



Benchmarking dell'innovazione nella PA Locale

Social PA in Emilia-Romagna: **Comuni**

Credits

La metodologia di realizzazione della rilevazione qui descritta è documentata nel documento **Benchmarking dell'innovazione nella PA Locale 2025 Social PA in Emilia-Romagna: Metodologia e Highlights**

Il presente documento è stato realizzato da ART-ER s.cons.p.a. in base al **Programma Annuale di Attività – PAR 2025, scheda progetto G1, Linea B**

Coordinamento di progetto: Silvia Ringolfi, Funzione Programmazione strategica e Studi

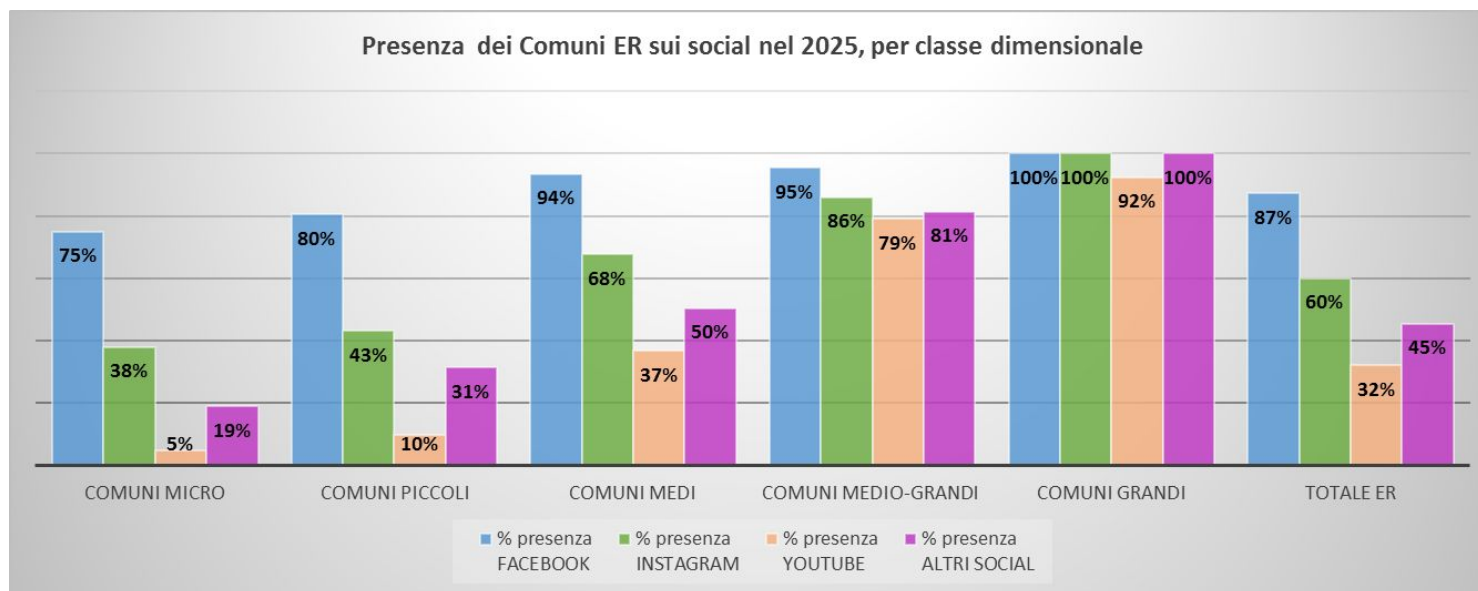
Gruppo di lavoro: Valeria Dusmet (rilevazione, analisi e valutazione)

Referente regionale di progetto: Barbara Santi, Regione Emilia-Romagna, Coordinamento ADER



La presenza dei Comuni emiliano-romagnoli sui social network/1

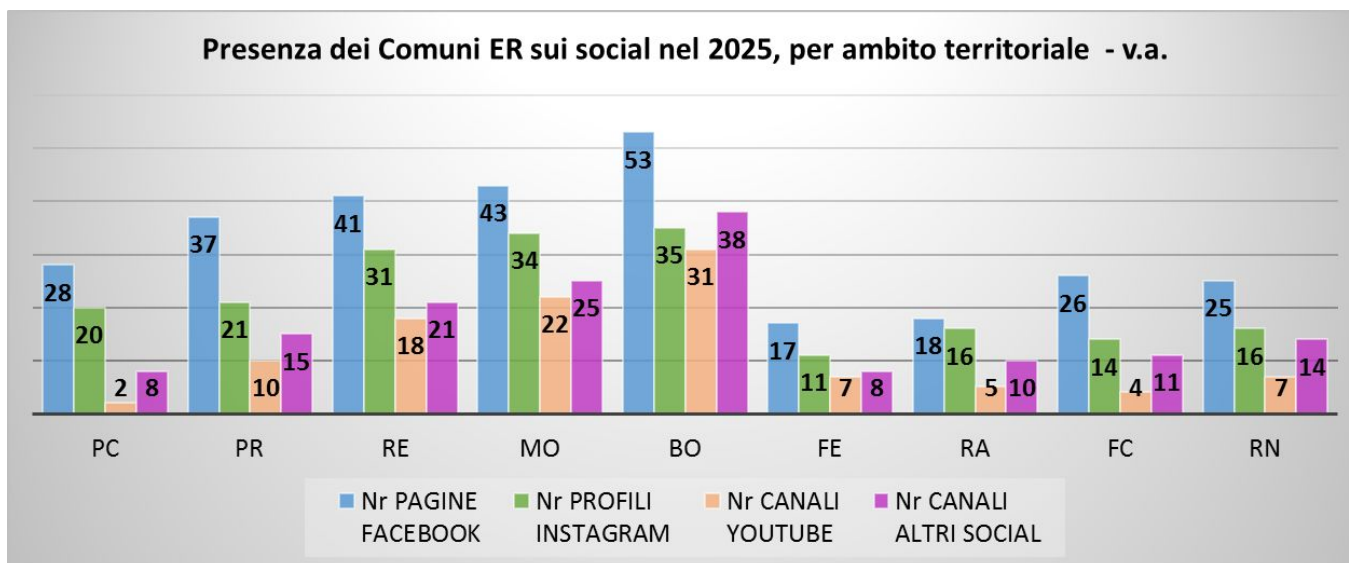
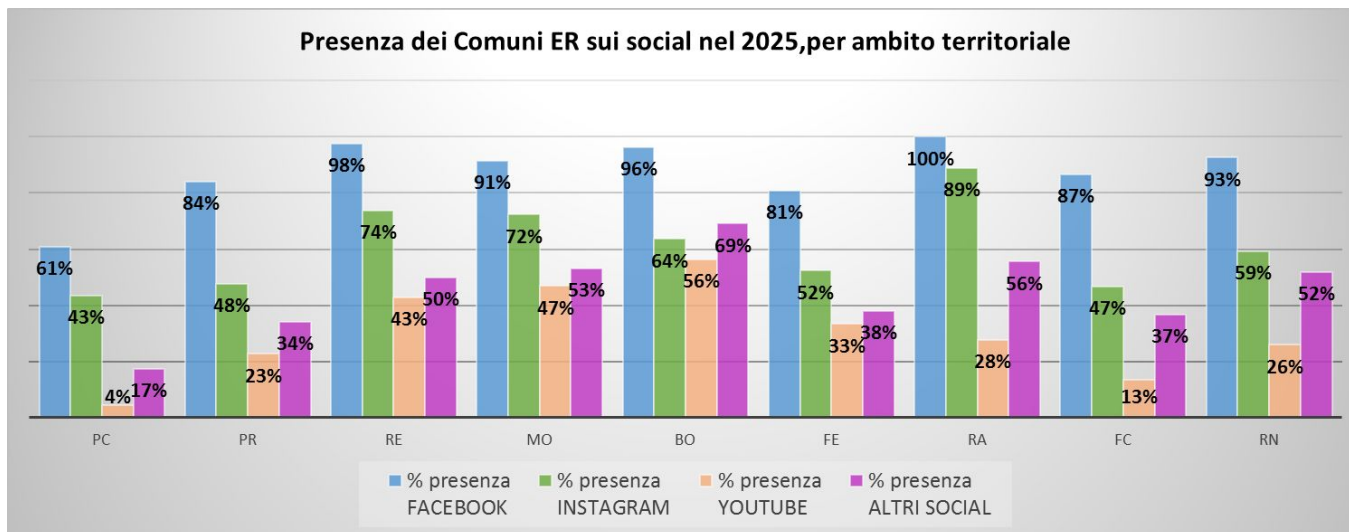
I Comuni emiliano-romagnoli utilizzano diversi canali social per informare, coinvolgere e dialogare con i cittadini. La scelta del canale dipende dagli obiettivi comunicativi, dalla dimensione del Comune e dalla sua organizzazione interna, in particolare dalla presenza di risorse dedicate alla comunicazione digitale.



L'analisi dei dati rilevati nel 2025 evidenzia **Facebook come il canale più radicato sul territorio regionale**, presente anche nei comuni di minori dimensioni, con percentuali del 75%-80% non molto lontane dalla **media regionale che si assesta all'87%**

Ad eccezione di FB, **la dimensione comunale continua a rappresentare un fattore determinante** per la presenza e la diffusione della PA sui social, soprattutto per YT, dove la concentrazione è maggiore proprio nei comuni di grandi dimensioni

La presenza dei Comuni emiliano-romagnoli sui social network/2



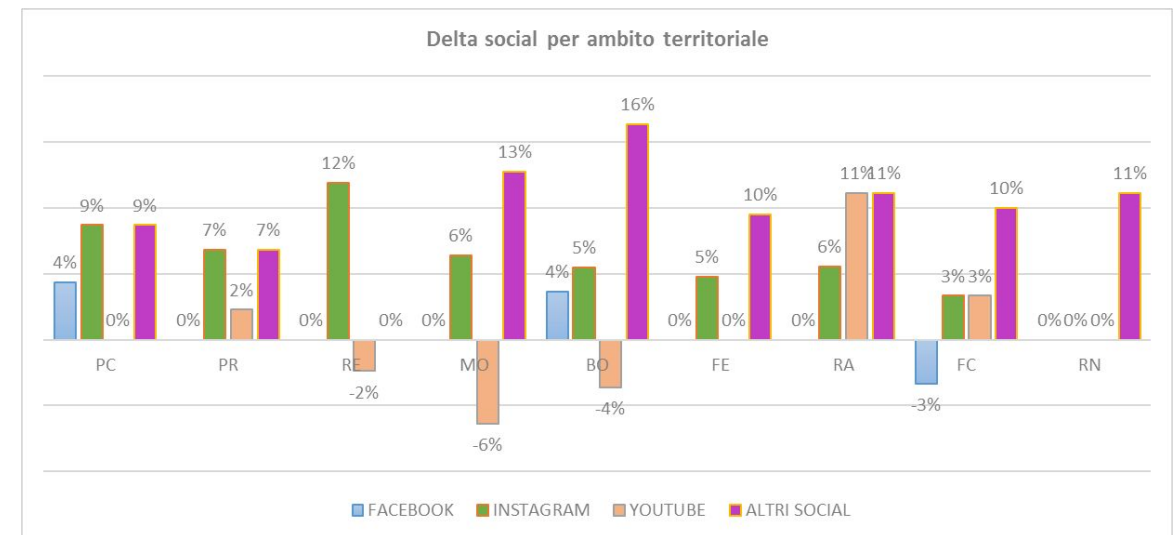
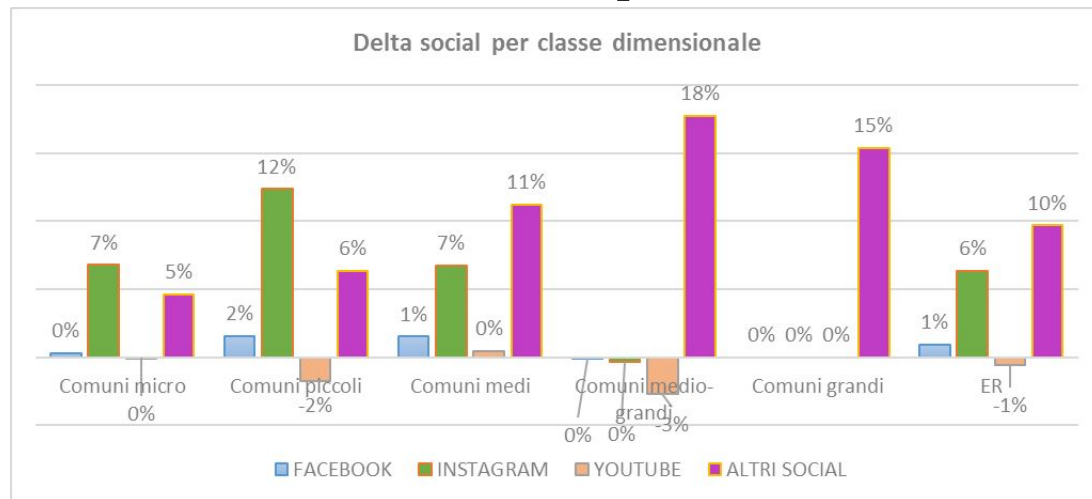
La diffusione dei social media istituzionali dei Comuni, evidenzia significative **differenze strutturali per ambito territoriale**.

Nel contesto ravennate, si osserva ad esempio una prevalenza nell'impiego di Facebook e Instagram, con una minore incidenza di YouTube.

I territori di Reggio Emilia, Modena e Bologna presentano invece una configurazione comunicativa più omogenea e bilanciata, caratterizzata da una presenza sistematica su tutte le piattaforme analizzate.

Al contrario, l'area di Piacenza si distingue per una minore intensità e varietà nell'adozione dei canali social, risultando il territorio con il più basso indice di presenza sui social network.

La presenza dei Comuni emiliano-romagnoli sui social network/3



- L'analisi evidenzia una **sostanziale stabilità nell'impiego di Facebook e YouTube**, mentre si registrano **incrementi significativi per Instagram (+6%) e per la categoria "Altri social" (+10%)**. Quest'ultima crescita è attribuibile principalmente all'espansione di **WhatsApp, Telegram e LinkedIn**
- La **crescita di profili Instagram** risulta particolarmente marcata nei **Comuni di piccole dimensioni (+12%)** e nei territori del **reggiano (+12%)** e del **piacentino (+9%)**
- L'**incremento degli Altri social**, trainato come si è detto da Whatsapp, Telegram e LinkedIn, ha interessato **tutte le classi dimensionali**, in particolare i **Comuni medio-grandi (+18%)**; a livello territoriale l'aumento è stato più evidente **nel bolognese (+16%), modenese (+13%) e nel riminese (+11%)**
- L'**unico dato in flessione riguarda Youtube (-1%)**, da interpretarsi però in chiave positiva: a seguito della recente decisione metodologica di escludere i canali privi di contenuti aggiornati negli ultimi due anni, il calo risulta notevolmente attenuato rispetto al **-14%** registrato nel 2024. Nel 2025, i canali considerati "obsoleti" sono stati solo 11, localizzati prevalentemente nei **territori del modenese, del bolognese e del reggiano**, andando ad incidere in particolare sulla **classe dimensionale medio-grande**





Focus on Comuni capoluogo

La presenza dei Comuni capoluogo sui social network/1

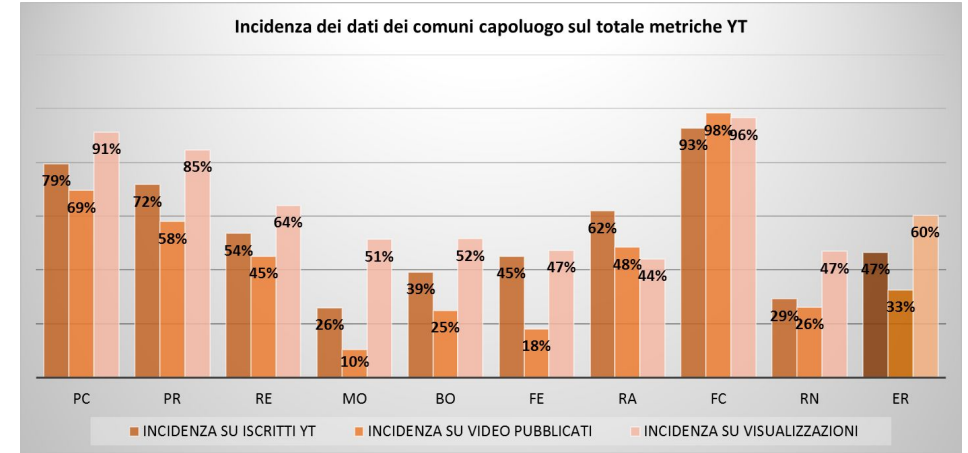
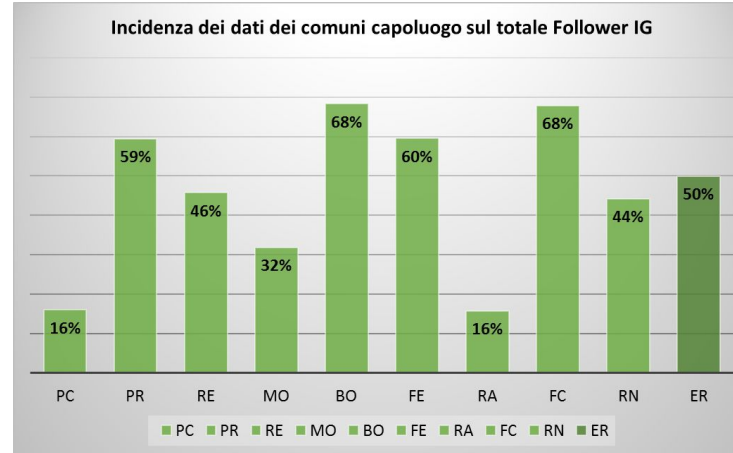
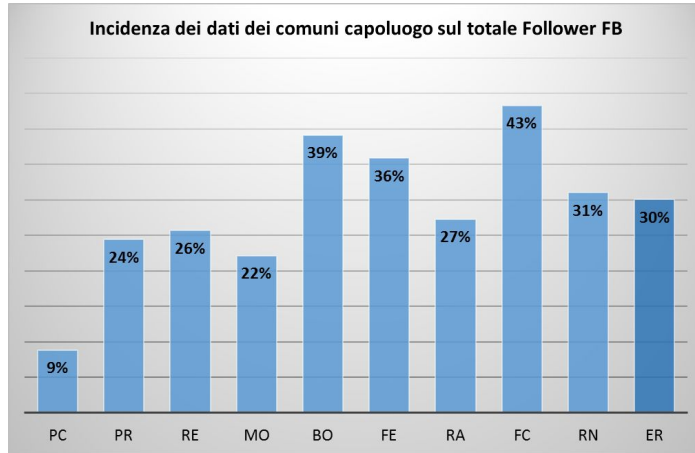
- I **10 Comuni capoluogo** sono presenti su tutte le principali piattaforme social analizzate: Facebook, Instagram, YouTube
- Sono inoltre presenti **su almeno un «altro social»** tra quelli indagati: i più **diffusi sono LinkedIn** (tutti tranne Piacenza), Whatsapp 8 e Telegram 6
- I Comuni con il **maggior numero di follower/iscritti sono: Bologna (188 mila follower)**, Rimini (105 mila) e Modena (85 mila)
- Benchè la numerosità dei follower è influenzata anche dalla vocazione più o meno turistica delle città, Il rapporto follower/popolazione può essere considerato un valido indicatore di engagement digitale e coinvolgimento civico: un basso rapporto suggerisce una scarsa penetrazione locale.
- Nel rapportare il numero totale di follower ed iscritti con la popolazione residente, Rimini figura il capoluogo **con il rapporto più elevato, pari al 70%**, seguono Bologna (48%) e Modena (47%)

| Comune | Follower FACEBOOK | Follower INSTAGRAM | Iscritti YOUTUBE | Popolazione (2025) | Rapporto follower/popolazione |
|--------------------------|-------------------|--------------------|------------------|--------------------|-------------------------------|
| Piacenza | 5.807 | 651 | 507 | 104.484 | 7% |
| Parma | 43.227 | 1.075 | 5.620 | 202.095 | 25% |
| Reggio Emilia | 64.887 | 4.637 | 5.130 | 172.361 | 43% |
| Modena | 79.495 | 3.556 | 2.800 | 184.139 | 47% |
| Bologna | 176.071 | 5.542 | 6.420 | 392.791 | 48% |
| Ferrara | 43.084 | 2.399 | 1.410 | 130.074 | 36% |
| Ravenna | 49.244 | 1.368 | 830 | 157.008 | 33% |
| Cesena | 34.552 | 2.123 | 1.610 | 96.114 | 40% |
| Forlì | 23.324 | 1.780 | 1.410 | 117.760 | 23% |
| Rimini | 97.922 | 5.511 | 1.800 | 151.104 | 70% |
| Totale Capoluoghi | 617.613 | 28.642 | 27.537 | 1.707.930 | 39% |

La dimensione della città non è sempre proporzionale al numero di follower: Cesena e Ravenna superano Parma e Piacenza nonostante popolazioni inferiori.

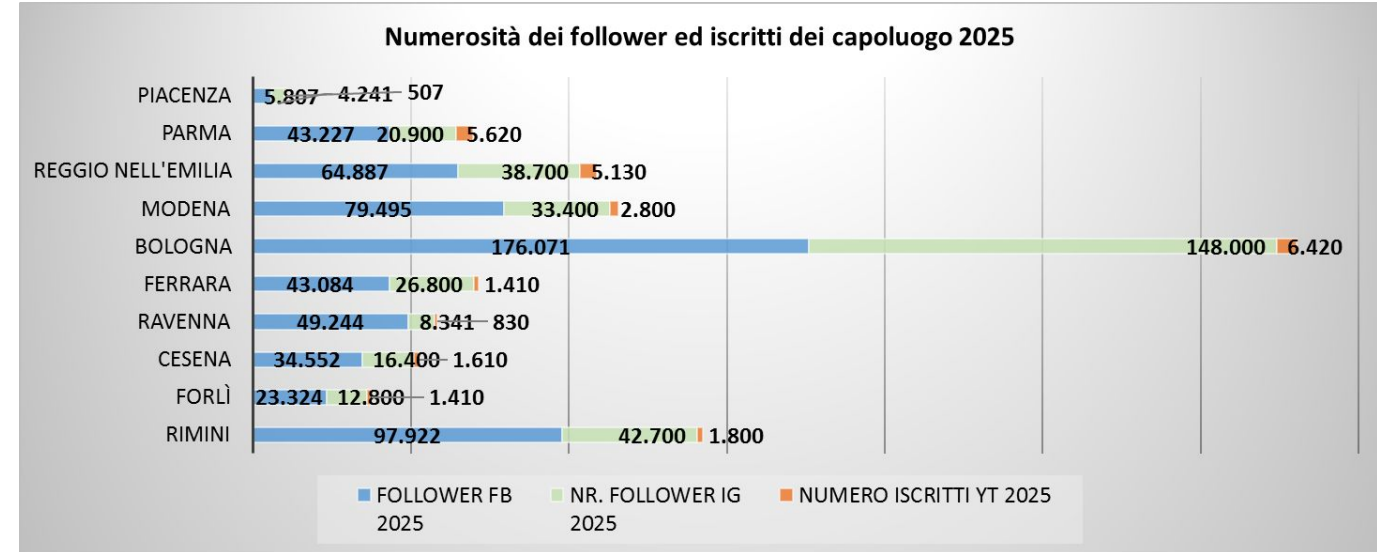
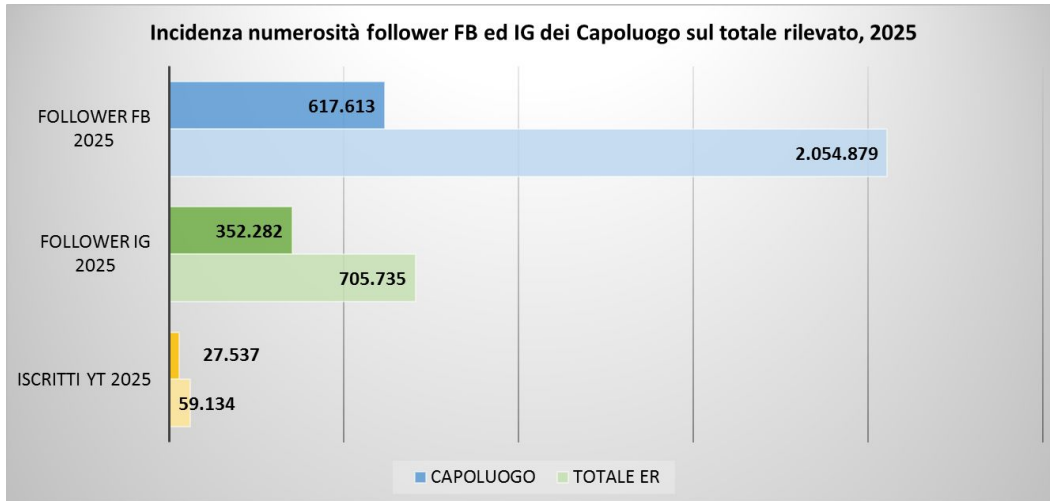



La presenza dei Comuni capoluogo sui social network/2



- L'analisi dell'**impatto** dei Comuni capoluogo sui **dati aggregati per ambito provinciale** evidenzia una significativa variabilità territoriale, sia in termini di piattaforma che di distribuzione geografica.
- A **livello provinciale**, l'incidenza dei capoluoghi sui dati complessivi del territorio risulta piuttosto eterogenea in base alle diverse piattaforme social. Purtroppo si evidenzia una **alta incidenza**, nei territori di **Forlì-Cesena, Bologna e Ferrara**, dove i capoluoghi esercitano un'influenza più marcata, con un peso significativo sui dati territoriali complessivi, in particolare per Facebook e Instagram
- La forte incidenza dei canali YouTube di Forlì-Cesena, Piacenza e Parma sui rispettivi dati provinciali, sono invece influenzati in parte, dal numero limitato di canali attivi sul loro territorio provinciale, che amplifica il peso dei capoluoghi.
- Diversamente, nei territori del riminese, ravennate e ferrarese, pur in presenza di un numero contenuto di canali a livello provinciale, l'influenza dei capoluoghi risulta meno impattante. Ciò è dovuto alla presenza di altri canali attivi e rilevanti distribuiti sul territorio, che contribuiscono a una maggiore diversificazione del panorama digitale provinciale.

La presenza dei Comuni capoluogo sui social network/3

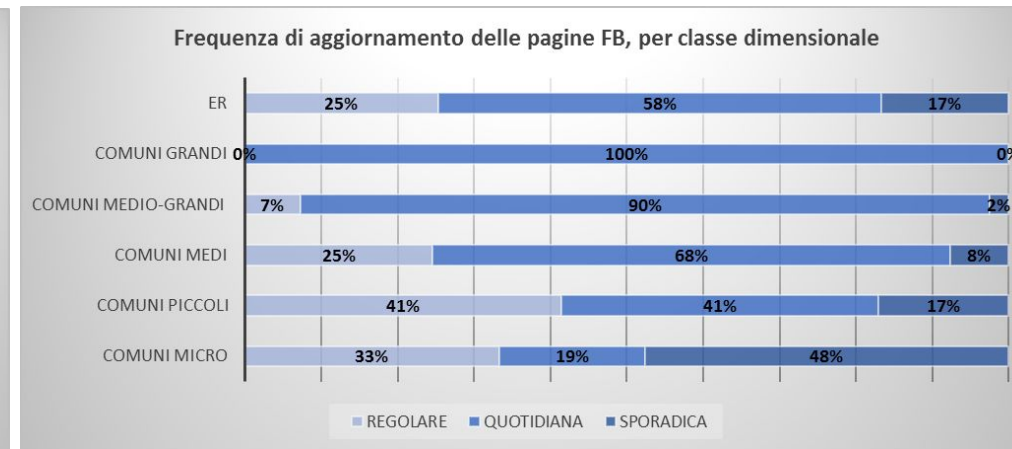
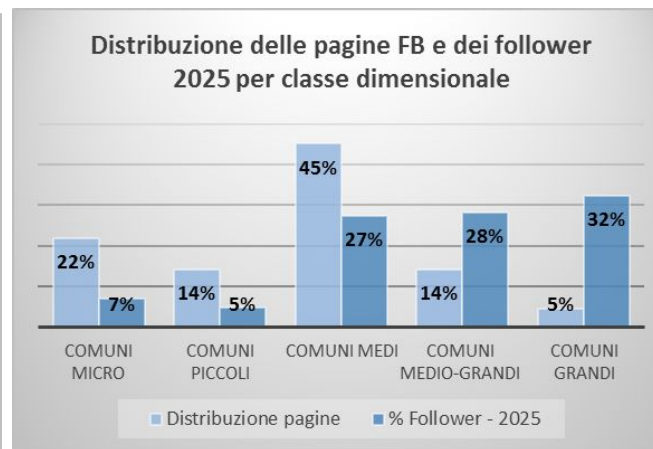
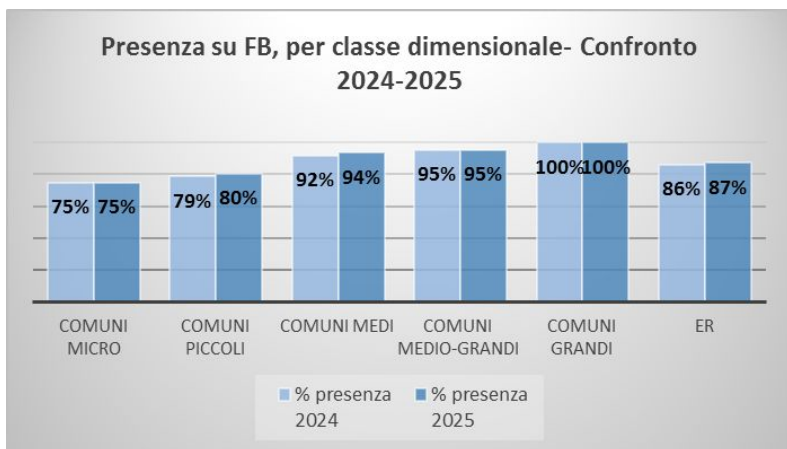


- Complessivamente le **288 pagine Facebook** rilevate, **superano i due milioni di utenti**, mentre i **198 profili Instagram** analizzati totalizzano oltre **700 mila follower**, equivalenti a poco più di un terzo del volume di follower. I **106 canali YouTube** rilevati sono infine seguiti da **oltre 59mila iscritti**
- Su questi dati complessivi incide, in misura variabile, il dato cumulato dei capoluoghi: esso evidenzia un **peso maggiore per Instagram**, dove il dato dei **Comuni capoluogo incide per il 50%**, quindi a seguire **su Youtube (47%)** e infine **Facebook (30%)**
- Tale differenza conferma la **maggiore penetrazione e diffusione della presenza digitale sul territorio su Facebook** rispetto a Instagram e YouTube, di conseguenza, il peso relativo dei capoluoghi si riduce nel totale provinciale.
-  Instagram, sebbene in espansione risulta ancora meno diffuso tra i Comuni, e vede perciò i capoluoghi concentrare una quota maggiore di follower, aumentando la loro incidenza sui dati aggregati.



Focus on Facebook

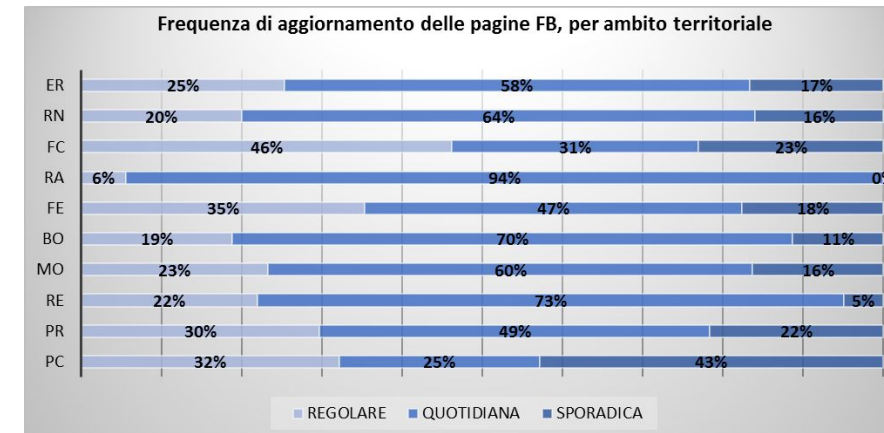
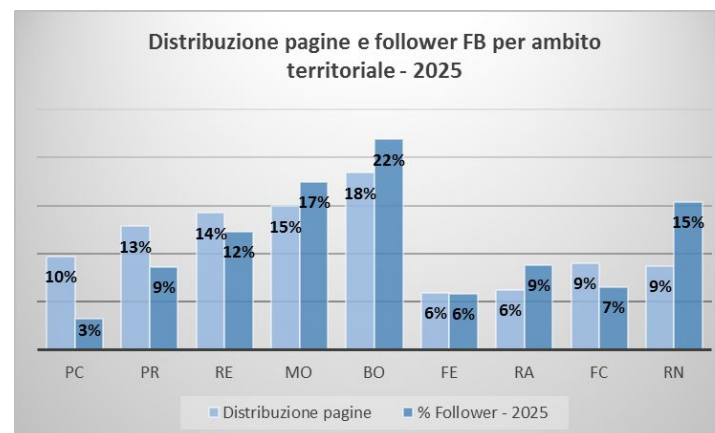
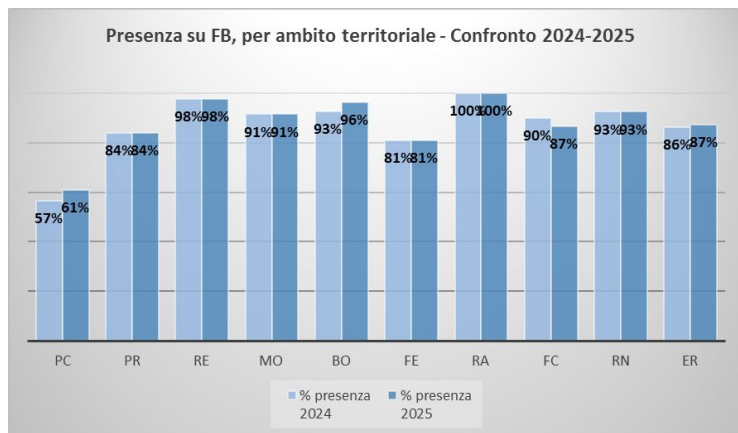
Focus on: Facebook/1 – analisi per classe dimensionale



- Facebook è il social dove la presenza è più consolidata anche tra i Comuni di piccole dimensioni: l'**87% (+1%) dei Comuni emiliano-romagnoli è ormai presente su FB** con una propria pagina istituzionale.
- Le **288 pagine** rilevate nel 2025 sono **seguite da oltre due milioni di follower (+8%)**
- La distribuzione per classe dimensionale mostra però una netta concentrazione dei follower nei **Comuni di più grandi dimensioni**, in particolare le pagine dei **13 Comuni grandi (pari al 5% del totale)** sono seguite da **circa un terzo (32%)** del totale follower
- Purtroppo il **tasso di crescita dei follower** rispetto al 2024 evidenzia un valore **maggiore nei Comuni piccoli (+10%)**, rispetto a quello medio regionale (+8%)
- Le pagine, spesso gestite direttamente dagli uffici stampa o dagli URP dei Comuni, vengono utilizzate per comunicazioni ufficiali, aggiornamenti, eventi, allerte e interazioni con i cittadini. Risultano molto attive: il **58% di esse presenta una frequenza di aggiornamento quotidiana**, il 25% pubblica con regolarità (più post al mese) e solo il 17% presenta una frequenza di aggiornamento sporadica, con pochi contenuti mensili ed annuali
- Anche il questo caso sono i **Comuni di maggiori dimensioni a mostrare una frequenza più elevata** nella pubblicazione dei post, mentre le pagine dei Comuni micro risultano quelle meno aggiornate (il 48% presenta una frequenza sporadica)




Focus on: Facebook/2 – analisi per ambito territoriale



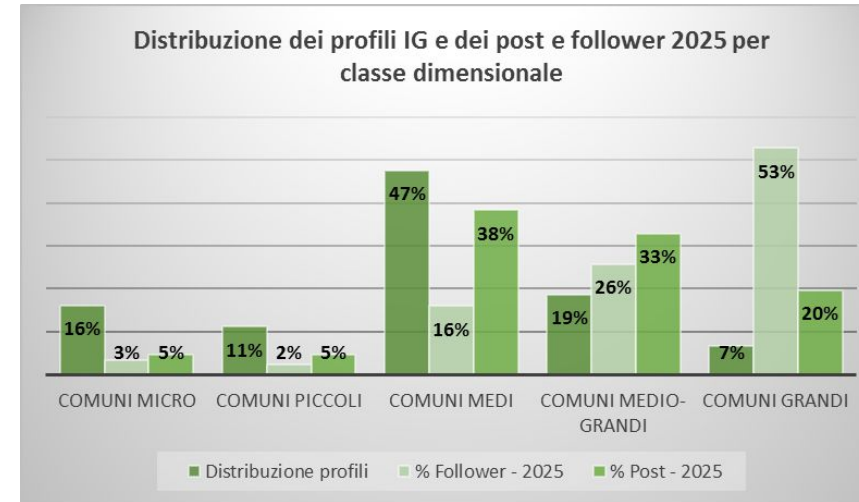
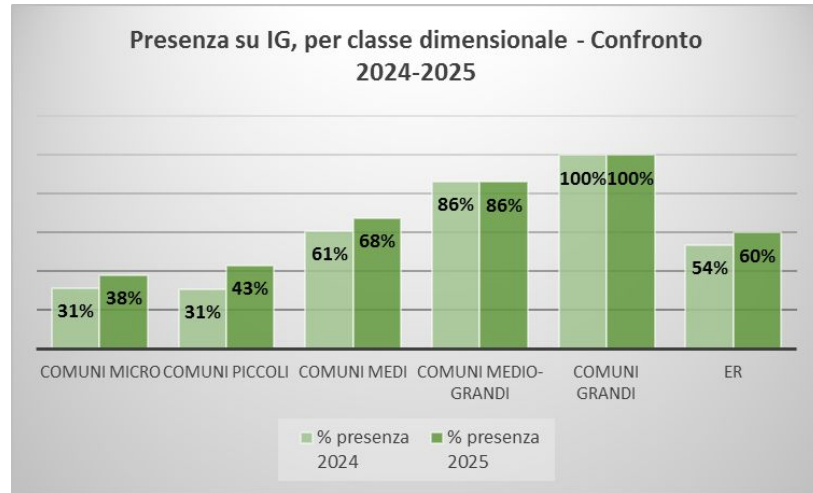
- L'analisi della presenza delle pagine istituzionali Facebook per ambito territoriale evidenzia, nella **maggior parte dei casi, valori superiori alla media regionale (87%, +1%)**, ad eccezione del piacentino e del parmense; **Ravenna si distingue per una copertura del 100%**: tutti i 18 Comuni del ravennate dispongono infatti di una propria pagina FB.
- Rispetto al 2024 si registra una **lieve crescita del numero totale di account Facebook**, dovuta all'apertura di 7 nuove pagine, a fronte però dell'esclusione dall'analisi di 4 pagine, risultate non attive da oltre 2 anni. Una crescita netta si rileva soprattutto per il **territorio piacentino e bolognese (+4%)** mentre l'unico calo riguarda il forlivese (-3%) dovuto all'inattività della pagina FB del Comune di Galeata
- **Il 47% delle pagine sono concentrate** intorno ai territori del **bolognese (18%), modenese (15%) e reggiano (14%)**, con dati invariati rispetto al 2024
- Questi territori sono anche quelli con il maggior numero di follower: in particolare, **con oltre 450 mila follower, il bolognese è l'ambito territoriale con il maggior seguito e, insieme al ravennate, registra il maggior incremento rispetto al 2024** (rispettivamente +10% e +11%)
- **Il ravennate è anche il territorio con la più elevata frequenza di aggiornamento delle proprie pagine: il 94% ha infatti una frequenza quotidiana**; al contrario il 43% delle pagine FB del piacentino presenta una frequenza sporadica.





Focus on Instagram

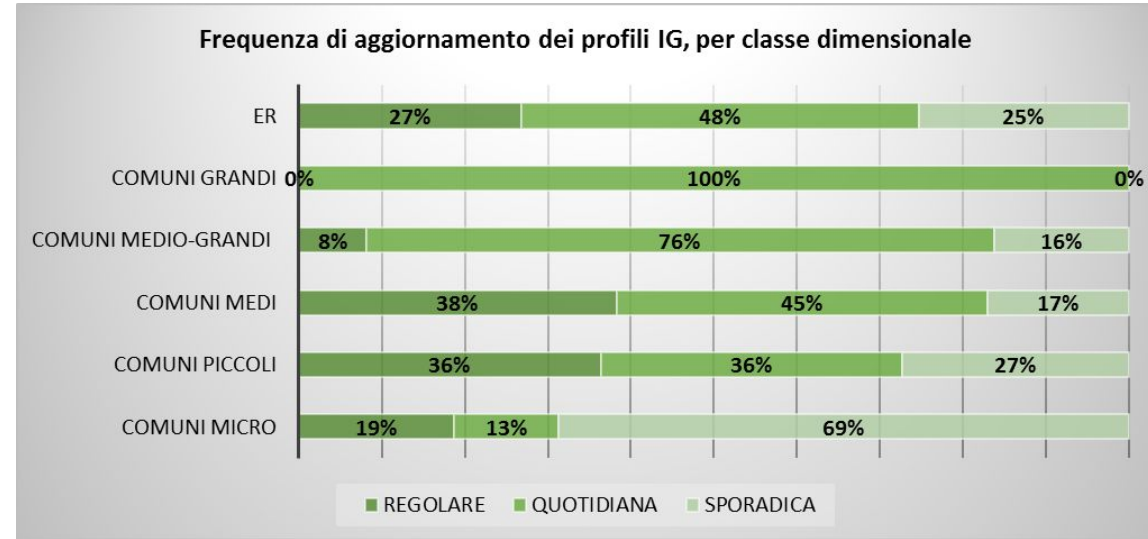
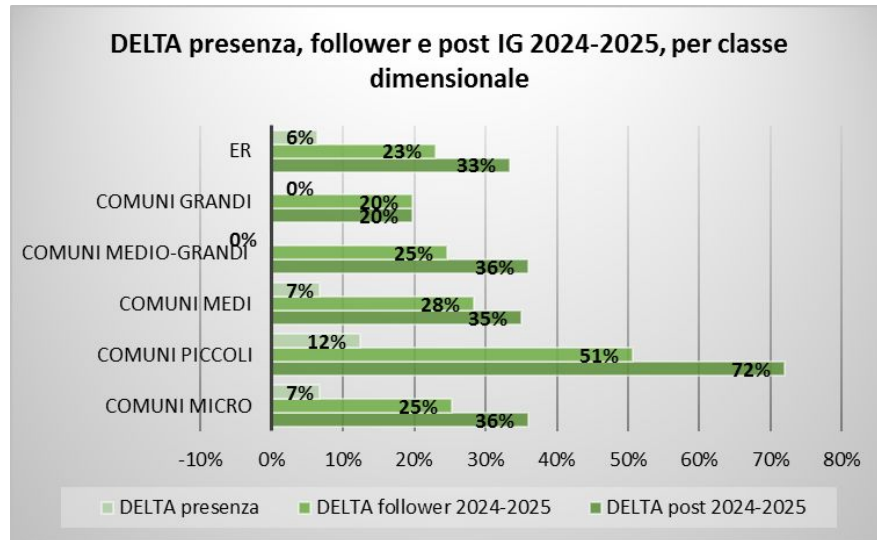
Focus on: Instagram/1 – analisi per classe dimensionale



- Instagram è un **social in continua espansione (+6%)** e, dopo Facebook, è il più diffuso sul territorio: **il 60% dei Comuni emiliano-romagnoli ha infatti un suo profilo istituzionale**
- Nel 2025 sono stati rilevati **198 i profili Instagram attivi, seguiti complessivamente da oltre 700 mila follower (+23%), con più di 167 mila post (+33%)** pubblicati
- La diffusione di Instagram è ancora influenzata dalla **classe dimensionale degli enti**: solo i Comuni di maggiori dimensioni presentano percentuali di presenza nettamente superiori alla media regionale; in particolare i **Comuni di grandi dimensioni, risultano già tutti presenti** su questa piattaforma social
- Tuttavia sono le **categorie dimensionali minori** a evidenziare gli incrementi maggiori: **+12% i Comuni piccoli** e **+7% i Comuni micro e i medi**
- Analizzando infine la distribuzione dei dati complessivi, si rileva che il **47% dei 198 profili Instagram appartiene a Comuni di medie dimensioni**, ma oltre la metà dei follower complessivi (il **53%**) segue gli account dei **13 Comuni grandi**



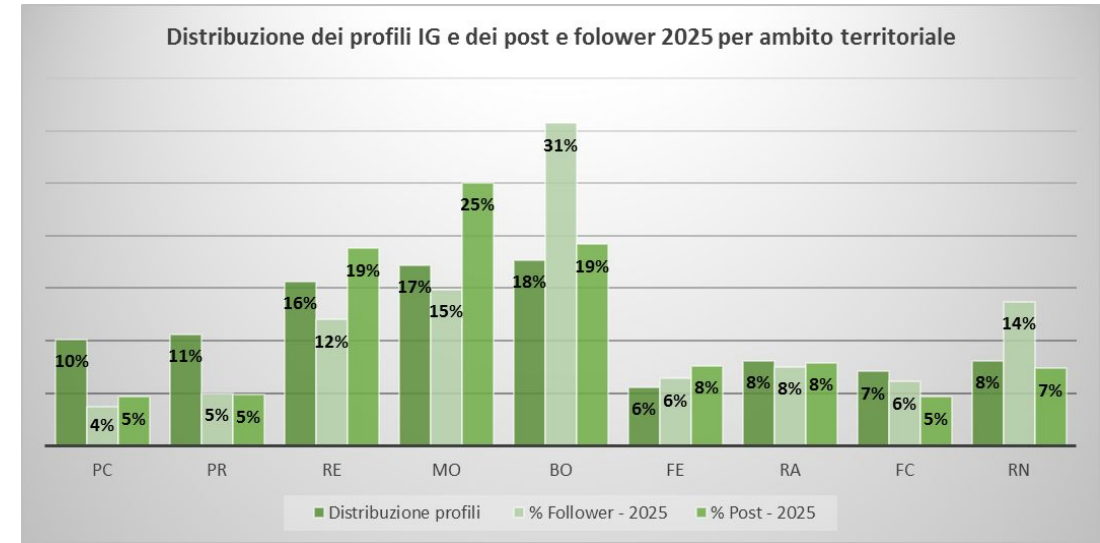
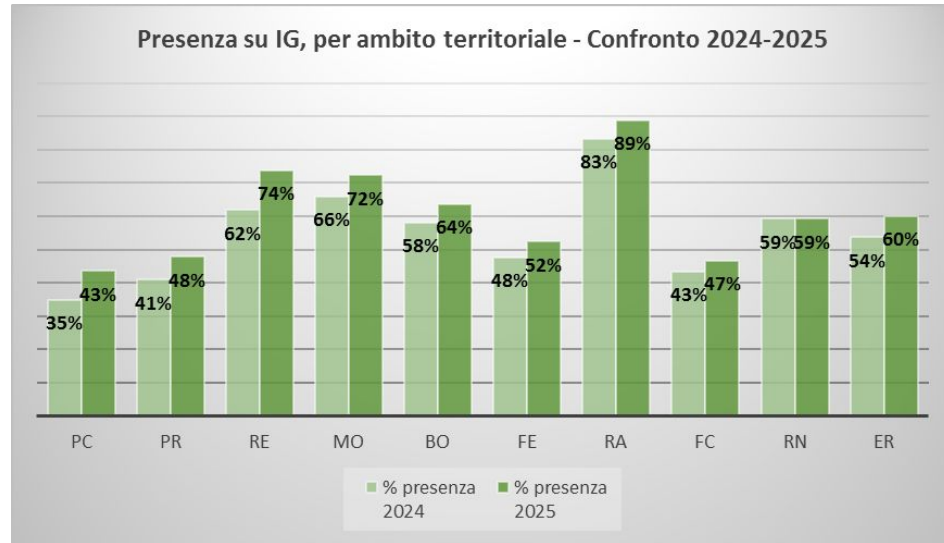
Focus on: Instagram/2 – analisi per classe dimensionale



- Instagram è sempre più utilizzato dai Comuni in chiave istituzionale, soprattutto per promuovere il territorio, valorizzare eventi e iniziative culturali, e per coinvolgere fasce di pubblico più giovane, grazie alla sua natura visiva e immediata
- **L'incremento del numero di follower e di post pubblicati** si attesta su valori prossimi alla media regionale per quasi tutte le classe dimensionali, con l'eccezione dei **Comuni piccoli, dove si registra una crescita significativa: +51% di follower e +72% di post pubblicati**, dovuta anche all'aumento consistente di nuovi profili Instagram (+12%)
- I profili risultano mediamente attivi: **il 48% presenta una frequenza di aggiornamento quotidiana**, il 27% pubblica con regolarità (più post al mese) ed il restante 25% presenta una frequenza di aggiornamento sporadica, con pochi contenuti mensili ed annuali
- Anche il questo caso i **Comuni di maggiori dimensioni si distinguono per una frequenza di pubblicazione dei post più elevata**, mentre le pagine dei Comuni micro risultano quelle meno aggiornate: il 69% presenta infatti una frequenza sporadica



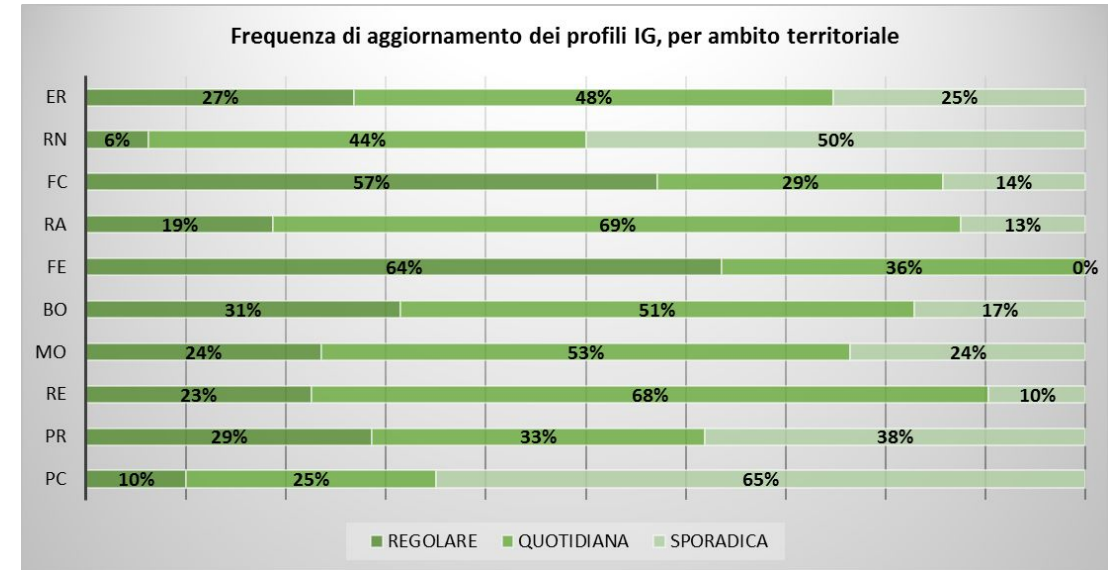
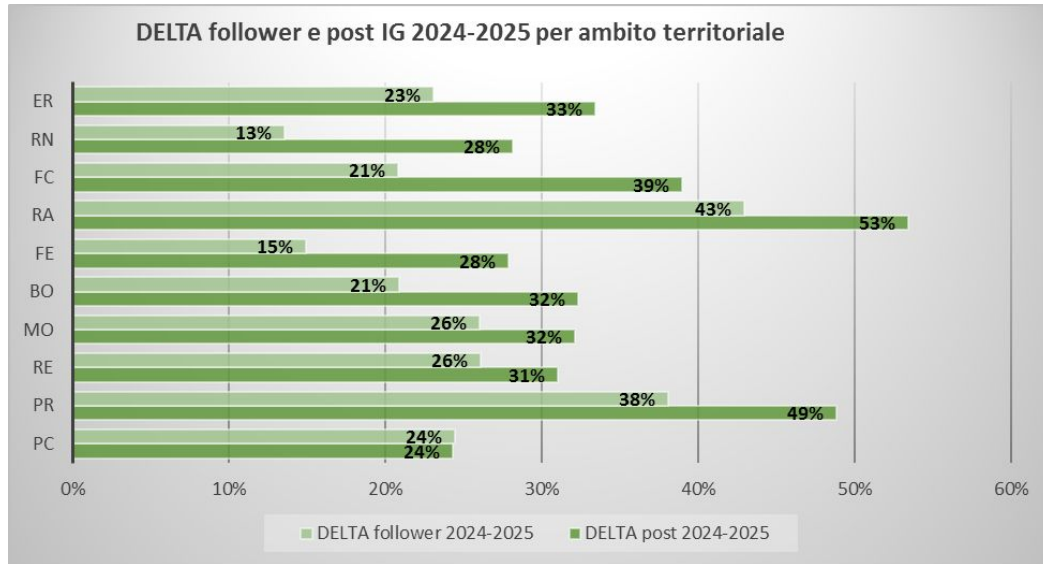
Focus on: Instagram/3 – analisi per ambito territoriale



- L'analisi della diffusione dei profili istituzionali Instagram per ambito territoriale evidenzia una copertura superiore alla media regionale (pari al 60%) nei territori del **ravennate (89%)**, **reggiano (74%)**, **modenese (72%)** e **bolognese (64%)**
- Rispetto al 2024 si registra una **crescita complessiva** determinata dall'apertura di **27 nuovi profili**, a fronte dell'esclusione dall'analisi di 4 account, risultati non attivi da oltre 2 anni. L'incremento è particolarmente significativo nei **territori reggiano (+12%)**, **piacentino (+9%)** e **parmense (+7%)**
- **Oltre il 50% dei profili rilevati** si concentra nei territori del **bolognese (18%)**, **modenese (17%)** e **reggiano (16%)**, seguendo uno schema simile a quello osservato per Facebook
- Questi territori si distinguono anche per il numero di follower e di contenuti pubblicati: raccolgono infatti il **58% dei follower complessivi** ed il **63% dei post totali**. In particolare, il **bolognese** si conferma **l'ambito territoriale con il seguito più ampio**, superando i **216 mila follower (pari al 31% del totale)**, mentre il **modenese** si caratterizza per la maggiore attività, **concentrando il 25% dei post pubblicati**.



Focus on: Instagram/4 – analisi per ambito territoriale



- Se si osserva la **crescita di follower e post** rispetto al 2024, emergono con evidenza i territori del **ravennate e del parmense**, entrambi con risultati superiori alla media regionale
- Nel ravennate i **follower aumentano del 43%**, con un **incremento ancora più marcato dei post pubblicati (+53%)**. Su questi risultati incidono gli incrementi registrati nei profili di Fusignano, Faenza e Ravenna
- Anche il **parmense** mostra una dinamica simile, con incrementi del **38% per i follower e del 49% per i contenuti**, dovuti ai contributi dei profili di Polesine Zibello, Montechiarugolo, Berceto e Salsomaggiore
- Infine, il territorio forlivese fa registrare un aumento significativo nel **numero di post, pari al 39%** su cui influisce il dato in crescita di Sarsina e Mercato Saraceno

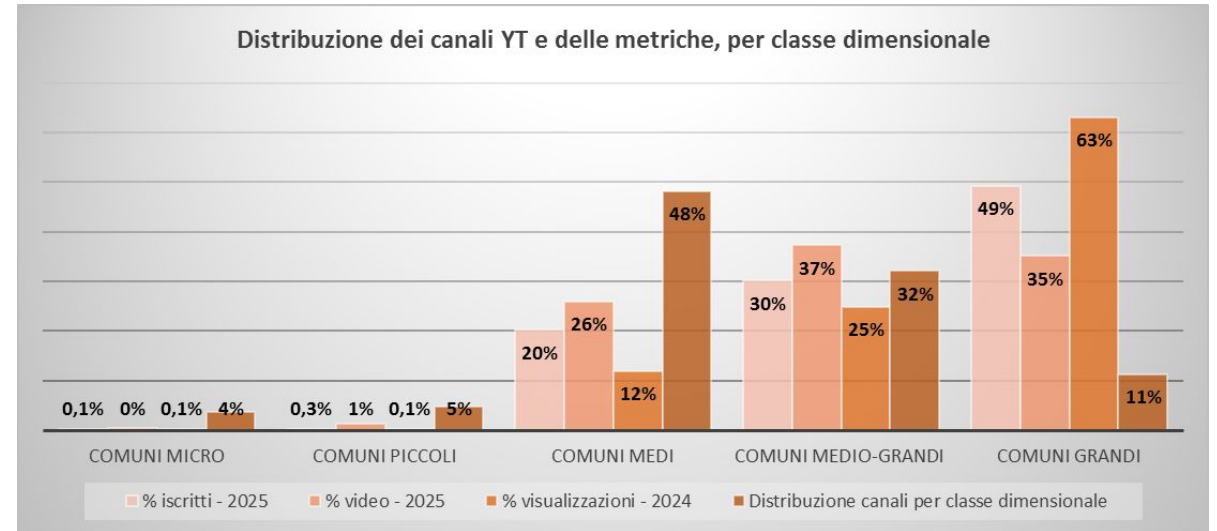
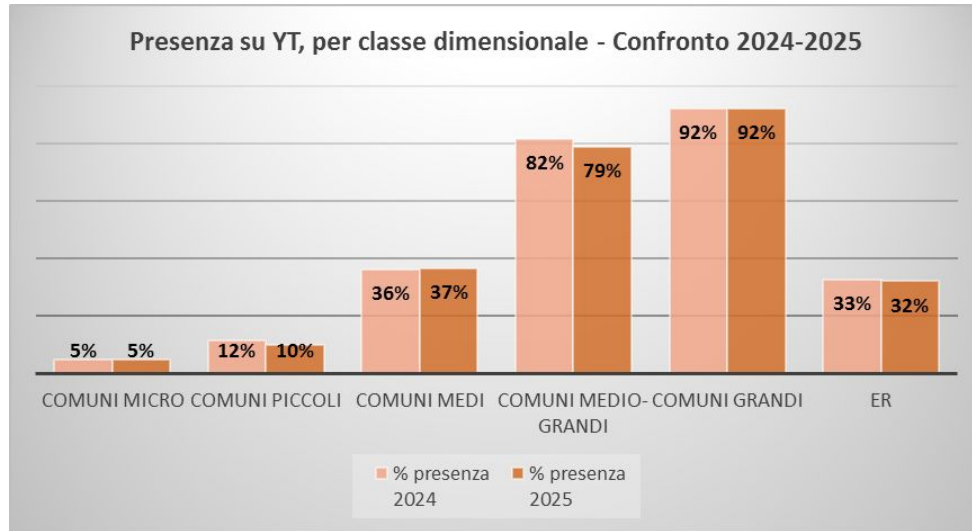


Il **ravennate** si distingue anche per la frequenza di aggiornamento: il **69% dei profili pubblica quotidianamente**, seguito a breve distanza dal **reggiano con il 68%**. Al contrario, il piacentino mostra una minore attività: il 65% degli account rilevati presenta una frequenza di aggiornamento sporadica.



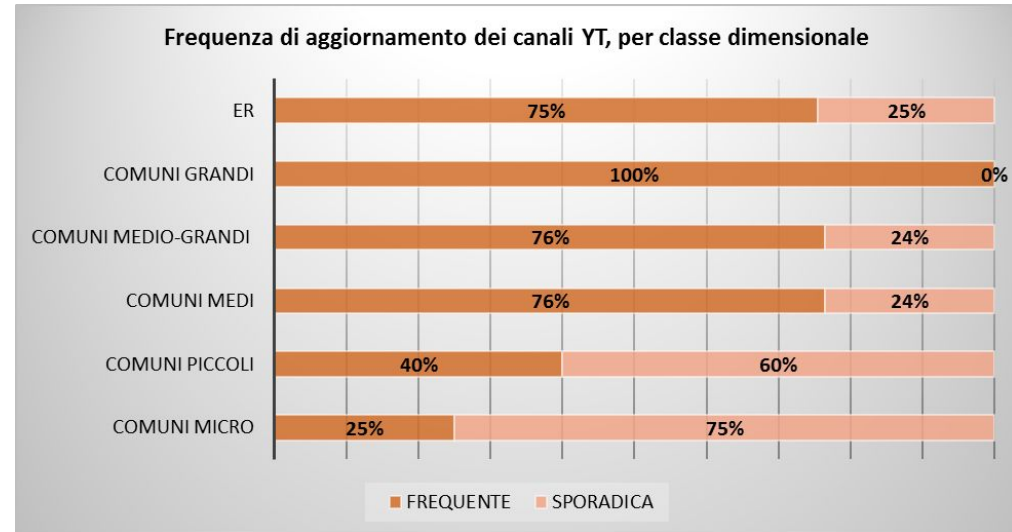
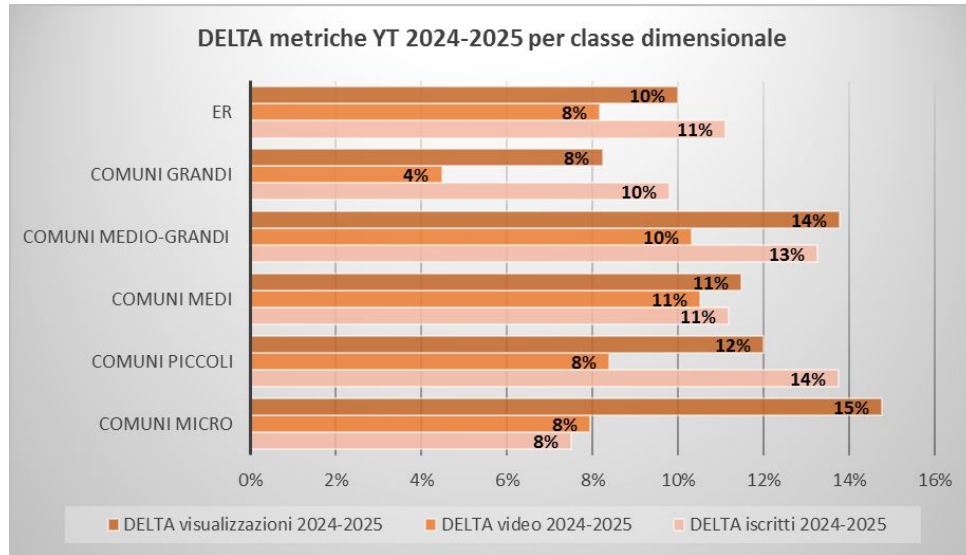
Focus on YouTube

Focus on: YouTube/1 – analisi per classe dimensionale



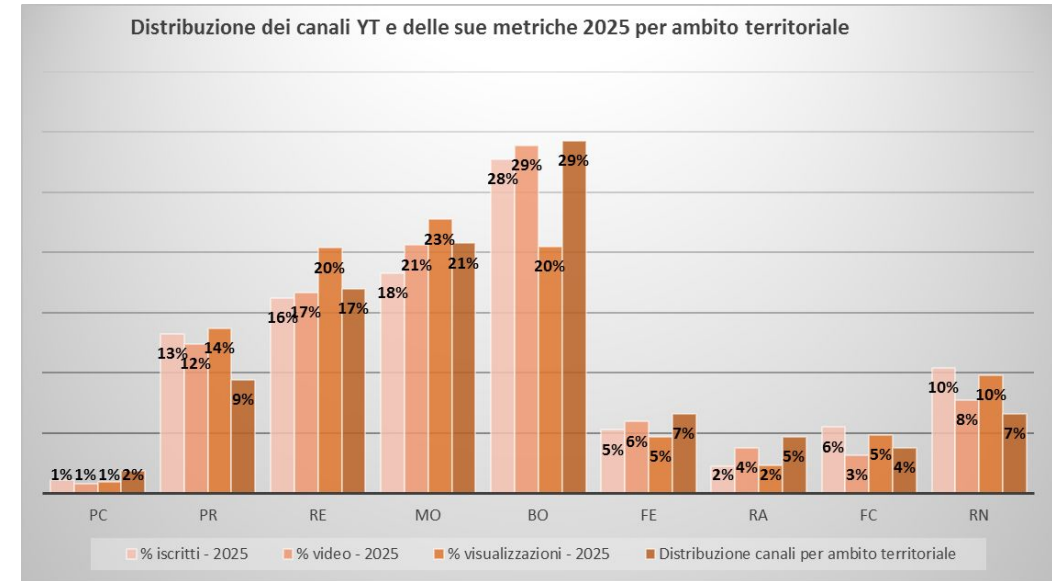
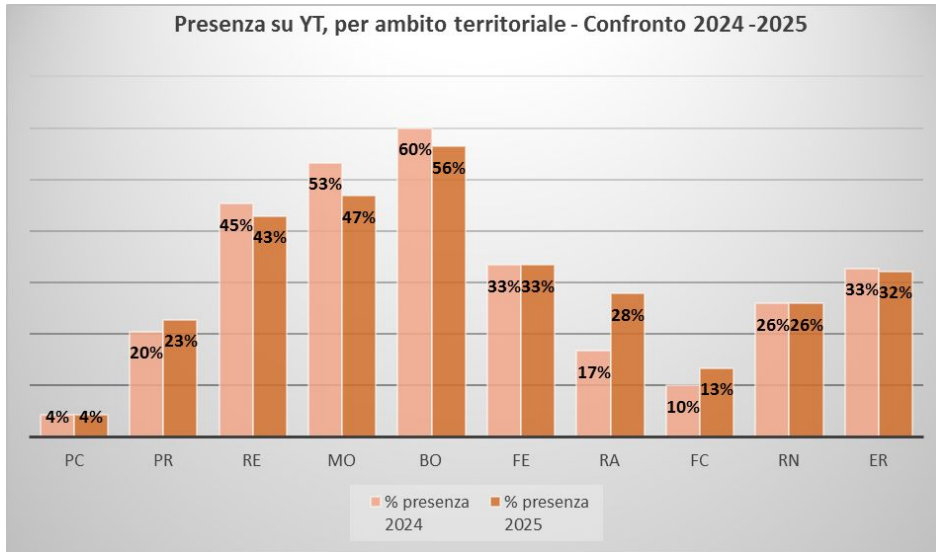
- **Il 32% dei Comuni emiliano-romagnoli è presente sulla piattaforma YouTube: nel 2025 sono stati rilevati 106 canali attivi**
- Pur trattandosi di un social consolidato nel tempo, la **dimensione comunale continua ad essere un fattore determinante** per la sua diffusione: i canali dei Comuni di minore dimensione rappresentano tuttora solo il 9% del totale e il loro peso sulla distribuzione percentuale del totale iscritti, video pubblicati e loro visualizzazioni non supera l'1%
- La lieve contrazione (-1%) dei canali rilevati rispetto al 2024 è dovuta all'esclusione dalla rilevazione di 11 canali il cui contenuto non era aggiornato da oltre due anni; dato in netto miglioramento rispetto al 2024, quando ne vennero esclusi 34. Si segnala inoltre la riattivazione di 5 canali, precedentemente esclusi per obsolescenza dei contenuti
- Nonostante il calo del numero di canali, tutte le metriche sono in aumento: complessivamente gli iscritti ai canali istituzionali sono più di **59 mila (+11%)**; i video pubblicati circa **23 mila video (+10%)**; e il numero di visualizzazioni superano gli **11 milioni e mezzo (+10%)**
- Analizzando infine la distribuzione dei dati complessivi, si rileva che il **48% dei 106 canali YouTube** appartiene a **Comuni di medie dimensioni**, ma sono i canali **dei 13 Comuni grandi (pari all'11%)** dove si concentra il più alto numero di iscritti (**49%**) e di visualizzazioni (**63%**)

Focus on: YouTube/2 – analisi per classe dimensionale



- I canali istituzionali YouTube vengono utilizzati dai Comuni per la pubblicazione di video relativi ad eventi, sedute consiliari, campagne informative o promozionali del territorio
- L'analisi delle **variazioni delle metriche** rispetto al 2024 evidenzia **differenze significative tra le diverse classi dimensionali**: solo i Comuni medio-grandi e medi mostrano un incremento generalizzato nei tre indicatori considerati, rispetto alle medie regionali. Le metriche delle altre classi oscillano tra valori anche molto distanti. Si segnala, in particolare, **una crescita delle visualizzazioni del +15% nei Comuni micro**, mentre nei **Comuni piccoli si registra l'aumento più marcato nel numero degli iscritti (+14%)**. Va peraltro precisato che, in valore assoluto, si tratta di valori esigui sul totale regionale, in quanto riferiti ad un numero esiguo di canali attivi
- Lo stato di aggiornamento dei canali risulta **frequente nel 75% dei casi**, con la pubblicazione di almeno un video negli ultimi 4 mesi; il **restante 25% presenta una frequenza di aggiornamento sporadica**, con almeno un contenuto video pubblicato negli ultimi 12 mesi dalla data di rilevazione
- Anche il questo caso i **Comuni di maggiori dimensioni si distinguono per una frequenza di pubblicazione più elevata**, mentre i canali dei Comuni micro risultano quelli meno aggiornati: il 75% presenta infatti una frequenza sporadica

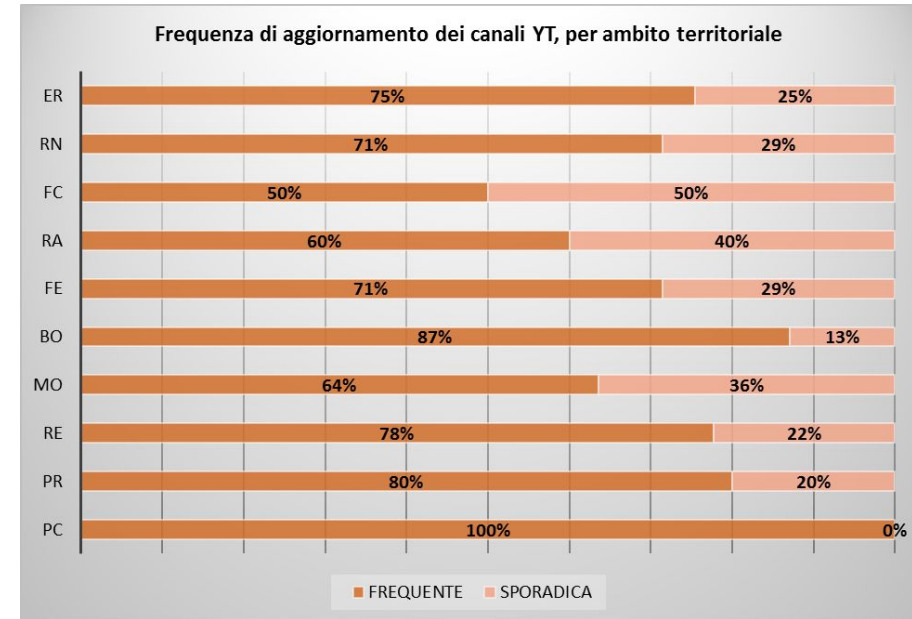
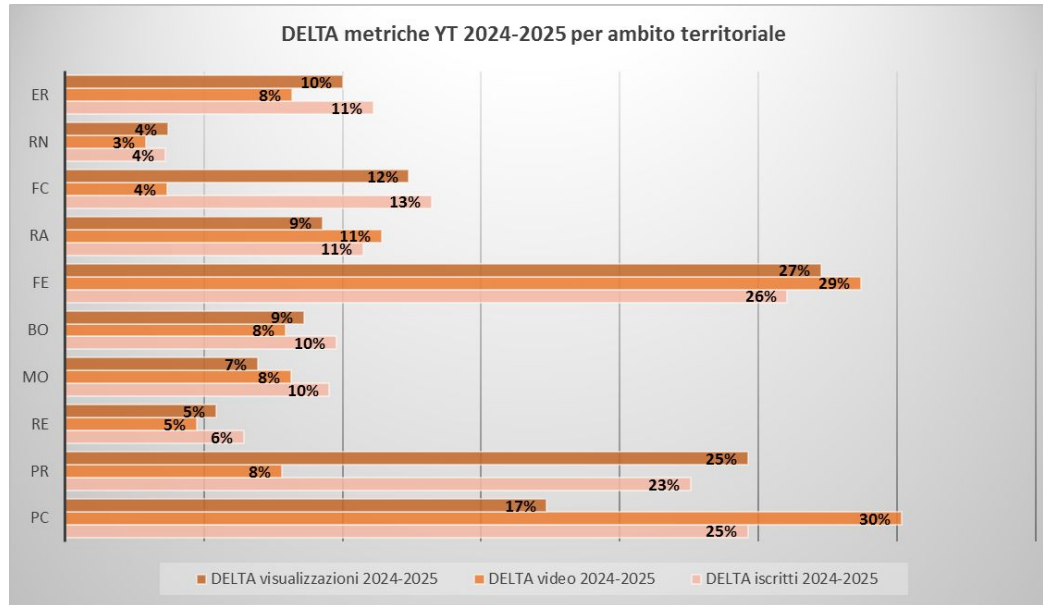
Focus on: YouTube/3 – analisi per ambito territoriale



- L'analisi della diffusione dei canali istituzionali YouTube per ambito territoriale evidenzia una copertura superiore alla **media regionale (pari al 32%)** nei territori del **bolognese (56%), modenese (47%), reggiano (43%) e ferrarese (33%)** che sono anche i territori dove si è registrato un lieve calo dovuto, come si è visto, all'obsolescenza di alcuni canali non più attivi da oltre due anni al momento della rilevazione
- **Ben il 67% dei canali rilevati** si concentra nei territori **del bolognese (29%), modenese (21%) e reggiano (17%)**, seguendo uno schema simile a quello già osservato sia per Facebook che per Instagram
- In particolare l'analisi della distribuzione in termini % dei valori delle metriche analizzate, evidenzia il **territorio bolognese** quello dove si concentra il **maggior numero di iscritti (28%)** e dove si riscontra la maggiore «vivacità» in termini di **video pubblicati (29% del totale)**, mentre risulta essere il **modenese quello più «visto»** con un numero di visualizzazioni superiori ai due milioni e 600 mila (**pari al 23% del totale**)



Focus on: YouTube/4 – analisi per ambito territoriale



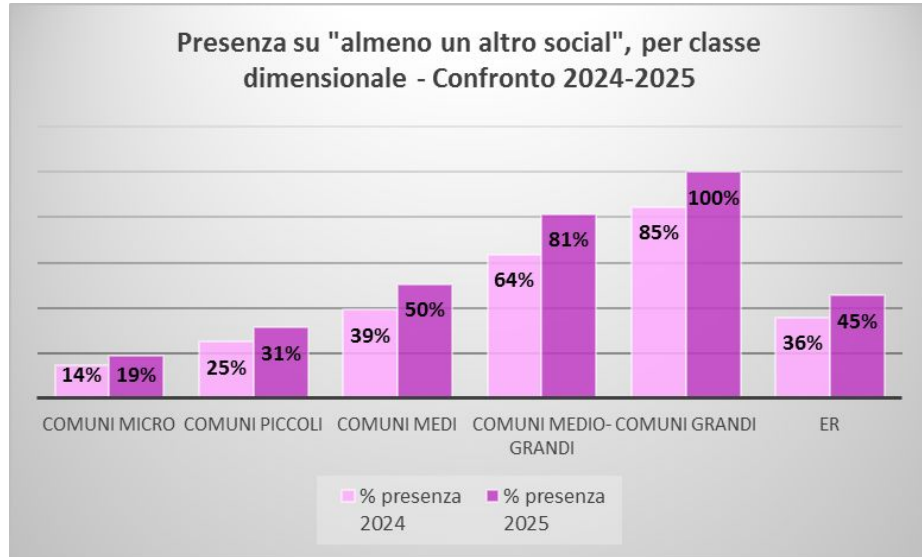
- L'analisi della **variazione delle metriche** per ambito territoriale evidenzia, in alcuni casi, **valori significativamente differenti rispetto alle medie regionali**. Tuttavia, tali dati vanno interpretati tenendo conto della **numerosità dei canali attivi nei singoli territori**.
- Nel piacentino ad esempio, si registrano incrementi superiori alle medie regionali ma il dato è relativo ai solo due canali attivi nel territorio (Cadeo e Piacenza). Va purtuttavia sottolineato che il canale del Comune di Cadeo (PC) è il secondo col maggior incremento in assoluto del numero di iscritti (+87%) dopo quello di Montechiarugolo (+112%) che va ad incidere invece sui risultati del parmense, anche rispetto alle visualizzazioni (+69%)
- Nel forlivese (4 canali attivi) e nel ferrarese (7 canali attivi) incidono invece i risultati dei canali del Comune di Cesenatico e di Comacchio che nel 2024 erano stati esclusi dall'analisi per obsolescenza dei contenuti
- Analogamente, la lettura della frequenza di aggiornamento dei canali nel piacentino deve essere contestualizzata rispetto alla limitata presenza di canali attivi. Per **gli altri territori**, ad eccezione del forlivese, la maggior parte dei canali risulta **aggiornata con regolarità**.





Focus on
Altri social

Focus on: Altri social/1 – analisi di presenza: «almeno uno»

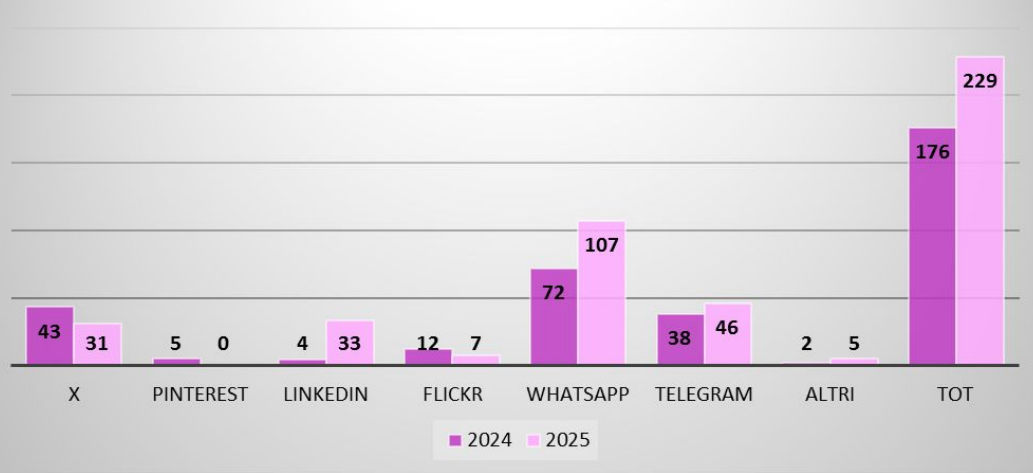


- Complessivamente sono **150 i Comuni (pari al 45%) presenti su almeno un «altro social»**, con una crescita rispetto al 2024 di circa 10 pp
- Il fattore dimensionale è ancora determinante per la presenza su questi social: solo i **Comuni grandi** vedono infatti una **copertura del 100% (+15%)** ed i Comuni medio-grandi del **81% (+17%)**
- L'ambito territoriale **bolognese è quello più «social»**, con il **69%** dei suoi Comuni presente su almeno un altro social; seguono con percentuali maggiori al 50% gli ambiti del ravennate (56%), modenese (53%), riminese (52%) e reggiano (50%)

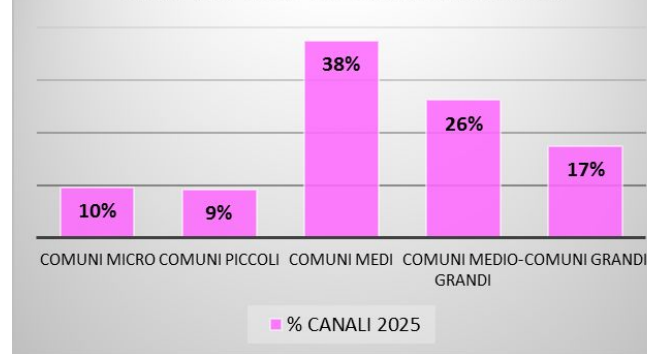


Focus on: Altri social/2 – analisi della diffusione

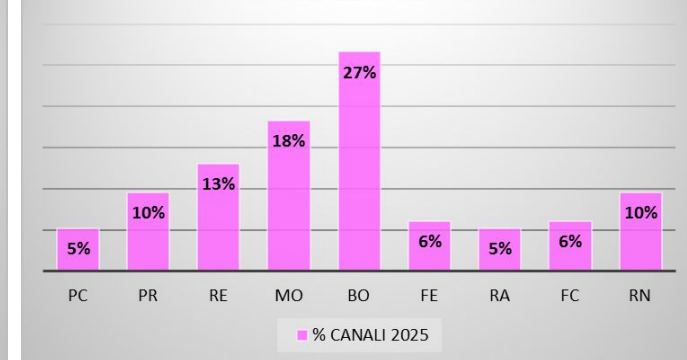
DELTA diffusione altri social 2024/2025



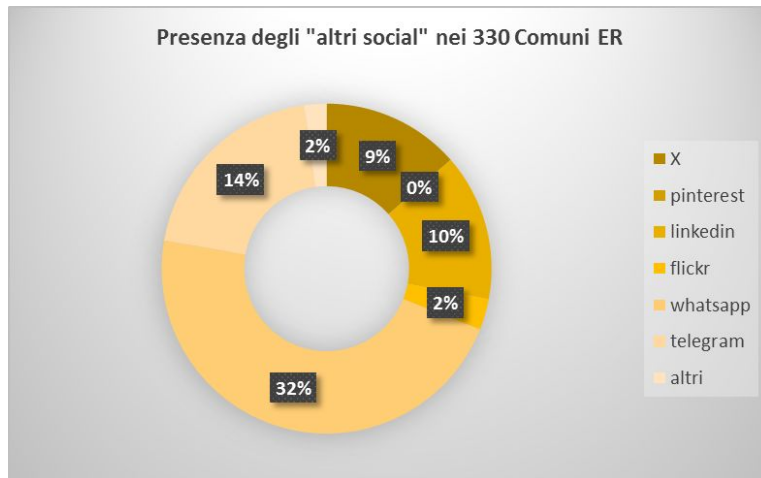
Totale altri social per classe dimensionale



Totale altri social per ambito territoriale



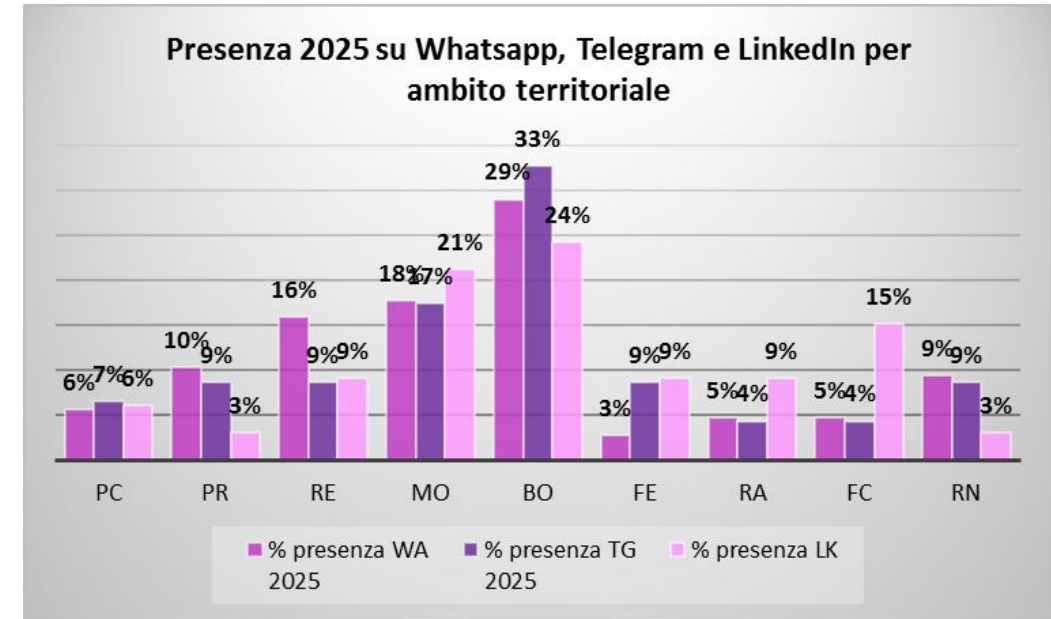
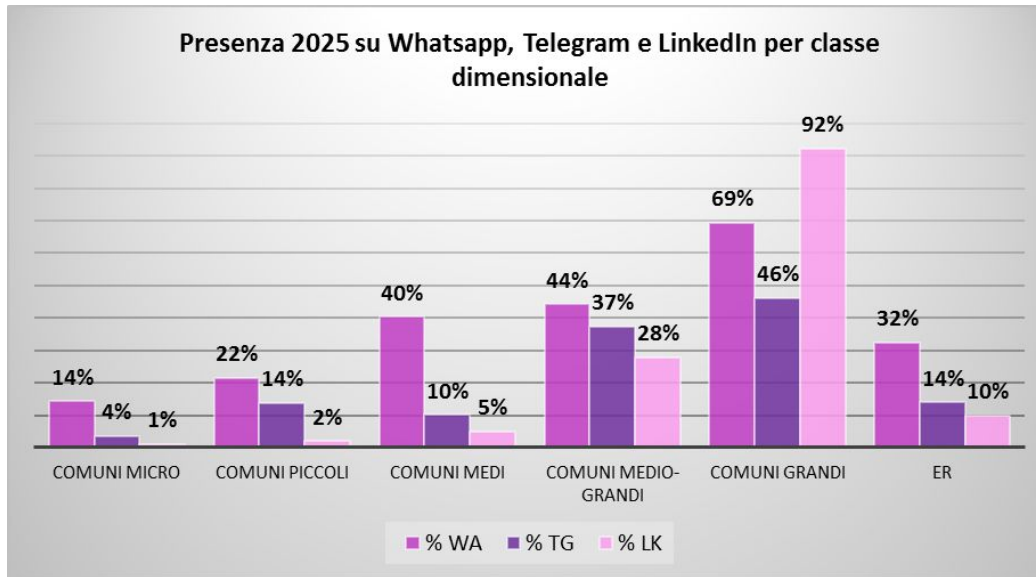
Presenza degli "altri social" nei 330 Comuni ER



- Nel 2025 sono stati rilevati complessivamente **229 canali istituzionali attivati dai Comuni emiliano-romagnoli su diversi social media: X, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Whatsapp, Telegram ed altri, con un incremento del 30% rispetto al dato 2024**
- La presenza su questi social è distribuita in modo eterogeneo tra i 330 Comuni, in particolare Il **38% è concentrato nei Comuni di medie dimensioni ed il 27% nei Comuni del bolognese**
- Il social più diffuso è **Whatsapp** che, con **107 canali** rappresenta il 47% dei totali altri social rilevati e che risulta presente **nel 32% di Comuni (+11%)**.
- In calo la presenza su X (-4%) e su Flickr (-2%); si azzerava la presenza su Pinterest, non essendo stato rilevato nessun canale attivo nel 2025



Focus on: Altri social/3 – Whatsapp, Telegram e LinkedIn



- **WhatsApp:** utilizzato da un numero crescente di Comuni per la comunicazione diretta con i cittadini, sia sotto forma di canali broadcast, che con numeri dedicati, è uno strumento efficace per diffondere allerte, aggiornamenti, scadenze e informazioni sui servizi. È il più diffuso tra gli «altri social» rilevati: il 32% dei Comuni ha infatti un canale WhatsApp, e la percentuale sale al 69% nei Comuni grandi. Con una presenza discreta nel bolognese (29%) è invece meno utilizzato nel ferrarese ed in Romagna
- **Telegram:** offre una maggiore flessibilità rispetto a WhatsApp, soprattutto per la gestione di grandi volumi di utenti e contenuti. Ancora poco diffuso nei piccoli Comuni, risulta maggiormente presente nei Comuni più grandi, dove copre il 46%. È particolarmente utilizzato nel bolognese, con una diffusione del 33%.
- **LinkedIn:** sempre più adottato dagli enti locali, si presta alla condivisione di progetti, bandi, opportunità di lavoro e iniziative strategiche. E' il social che, in termini percentuali, è cresciuto di più, in particolare nei Comuni grandi dove è presente nel 92% dei casi, seguito da circa 59 mila follower, il 47% dei quali attribuibili al canale di Bologna. Tra i Comuni capoluogo, solo Piacenza non è ancora su questa piattaforma

La presenza dei Comuni emiliano-romagnoli sui social network/scheda di sintesi



Di seguito una tabella riassuntiva delle principali evidenze

| SOCIAL | DIFFUSIONE ISTITUZIONALE TRA I COMUNI ER | FUNZIONE DI COMUNICAZIONE | STILE E DATI PRINCIPALI |
|-----------|---|--|---|
| Facebook | Molto alta: 87% dei Comuni | Comunicazioni ufficiali, eventi, allerte, interazione con i cittadini | E' il social più diffuso, presente anche nei piccoli Comuni; oltre 2 milioni di follower; aggiornamento quotidiano nel 58% dei casi |
| Instagram | In crescita: 60% dei Comuni (+6%) | Promozione del territorio, campagne culturali, coinvolgimento di fasce di pubblico più giovane | Tono visivo e narrativo, meno formale; oltre 700 mila follower, 167 mila post; aggiornamento quotidiano nel 48% dei casi |
| YouTube | Limitata ai Comuni più grandi: 32% | Video istituzionali, sedute consiliari, interviste, documentazione di eventi | Contenuti strutturati e divulgativi, meno diffuso nei piccoli Comuni; 59 mila iscritti, 23 mila video, 11 milioni e mezzo di visualizzazioni; aggiornamento frequente nel 75% dei casi |
| WhatsApp | In forte espansione: 32% dei Comuni (+11%) | Canali broadcast, aggiornamenti diretti, allerte, scadenze | Alto tasso di lettura; comunicazione rapida; attenzione alla privacy |
| Telegram | In crescita: 14% dei Comuni (+2%) | Canali pubblici, bot informativi, aggiornamenti in tempo reale | Flessibile; adatto a grandi volumi; più diffuso nei Comuni digitalizzati |
| LinkedIn | In forte espansione: 10% dei Comuni (+9%) | Condivisione di progetti, bandi, opportunità di lavoro e iniziative strategiche | Orientato al networking professionale; efficace per comunicazioni istituzionali; contenuti autorevoli |



Questo documento, **“Benchmarking dell’innovazione nella PA Locale 2025 Social PA in Emilia-Romagna: Comuni del Coordinamento Agenda Digitale Emilia-Romagna”**, è distribuito con licenza Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-SA 4.0).

Per maggiori informazioni sulla licenza visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.it>

