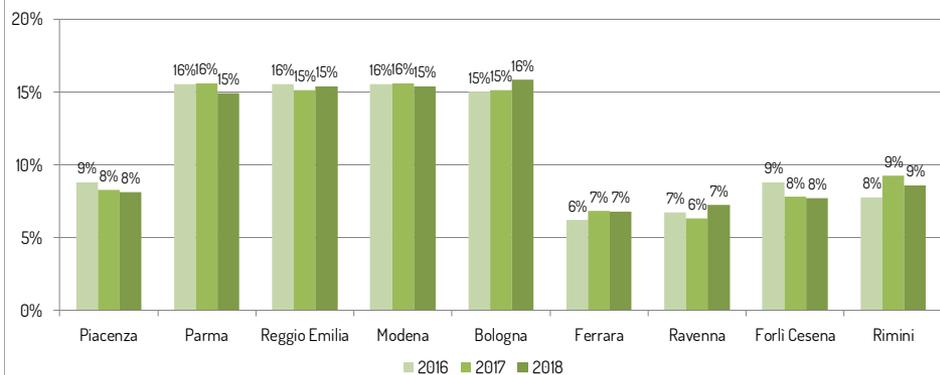
Dal canto suo la Regione Emilia-Romagna conduce, già dal 2012, **l'analisi di presenza sui principali social network da parte della PA emiliano-romagnola**, seguendone nel tempo gli sviluppi sia in termini di **diffusione territoriale che di approccio all'utilizzo.**

In questa sezione del rapporto si presenta un approfondimento qualitativo sull'uso degli Account generali dei Comuni che ne rappresentano il «biglietto da visita» ufficiale con cui essi si presentano su FB.

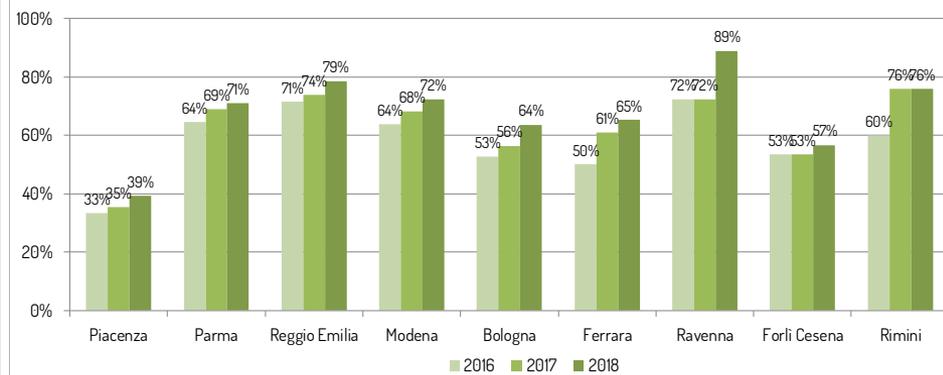
Si precisa che la rilevazione è stata condotta a metà novembre 2018 e pertanto i dati sono aggiornati a tale periodo.

Come i Comuni usano Facebook - Account generali

Distribuzione % degli Account generali per ambito provinciale (confronto 2016-2018)



% di Comuni con almeno un Account generale per ambito provinciale (confronto 2016-2018)



Sono **221 gli account generali** rilevati nel 2018, con una media regionale di presenza pari al **66% (+5pp)**. Il **95%** di tali account sono risultati **attivi** al momento della rilevazione. Essi sono **seguiti da oltre 806 mila fan/amici (+30pp)**. Mediamente ogni pagina è seguita da 3.650 fan/amici con un *range* però molto ampio: si passa infatti dai 34 fan della pagina del Comune di Jolanda di Savoia agli oltre 85 mila fan della pagina del Comune di Bologna. Lo «zoccolo duro» rimane concentrato nelle **4 province: Parma, Reggio Emilia, Modena e Bologna** che da sole accentrano oltre il **60% degli account**. Ma è la provincia di **Ravenna che con l'89% ha una presenza media su FB ben superiore a quella regionale (+23pp)**. Seguono le province di Reggio Emilia e Rimini, Modena e Parma.

Come i Comuni usano Facebook - Account generali

Nick name pagina FB	Fan 2016	Fan 2017	Fan 2018
Comune di Bologna Iperbole Rete Civica	35.424	50.959	85.303
Città di Modena	40.110	49.856	56.364
Comune di Rimini	36.057	41.802	48.452
Città di Riccione	22.340	29.762	41.791
Comune di Reggio nell'Emilia	26.989	31.066	33.543
Città di Ferrara	18.258	19.301	22.517
Comune di Cesena	15.459	16.502	18.624
Città di Parma	8.723	11.257	16.158
Comune di Comacchio	7.366	10.367	13.256
Comune di Ravenna*	6.693	9.722	13.243

La «top ten» degli account per numerosità dei fan 2018 mostra una sostanziale stabilità nel tempo degli account più popolari nel triennio analizzato.

L'unica «new entry» è la pagina del **Comune di Ravenna*** che con un **incremento di 36pp** rispetto al 2017, entra a far parte anch'essa della top ten.

Tra i Comuni capoluogo rimangono ancora fuori da questa classifica Forlì (13° posto) e Piacenza che è presente su FB ma solo con account settoriali.

L'account del **Comune di Bologna** si riconferma ancora una volta come la pagina più seguita, con oltre 85 mila fan ed un **incremento rispetto al 2017 davvero notevole (+67pp)**

In forte crescita anche la **Città di Parma** (+44pp) e la **Città di Riccione** (+40pp).

Con quasi 350 mila fan, le 10 pagine più seguite concentrano il 43% sul totale dei fan dei 221 Account generali analizzati.

Come i Comuni usano Facebook - Account generali

L'analisi qualitativa degli Account generali mostra una PA emiliano-romagnola al passo coi tempi: identificabilità degli account istituzionali, frequenza di aggiornamento della bacheca e interazione con gli utenti sono molto cresciuti negli ultimi anni.

- **L'80% degli account generali ha una identificabilità buona se non ottima** e quindi ci sono tutte le informazioni necessarie alla loro facile individuazione come pagine ufficiali e parallelamente ciò rende più facile individuare le pagine «fake», ovvero non ufficiali
- **Il 45% delle bacheche viene aggiornato con una frequenza quotidiana o più che quotidiana e l'80% almeno una volta alla settimana.** Aprire una pagina FB e non tenerla aggiornata in maniera costante può risultare controproducente, tenuto conto delle finalità insite di questo strumento di comunicazione e delle enormi potenzialità che la copertura e la velocità di diffusione delle notizie tramite social network possono raggiungere. Questo indicatore, quindi, funge da vero e proprio **indice di vitalità degli account**
- Seppure in crescita rispetto allo scorso anno, l'indicatore che misura il grado di interazione tra PA e cittadini su FB, mostra ancora un livello piuttosto contenuto e che ha pertanto ampi margini di miglioramento: sebbene gli account risultano ben frequentati, con **oltre il 60% (+6pp) che presenta commenti ai post, solo in un quarto dei casi circa (il 24%; +4pp)** l'amministratore dell'account risponde sistematicamente ai commenti dei cittadini. Da qui si può dedurre che i Comuni continuano ad utilizzare FB per veicolare in maniera rapida e «virale» le informazioni, più che per allargare i propri canali di comunicazione con la cittadinanza: questa caratteristica richiede infatti la presenza, all'interno dell'amministrazione comunale, di uno staff o di risorse umane specificamente dedicate all'attività di comunicazione social, che si riscontra però solo in pochi casi isolati.

Identificabilità degli account		
ottima	134	61%
buona	45	20%
sufficiente	22	10%
scarsa	20	9%
totali	221	100%

Frequenza dell'aggiornamento		
settimanale	79	36%
quotidiana	99	45%
mensile	33	15%
dormiente	10	5%
totali	221	100%

Presenza di commenti		
presenza commenti	135	61%
assenza commenti	86	39%
totali	221	100%

Presenza di risposte		
presenza risposte	53	24%
assenza risposte	168	76%
totali	221	100%

Come i Comuni usano Facebook - Account generali: le best practice

Best Practice	2016	2017	2018
% best practice sul totale account rilevati	20%	15%	18%
% fan best practice sul totale fan/amici	51%	51%	51%
numero complessivo di fan/amici	495.810	618.683	806.941
numero fan best practice	254.685	316.709	412.938

Vengono considerate **«best practice»** le pagine FB che presentano contemporaneamente:

- una **frequenza quotidiana o più che quotidiana** di aggiornamento della home da parte dell'amministratore della pagina
- la **presenza di commenti frequenti da parte di terzi**
- la presenza **non saltuaria di risposte da parte dell'amministratore** della pagina.

L'indagine ha evidenziato che il **18% (pari a 40; +3pp)** degli account generali dei Comuni rilevati nel 2018 possono essere considerate delle **«best practice»**. Esse sono **seguite da oltre il 50% del totale dei fan/amici delle 221 pagine analizzate**. Quest'ultimo dato si mantiene fisso nel triennio, così come rimane costante anche un'altra caratteristica che vede la presenza di best practice soprattutto tra Comuni di medie e grandi dimensioni. Tra i Comuni di minori dimensioni infatti solo il Comune di Neviano degli Arduini (PR) seguito da 795 fan ed il Comune di Sarsina (FC) seguito da 1.379 fan, hanno i requisiti per rientrare **nell'elenco delle «best practice» 2018**.

Come i Comuni usano Facebook - Account generali: le best practice

Un altro elemento di continuità è dato dalla presenza di uno **«zoccolo duro»** dato da ben **18 best practice 2018 (pari al 45%)** che lo erano anche nel 2017 e nel 2016.

Tra di esse vi sono **cinque Comuni capoluogo**: Reggio nell'Emilia, Modena, Bologna, Ravenna e Rimini. Ma si segnala la presenza anche di due Comuni di medie dimensioni: **San Pietro in Casale (BO)** e **Rubiera (RE)**.



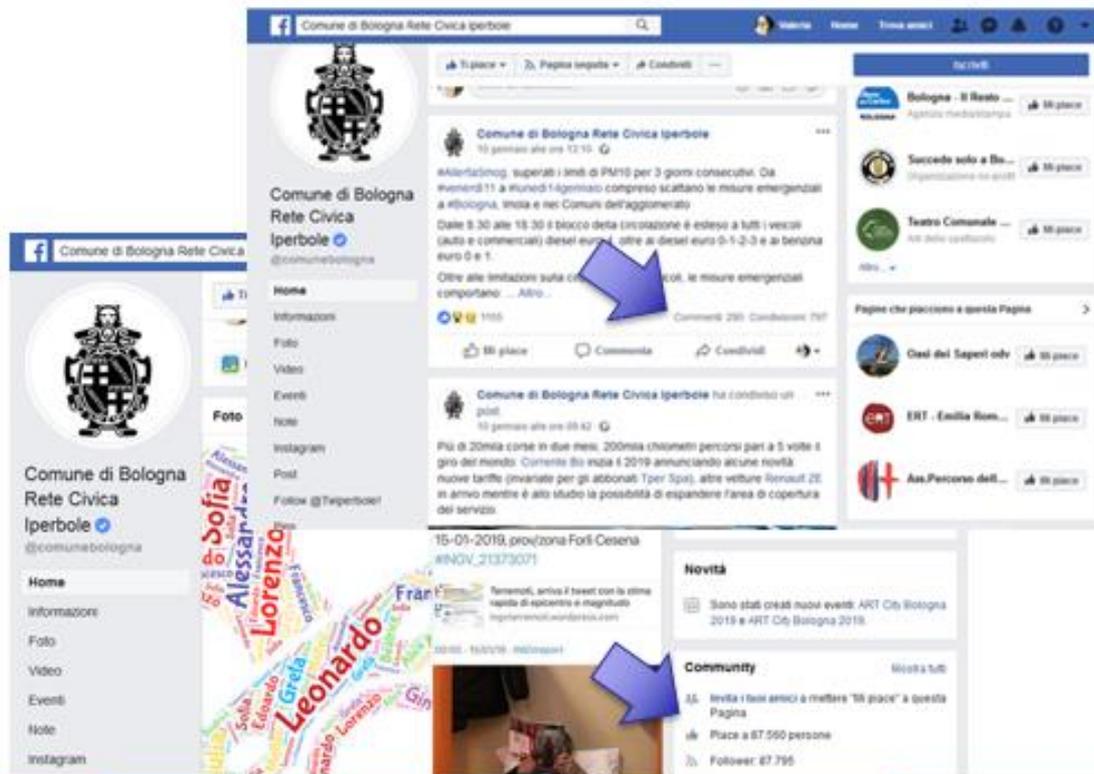
Come i Comuni usano Facebook - Account generali: le best practice

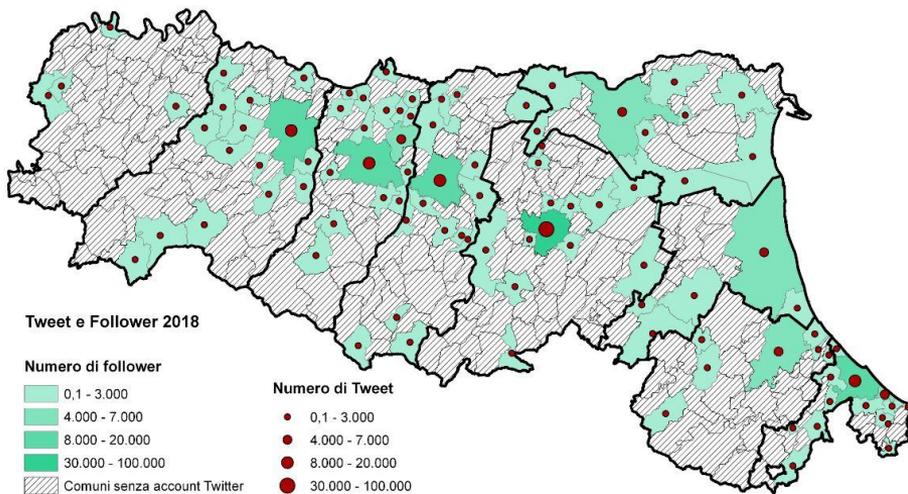
Con oltre 87 mila* fan (+70pp) è l'account del **Comune di Bologna** la pagina FB più seguita tra i Comuni emiliano-romagnoli anche nel 2018.

La sua home è sempre ricca di notizie, eventi, post informativi (su vari servizi comunali: trasporti, lavori stradali, sicurezza, ecc.) pubblicati con una frequenza più che quotidiana e con la presenza assidua di risposte da parte dell'amministratore della pagina.

Oltre all'account generale il Comune di Bologna gestisce numerosi account settoriali, tra cui Bologna Welcome (con 49mila fan), Flash Giovani (con quasi 7 mila fan), Politiche sociali e salute (uno degli ultimi nati, con 1.240 fan) ed altre pagine ancora, caratterizzate per la gran parte dalla stesso stile dinamico e social dell'account generale.

*dati gennaio 2019





L'uso di Twitter - Tweet e Follower

Account twitter degli enti in Emilia-Romagna per numero di follower	2016		2017		2018	
	numero account	%	numero account	%	numero account	%
minore di 1000 follower	102	72%	122	74%	115	69%
tra 1001 e 5000 follower	28	20%	28	17%	37	22%
oltre i 5001 follower	11	8%	15	9%	14	8%
Totali	141	100%	165	100%	166	100%

Account twitter degli enti in Emilia-Romagna per numero di tweet	2016		2017		2018	
	numero account	%	numero account	%	numero account	%
minore di 1000 tweet	76	54%	75	45%	63	38%
tra 1001 e 5000 tweet	46	33%	65	39%	78	47%
oltre i 5001 tweet	19	13%	25	15%	25	15%
Totali	141	100%	165	100%	166	100%

- La rilevazione 2018 sulla presenza su Twitter mostra una fase di stallo rispetto allo scorso anno: restano infatti praticamente invariati sia il numero di account pari a **166**, che i **117 enti** presenti, mentre crescono seppur in maniera più contenuta rispetto al passato il numero di follower e tweet: sono circa **470 mila i follower (+8pp)**, e circa **670 mila i tweet (+19pp)**.
- Benché gli account Twitter siano ancora caratterizzati da «**piccole dimensioni**», si registrano dei costanti segnali di **crescita**, dal momento che diminuiscono gli account di minore dimensione: il 69% (-5pp) è seguito da meno di 1.000 follower ed il 38% (-7pp) ha un numero di tweet inferiore a 1.000.
- Ben **il 76% dei 166 account sono risultati attivi** al momento della rilevazione con tweet risalenti a meno di 2 mesi antecedenti la rilevazione, avvenuta a fine novembre 2018

L'uso di Twitter – Top ten per numero di Follower

Ente	Nick name account	nr. Follower	nr. Tweet
Regione Emilia-Romagna	RegioneEmiliaRomagna@RegioneER	98.300	19.700
Bologna	Comune di Bologna@Twiperbole	72.200	67.200
Regione Emilia-Romagna	TurismoEmiliaRomagna@turismoER	68.700	68.800
Regione Emilia-Romagna	EmiliaRomagnaTourism@ERTourism	15.500	27.500
Bologna	Bologna Welcome@BolognaWelcome	14.500	14.400
Modena	Città di Modena@cittadimodena	13.600	20.500
Bologna	Biblioteca Salaborsa@BiblioSalaborsa	13.400	15.700
Rimini	Comune di Rimini@comunerimini	13.100	10.400
Bologna	Fondazione Innovazione Urbana@FondazioneIU	11.800	7.657
Reggio nell'Emilia	Comune Reggio Emilia@ComuneRE	9.694	13.500
		330.794	265.357

La **Top ten degli account Twitter per numero di follower** vede una massiccia presenza della **Regione Emilia-Romagna con tre account** che concentrano da soli quasi il **40%** del totale follower e del **Comune di Bologna** i cui 4 account ne riuniscono quasi un quarto (24%).

Complessivamente i primi **10 account sono seguiti da oltre il 70%** di tutti i quasi 470 mila **follower** e i loro tweet rappresentano quasi **il 40% di tutti i cinguettii** dei 166 account.

L'uso di Twitter – Comuni Capoluogo

Ente Capoluogo	Nick name account	nr. Follower	nr. Tweet
Bologna	Comune di Bologna@Twiperbole	72.200	67.200
Modena	Città di Modena@cittadimodena	13.600	20.500
Rimini	Comune di Rimini@comunerimini	13.100	10.400
Reggio nell'Emilia	Comune Reggio Emilia@ComuneRE	9.694	13.500
Parma	Città di Parma@ComuneParma	7.534	20.700
Ferrara	Comune di Ferrara@ComuneDiFerrara	5.873	4.084
Cesena	Comune di Cesena@comunedicesena	4.249	4.780
Ravenna	Comune di Ravenna@Comunediravenna	2.515	1.944
		128.765	143.108

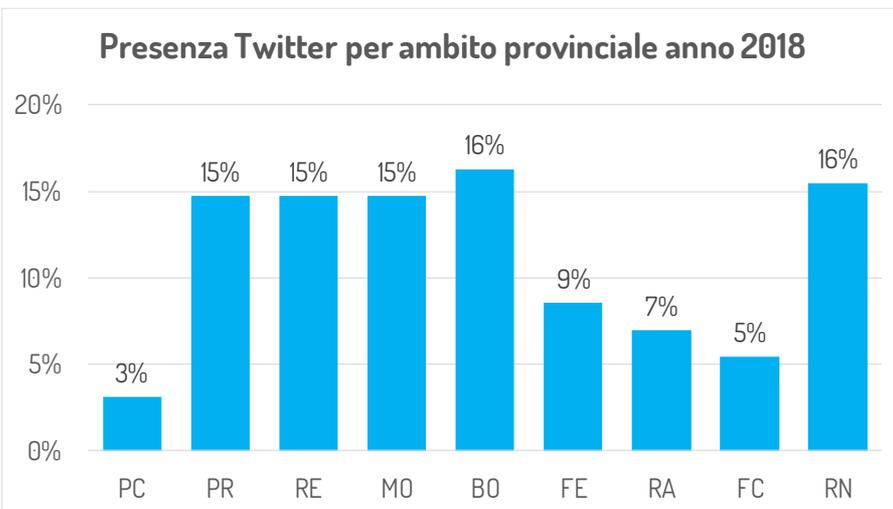
Gli account dei Comuni Capoluogo, con **oltre 128 mila follower concentrano quasi un terzo (27%)** del totale ed i loro **tweet oltre un quinto (21%)**.

È il **Comune di Bologna, con i suoi 72 mila follower, l'account cittadino più seguito.**

Non risultano ancora presenti su Twitter Forlì e Piacenza.

L'uso di Twitter - Comuni

Presenza Twitter per ambito provinciale anno 2018



L'analisi dei **129 account relativi ai solo enti comunali** vede una distribuzione tra ambiti provinciali spaccata a metà. Da un lato Bologna e Rimini seguiti a stretto giro da Parma, Reggio nell'Emilia e Modena concentrano il 76% del totale account. Dall'altra parte Ferrara, Ravenna, Forlì- Cesena, con in coda Piacenza raccolgono il restante 24%. L'account più «giovane» rilevato nel 2018 è quello del Comune di Morciano di Romagna (RN) aperto ad ottobre. **Mentre l'account più longevo è quello del Comune di Rimini** aperto nel novembre del 2007, tutt'ora molto attivo, tanto da rientrare nella top ten come si è visto.

L'uso di Youtube - Tipologia di canali e iscritti

Tipologia di canale	n. canali 2016	n.canali 2017	n. canali 2018	% canali 2016	% canali 2017	% canali 2018
canale generalista	116	135	164	83%	84%	85%
sedute consiliari	24	26	28	17%	16%	15%
totale	140	161	192	100%	100%	100%

Tipologia di canale	n. iscritti 2016	n. iscritti 2017	n. iscritti 2018	% iscritti 2016	% iscritti 2017	% iscritti 2018
canale generalista	9.609	12.248	19.650	97%	96%	97%
sedute consiliari	312	465	712	3%	4%	3%
totale	9.921	12.713	20.362	100%	100%	100%

Nel 2018 sono stati rilevati **192 canali Youtube (+19pp)**, relativi a **151 enti emiliano-romagnoli (+15pp)**, seguiti complessivamente da oltre **20 mila utenti iscritti ai canali**, con un incremento considerevole **(+60pp)** rispetto allo scorso anno.

Ben **l'85% dei canali presenta contenuti molteplici**, mentre nel restante dei casi si tratta di canali riservati alle registrazioni video delle sedute del Consiglio Comunale seguiti da una fetta molto esigua di iscritti (712, pari al 3% del totale iscritti).

Gli enti utilizzano principalmente i propri canali Youtube come **strumento di «comunicazione istituzionale»** intesa sia come notizie fornite dall'ente (vere e proprie news in taluni casi) che come comunicati da parte dei suoi amministratori. All'interno di questo uso di carattere «istituzionale» si inserisce anche la pubblicazione, seppur in modo non esclusivo all'interno di canali «generalisti», delle sedute del Consiglio comunale, in crescita rispetto al passato. Molto frequente infine è l'uso di Youtube per pubblicizzare il proprio territorio attraverso video di carattere turistico.

Anno	Eventi/ Turismo	Cultura (musei, mostre, biblio)	Comunicazione istituzionale	(anche) Sedute del Consiglio comunale	(solo) Sedute del Consiglio comunale
2016	47	38	87	14	24
2017	56	43	101	19	26
2018	64	55	116	29	28

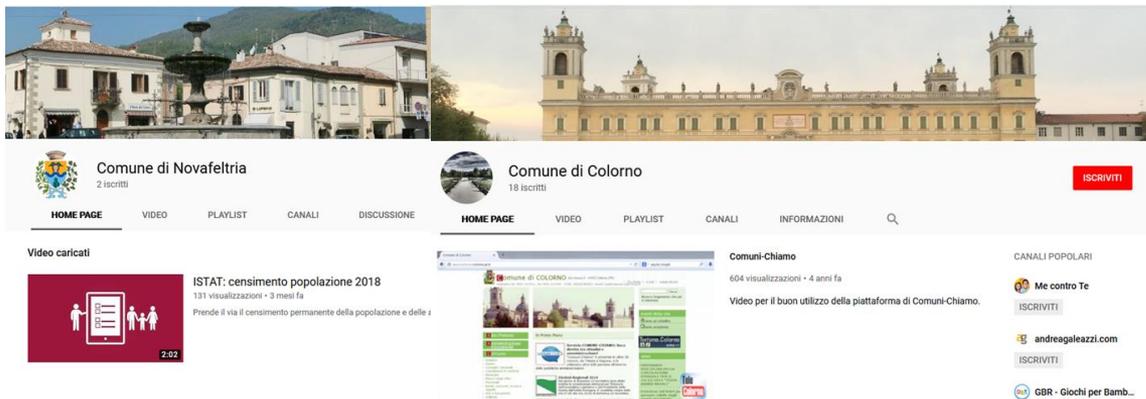
L'uso di Youtube - Tipologia di canali e iscritti

Range numero iscritti	n. canali 2016	n. canali 2017	n. canali 2018	% sul totale 2016	% sul totale 2017	% sul totale 2018
0	26	25	22	19%	16%	11%
1:100	94	112	136	67%	70%	71%
101:500	15	18	26	11%	11%	14%
501:1000	4	2	1	3%	1%	1%
>1000	1	4	7	1%	2%	4%
	140	161	192	100%	100%	100%

Pur se in lieve calo, i canali rilevati sono prevalentemente di piccole dimensioni: oltre **l'80% (-4pp) dei canali infatti è al di sotto i 100 iscritti**. Crescono seppur lievemente (+3pp) invece sia la fascia tra i 101 e i 500 iscritti che quella oltre i 1000 (+2pp).

Il **60% dei canali è risultato attivo nel 2018**, ovvero ha caricato almeno un video nell'anno di rilevazione.

Il canale più longevo aperto l'11 maggio 2007 e tuttora attivo, è quello del Comune di Colorno (PR) che dal 2015 viene usato esclusivamente per la pubblicazione delle sedute del Consiglio comunale. Il canale più giovane rilevato è quello del Comune di Novafeltria (RN), aperto il 3 ottobre 2018.



L'uso di Youtube – Top ten per numero di iscritti

Ente	Canale YouTube	nr. Iscritti 2018	nr. Visualizzazioni 2018	nr. Iscritti 2017	nr. Visualizzazioni 2017	var. % iscritti 2017-2018	var. % visualizzazioni 2017-2018
Bologna	Comune di Bologna Iperbole Rete Civica	2.127	636.384	373	128.344	470%	396%
Parma	Città di Parma	1.844	555.577	1.729	462.343	7%	20%
Regione Emilia-Romagna	Emilia Romagna Tourism	1.743	3.051.759	1.223	2.830.759	43%	8%
Bologna	Bologna Welcome	1.587	669.382	1.088	462.360	46%	45%
Modena	Città di Modena	1.532	862.119	1.160	579.904	32%	49%
Regione Emilia-Romagna	Regione Emilia-Romagna	1.159	1.166.853	757	785.270	53%	49%
Reggio nell'Emilia	comunedireggioemilia	1.053	551.741	612	428.862	72%	29%
Bologna	codecTV	543	468.983	375	342.811	45%	37%
Ravenna	Ufficio Turismo del Comune di Ravenna	500	284.803	278	110.311	80%	158%
Regione Emilia-Romagna	fesremiliaromagna	497	183.024	118	33.950	321%	439%
		12.585	8.430.625	7.713	6.164.914	63%	37%

La top ten per numero di iscritti ai canali Youtube evidenzia una crescita esponenziale del **canale del Comune di Bologna (+470pp)** che passa così dall'8° posto che ricopriva nel 2017 al primo nel 2018, con una aumento notevole anche del numero di visualizzazioni ai video (+396pp). Scende di un gradino, posizionandosi al secondo posto, il canale della Città di Parma per anni in un incontrastato ed «isolato» primo posto. Resta però il canale del turismo della Regione Emilia-Romagna quello con il numero maggiore di visualizzazioni, con oltre 3 milioni, seguito dal canale della Regione Emilia-Romagna che ne conta più di 1 milione. **Complessivamente i primi 10 canali concentrano il 62 % del totale degli iscritti, catalizzando il 66% delle visualizzazioni.**

L'uso di Youtube – Il caso del canale Youtube del Comune di Bologna

YouTube interface showing a video titled "Mi trovo in Piazza Maggiore la mattina presto per poter filmare senza essere disturbato" by Luis Sal. The video has 236,121 visualizzazioni. The channel is "Luis Sal racconta la Card Musei Metropolitanari" with 15,863 likes and 112 comments. A playlist of related videos is visible on the right, including "Card Musei Metropolitanari Bologna" and "Luis Sal e Card Musei Bologna - teaser".

Il vero e proprio boom che si è registrato nel 2018 da parte del canale Youtube del Comune, cresciuto sia rispetto al numero di iscritti **(+470pp)** che al numero di visualizzazioni ai video **(+396pp)**, è dovuto per gran parte alla scelta, da parte dell'amministrazione comunale, di aver chiamato il **giovane youtuber bolognese Luis Sal** (seguito da oltre 967 mila fan) come sponsor per promuovere la propria Card Musei Metropolitanari di Bologna, I suoi 4 video pubblicati a maggio 2018 hanno totalizzato **464.681 visualizzazioni, pari al 73%** del totale delle visualizzazioni del canale (.636.384)

L'uso di Youtube - Comuni Capoluogo

Ente Capoluogo	Canale YouTube	nr. iscritti	nr. visualizzazioni
Bologna	Comune di Bologna Iperbole Rete Civica	2.127	636.384
Parma	Città di Parma	1.844	555.577
Modena	Città di Modena	1.532	862.119
Reggio nell'Emilia	comunedireggioemilia	1.053	551.741
Ferrara	Comune di Ferrara	273	83.408
Forlì	Comune di Forlì	265	104.091
Cesena	Comune di Cesena	126	133.091
Ravenna	Comune Ravenna	119	18.763
Piacenza	Comunedipiaccenza	70	27.106
Rimini	Comune di Rimini	nd	125.477
		7.409	3.097.757

I Comuni capoluogo della regione Emilia-Romagna sono **tutti presenti su Youtube** con un proprio canale.

Vi sono iscritti oltre 7.400 utenti, pari a circa un terzo del totale (36%).

Con **oltre 3 milioni di visualizzazioni essi concentrano circa un quarto (24%)** delle visualizzazioni complessive.

Il canale del **Comune di Bologna, con oltre 2 mila iscritti è quello più seguito, ma è il canale del Comune di Modena quello più «visualizzato».**

L'uso di Youtube - Comuni

L'83% dei canali (pari a 160) sono attribuibili agli enti comunali e contano il **76%** (pari a 15.431) **degli iscritti totali**.

Se si guarda alla distribuzione territoriale per ambito provinciale si nota una concentrazione intorno al bolognese (24% pari a 38 canali rilevati). In particolare è il **Comune di Bologna con i suoi 4 canali** (Comune di Bologna Iperbole Rete Civica, Fondazione Innovazione Urbana, Bologna Welcome e codecTV, la web TV di Flashgiovani, network metropolitano del Comune di Bologna) **a raccogliere il 29% degli iscritti ai canali comunali** (percentuale che sale all'88% se si fa riferimento al solo bacino bolognese).

