

Benchmarking dell'innovazione nella PA Locale

Social PA in Emilia-Romagna: **Metodologia e Highlights**

Credits

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





Nota introduttiva e metodologica

- **L'indagine 2025** analizza la presenza della Pubblica Amministrazione locale dell'Emilia-Romagna sui principali social network (Facebook, Instagram, YouTube) e su altre piattaforme meno diffuse tra la PA (X, Pinterest, LinkedIn, Flickr, WhatsApp, Telegram)
- La rilevazione è stata condotta su **330 Comuni, 39 Unioni di Comuni, 8 Province e sulla Città metropolitana di Bologna**
- In considerazione del loro ruolo come «centri di competenza digitale», l'indagine include anche le **450 biblioteche comunali**, analizzate limitatamente ai social da loro più frequentemente utilizzati: **Facebook e Instagram**



Nota introduttiva e metodologica

Sono due le **principali novità** dell'edizione 2025:

- Tenuto conto del crescente coinvolgimento delle Unioni di Comuni nell'avvio del programma di supporto alla progettazione delle Agende Digitali Locali (ADL) promosso dalla Regione Emilia-Romagna nel biennio 2024-2025 e della nuova misurazione del DESIER provinciale, che ha preso avvio nel 2025, nel presente report vengono introdotte **due sezioni dedicate** all'analisi della presenza sui social di **Unioni e Province**
- Al fine **di garantire una maggiore comparabilità** tra le diverse tipologie di enti locali analizzati (Comuni, Unioni e Province), si è scelto di focalizzare l'ambito dell'analisi, esclusivamente sulle **pagine istituzionali**, cioè quelle che rappresentano l'amministrazione nel suo complesso e che comunicano informazioni generali, avvisi, eventi istituzionali, emergenze, ecc. Sono state invece escluse dalla rilevazione le **pagine settoriali**, cioè quelle gestite da uffici o servizi specifici che si concentrano su ambiti tematici quali turismo, cultura, ecc.
- Si precisa che, per quanto riguarda YouTube — strumento ampiamente utilizzato dagli enti locali per la trasmissione delle sedute del consiglio comunale — sono stati rilevati anche quei canali che si dedicano esclusivamente a tale attività. Tuttavia, i dati di questi canali, essendo di natura tematica, non confluiscono nell'analisi comparativa tra i soli canali istituzionali a contenuto generalista, ma concorrono alla definizione dell'indice di social networking

Si evidenzia inoltre che:

- Per tutti e tre i principali social analizzati, sono stati **esclusi dalla rilevazione i canali e le pagine inattive da oltre due anni**, anche qualora il relativo link fosse ancora presente sul sito web dell'Ente. Tale scelta consente di concentrare l'analisi sulle sole pagine mediamente attive. L'eventuale riattivazione di tali canali viene comunque monitorata.



- **La rilevazione è stata condotta tra il 19 giugno e l'11 luglio 2025 per Comuni, Province e biblioteche; la rilevazione delle Unioni è stata condotta il 5-6 agosto 2025**

Nota introduttiva e metodologica

Di seguito si riporta una **tabella sinottica** dove, per ciascuna tipologia di ente locale, vengono riportate le informazioni riguardanti: i social analizzati e la relativa metodologia di ricerca

ENTE LOCALE	SOCIAL INDAGATI	METODOLOGIA DI RICERCA
330 Comuni	Facebook (FB) Instagram (IG) YouTube (YT) Altri social (<i>X, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Whatsapp, Telegram, altri</i>)	Per FB, IG e YT: la ricerca è stata svolta consultando i siti web comunali, le piattaforme social e Google. Per gli Altri Social: tramite verifica della presenza delle icone social nella homepage dei siti web degli enti locali e sui relativi profili social, con accertamento della validità dei link. Per LinkedIn ricerca sulla piattaforma social
8 Province e Città Metropolitana di Bologna	Facebook (FB) Instagram (IG) YouTube (YT) Altri social (<i>X, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Whatsapp, Telegram, altri</i>)	Per FB, IG e YT: la ricerca è stata svolta consultando i siti web delle Province e di Città metropolitana di Bologna, le piattaforme social e Google. Per gli Altri Social: tramite verifica della presenza delle icone social nella homepage dei siti web degli enti locali e sui relativi profili social, con accertamento della validità dei link. Per LinkedIn ricerca sulla piattaforma social
39 Unioni di Comuni	Facebook (FB) Instagram (IG) YouTube (YT) Altri social (<i>X, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Whatsapp, Telegram, altri</i>)	Per FB, IG e YT: la ricerca è stata svolta consultando i siti web delle Unioni di Comuni, le piattaforme social e Google. Per gli Altri Social: tramite verifica della presenza delle icone social nella homepage dei siti web degli enti locali e sui relativi profili social, con accertamento della validità dei link. Per LinkedIn ricerca sulla piattaforma social
450 Biblioteche comunali	Facebook (FB) Instagram (IG)	La ricerca è stata svolta consultando i siti web delle biblioteche e sistemi bibliotecari provinciali di riferimento, le piattaforme social e Google.



Nota introduttiva e metodologica

- ✓ Per ciascuna pagina **Facebook** sono stati rilevati: la data di apertura, il numero di follower e la frequenza di pubblicazione dei post
- ✓ Per ciascun profilo **Instagram** sono stati rilevati: la data di apertura, il numero di post, il numero di follower e la frequenza di aggiornamento del profilo
- ✓ Per ciascun canale **YouTube**, sono stati rilevati: la data di apertura, il numero di iscritti, il numero complessivo di visualizzazioni, il numero di video pubblicati e la data dell'ultimo video pubblicato

Al fine di comprendere non solo la presenza istituzionale sui social, ma anche il **grado di utilizzo effettivo come strumento di comunicazione pubblica**, per ciascun profilo o canale social analizzato (Facebook, Instagram, YouTube), sono stati rilevati i principali indicatori di attività e aggiornamento

In particolare per **Facebook e Instagram** è stata valutata la **frequenza di pubblicazione** dei contenuti nel periodo di osservazione, distinguendo tra:

- **Quotidiana:** Pubblicazione costante, con contenuti quasi giornalieri. Il profilo mantiene una continuità evidente, senza lunghi intervalli vuoti.
- **Regolare:** Pubblicazione regolare, con più post al mese. Il profilo risulta attivo e aggiornato, pur senza una cadenza giornaliera.
- **Sporadica:** Pubblicazione irregolare, con pochi contenuti al mese o all'anno. Il profilo è tecnicamente attivo, ma non viene utilizzato in modo sistematico.

Per **YouTube**, lo **stato di aggiornamento del canale**, è stato invece valutato in base alla data dell'ultimo video pubblicato, distinguendo tra:

- **Frequente:** i canali che hanno pubblicato almeno un video negli ultimi 4 mesi
- **Sporadico:** i canali che presentano almeno un contenuto video nei 12 mesi precedenti alla rilevazione.



Nota introduttiva e metodologica

Di seguito si riporta una **tabella sinottica** dove, per ciascun social analizzato, vengono riportate le informazioni riguardanti: gli elementi rilevati per valutarne la frequenza di aggiornamento

PIATTAFORMA	ELEMENTI RILEVATI	INDICATORI DI ATTIVITÀ E AGGIORNAMENTO	FREQUENZA DI AGGIORNAMENTO
Facebook	Data di apertura Numero di follower Frequenza di pubblicazione dei post	Numero di post nel periodo di osservazione	Quotidiana: contenuti quasi giornalieri, senza lunghi intervalli Regolare: più post al mese Sporadica: pochi post al mese o all'anno
Instagram	Data di apertura Numero di post Numero di follower Frequenza di aggiornamento del profilo	Numero di post nel periodo di osservazione	Quotidiana: contenuti quasi giornalieri, senza lunghi intervalli Regolare: più post al mese Sporadica: pochi post al mese o all'anno
YouTube	Data di apertura Numero di iscritti Visualizzazioni totali Numero di video pubblicati Data dell'ultimo video	Data dell'ultimo video pubblicato	Fequente: almeno un video negli ultimi 4 mesi Sporadico: almeno un video nei 12 mesi precedenti





Gli Highlights

Focus on: Comuni

Social PA – Highlights Facebook 2025

- Facebook si conferma il **social più diffuso** tra i Comuni della Regione Emilia-Romagna: **l'87% dispone di una pagina istituzionale ufficiale**, facilmente riconoscibile come tale e facilmente rintracciabile sul motore di ricerca interno della piattaforma
- Il **47% degli account rilevati si concentra** intorno a **soli tre ambiti territoriali**, quello: bolognese (18%), modenese (15%) e reggiano (14%) con dati invariati rispetto al 2024
- La **dimensione dell'ente** non rappresenta più un fattore determinante per la diffusione della presenza su Facebook, ma **continua a influenzare la popolarità** delle pagine: i 13 Comuni di grandi dimensioni raccolgono circa un terzo del totale dei follower regionali
- Le **pagine Facebook** risultano generalmente **molto attive**: il **58% pubblica contenuti quotidianamente**, il 25% aggiorna con regolarità, mentre solo il 17% presenta una frequenza di aggiornamento sporadica
- Il **maggior indice di copertura si registra nel territorio di Ravenna**, dove tutti i 18 Comuni dispongono di un account Facebook istituzionale, raggiungendo così il **100% di presenza**. Il ravennate è anche l'ambito con la più elevata frequenza di aggiornamento: **il 94% delle pagine pubblica contenuti quotidianamente**



Social PA – Highlights Instagram 2025

- Il **60% dei Comuni** della Regione Emilia-Romagna è **presente su Instagram**; tuttavia gli account non sono sempre facilmente rintracciabili sul motore di ricerca interno della piattaforma, né chiaramente riconoscibili come pagine «istituzionali»
- La diffusione di Instagram tra la PA locale mostra un quadro **in continua crescita con un incremento del 6% rispetto al 2024**
- **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
- La classe dimensionale degli enti continua ad influenzare il dato di presenza su Instagram: solo i Comuni di grandi dimensioni, risultano già tutti attivi su Instagram e le loro pagine sono anche le più seguite. I **13 Comuni grandi** raccolgono infatti il **53% dei follower complessivi**
- I profili analizzati mostrano un **buon livello di attività**: il **48% pubblica contenuti quotidianamente**, il **27% aggiorna con regolarità**, mentre il rimanente 25% presenta una frequenza di aggiornamento sporadica
- Il **territorio ravennate evidenzia la maggiore copertura**: l'**89%** dei suoi Comuni è presente su questa piattaforma, distinguendosi inoltre per la frequenza di aggiornamento: il **69% dei profili pubblica quotidianamente**



Social PA – Highlights YouTube 2025

- Il **32%** dei Comuni della Regione Emilia–Romagna è presente su YouTube con **un proprio canale istituzionale**, attraverso il quale vengono pubblicati contenuti riguardanti le attività dell’ente
- Pur trattandosi di una piattaforma molto consolidata, la **dimensione comunale continua ad influenzarne la diffusione**: i canali dei Comuni di dimensioni minori rappresentano solo il 9 del totale e il loro peso sulla distribuzione percentuale del totale iscritti, video pubblicati e loro visualizzazioni non supera l’1%
- L’**indice di presenza** evidenzia una copertura superiore alla media regionale nei territori del **bolognese (56%), modenese (47%), reggiano (43%) e ferrarese (33%)**
- Lo stato di aggiornamento è generalmente buono: **nel 75% dei casi** è stato pubblicato 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



Social PA – Highlights altri social 2025

- 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
- Il **45%** dei Comuni della Regione Emilia-Romagna è **presente su almeno un «altro social»** tra quelli analizzati
- Il **fattore dimensionale dei Comuni è un discrimine per la loro diffusione**: il range di presenza va infatti dal 100% dei Comuni di grandi dimensioni al 19% di quelli micro
- Il **38%** dei 229 canali è concentrato nei Comuni di **medie dimensioni** ed il **27%** nei **Comuni del bolognese**
- Il **social più diffuso è Whatsapp presente nel 32% di Comuni**, segue **Telegram presente nel 14% dei Comuni** e **LinkedIn** che raggiunge una copertura del **10% dei Comuni**



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

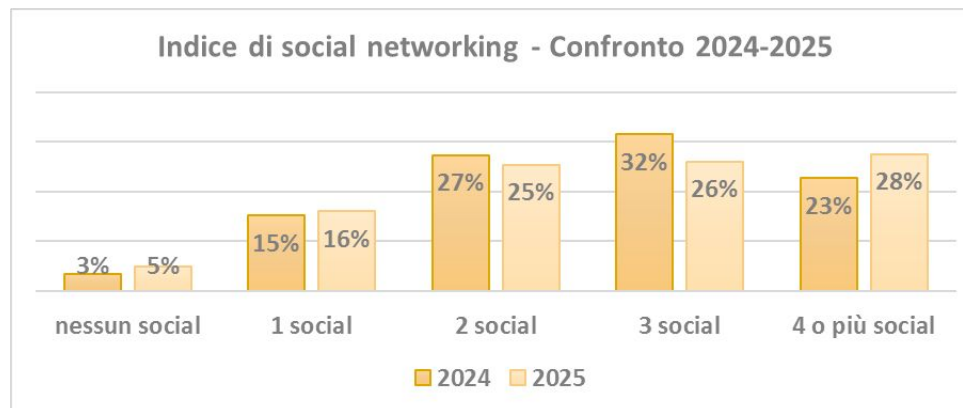
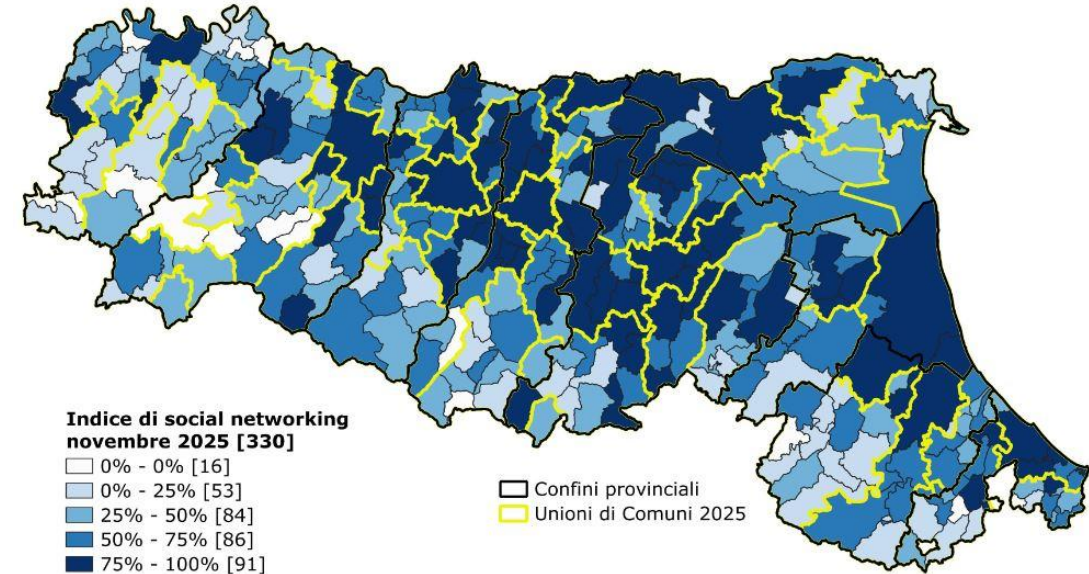
Di seguito una tabella riassuntiva delle principali evidenze

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



L'indice di social networking 2025

- I Comuni che nel 2025 sono presenti **su tutti i social** oggetto di questa analisi (FB, IG, YT e «altri social») sono 91 (**pari al 28%**) con un incremento di 5pp rispetto al 2024; su tale risultato influisce l'incremento rilevato per Altri social, in particolare di Whatsapp, Telegram e LinkedIn
- Risulta invece in calo il numero di Comuni presente su 2 o 3 social (rispettivamente di -2pp e -5pp); in crescita invece i Comuni presenti solo su 1 social (+1pp) e nessun social (+2pp). Su questi risultati influiscono i dati in calo di FB, IG e YT, dovuti soprattutto alla scelta metodologica di escludere dalla rilevazione i canali inattivi ed i canali turistici
- **I Comuni capoluogo hanno un indice di social networking pari al 100%**
- Diventano quattro (+2) i Comuni di micro dimensioni con un indice di social networking pari a 100%: **Alta Val Tidone (PC), Monchio delle Corti (PC), Lizzano in Belvedere (BO) e San Leo (RN)**
- Salgono a 16 (+5) i Comuni **non presenti su alcun social** di cui 6 si trovano nel piacentino e 5 nel parmense. Ad eccezione di Rottofreno (PC), sono tutti Comuni di micro dimensioni

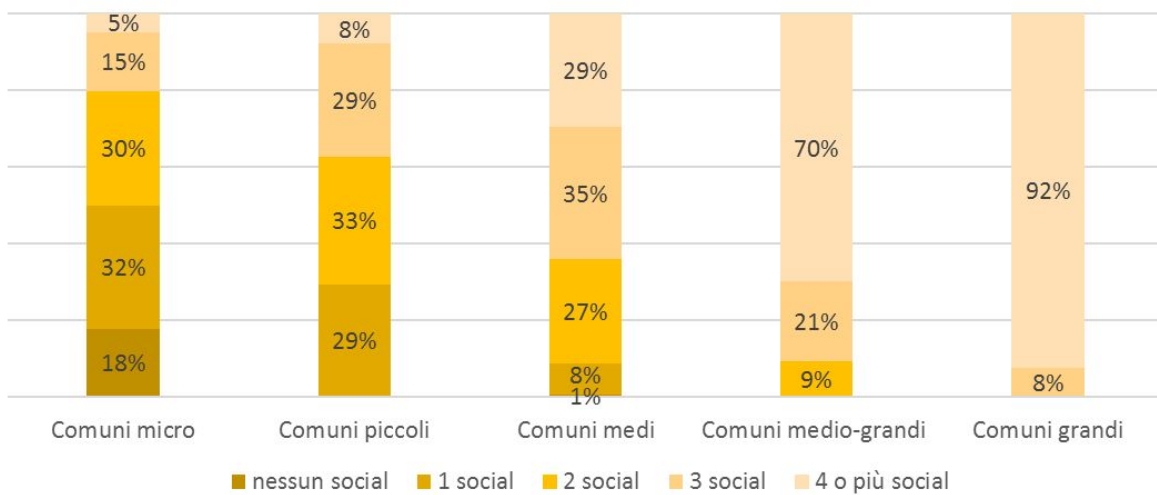


L'Indice di social networking misura la presenza dei Comuni emiliano-romagnoli simultaneamente su più social network: **Facebook, Instagram, Youtube e altri social** (X, Flickr, Pinterest, Whatsapp, Telegram, LinkedIn e altri). Nel 2025 la media regionale raggiunge il 64%

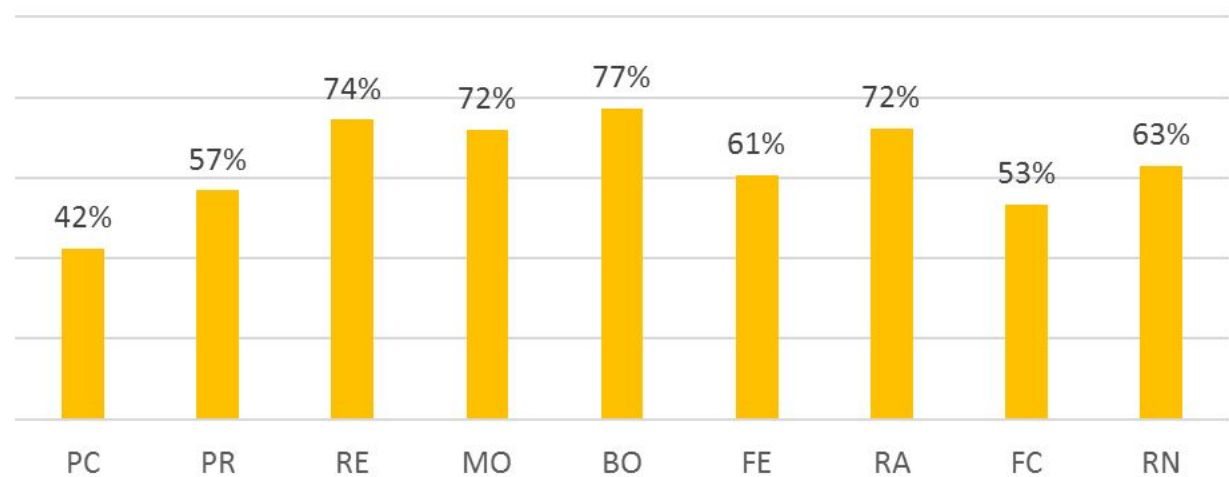
L'indice di social networking 2025

- La classe dimensionale dei Comuni ha un evidente impatto sulla distribuzione dell'indice di social networking: **solo i Comuni di maggiori dimensioni vedono una presenza importante su 4 o più social**
- Gli ambiti provinciali che si collocano al di **sopra della media** sono: **Bologna, Reggio nell'Emilia, Modena e Ravenna**. I territori più scoperti sono quelli del piacentino con la media del 42%.

Indice di social networking e classe dimensionale



Indice di social networking e media provinciale





Gli Highlights

Focus on: Unioni di Comuni

Social PA – Highlights Unioni di Comuni 2025



- **Il 72% delle Unioni di Comuni è presente su almeno una piattaforma social** tra quelle analizzate, mentre il restante 28% (pari ad 11) non risulta attiva su nessun social
- Sono quattro (**pari al 10% del totale**) le Unioni di Comuni presenti **contemporaneamente su tutti i social**: Unione Bassa Reggiana (RE), Unione delle Terre d'Argine (MO), Unione Terre di Castelli (MO) e Nuovo circondario imolese (BO)
- L'analisi dei dati evidenzia **Facebook come il social più radicato** sul territorio regionale: è presente nel 59% delle Unioni di Comuni, con 23 pagine rilevate
- **Youtube risulta il secondo canale più diffuso: il 51%** delle Unioni (pari a 20) è infatti presente su questa piattaforma, con un proprio canale istituzionale
- E' stata evidenziata una presenza discreta anche sulla piattaforma LinkedIn, dove hanno un proprio canale il 33% delle Unioni (pari a 13). Il social meno diffuso per questa tipologia di ente è **Instagram** dove i canali rilevati **sono 8, pari al 21% delle Unioni**
- I canali social delle Unioni presentano una **certa regolarità nella pubblicazione di contenuti**: ciò avviene in **oltre il 60% degli account Facebook e Instagram** e **nell'80% dei canali YouTube**



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



Di seguito una tabella riassuntiva delle principali evidenze

PIATTAFORMA SOCIAL	NUMERO CANALI/PAGINE/PROFILI	DIFFUSIONE TRA LE UNIONI DI COMUNI ER	FREQUENZA DI AGGIORNAMENTO	UNIONI PIÙ ATTIVE
Facebook	23 pagine	59%	quotidiana: 39% regolare: 22% sporadica: 39%	Bassa Romagna (15.000 follower), Reno Galliera, Appennino Bolognese
Instagram	8 profili	21%	quotidiana: 13% regolare: 50% sporadica: 38%	Terre d'Argine (900 follower), Terre d'Acqua, Nuovo Circondario Imolese
YouTube	20 canali	51%	frequente: 80% sporadica: 20%	Romagna Faentina (400.000 visualizzazioni), Pedemontana Parmense
Altri social (X, LinkedIn, WhatsApp, Telegram)	19 canali di cui 13 su LinkedIn	38% 33% riferito a LinkedIn		Bassa Romagna (1.813 follower LinkedIn), Terre d'Argine (1.093 follower LinkedIn)





Gli Highlights

Focus on: Province

Social PA – Highlights Province 2025

- Tutte le Province dell'Emilia-Romagna sono presenti su **almeno una piattaforma social** tra quelle analizzate
- In particolare, Reggio Emilia, la Città Metropolitana di Bologna e Forlì-Cesena, sono **attive su tutti i canali considerati**, dimostrando una strategia comunicativa multicanale
- **Facebook** è la piattaforma **social più diffusa: 7 le Province** dispongono di una pagina attiva su questo social, con l'eccezione di Parma e Rimini che non risultano ancora presenti. Tuttavia il **90% dei follower è concentrato su tre Province soltanto: Bologna, Reggio Emilia e Modena**. La pagina più seguita in assoluto è quella della Città Metropolitana di Bologna
- **Youtube ed Instagram risultano entrambi utilizzati da 5 Province**. Anche su queste piattaforme, la Città Metropolitana di Bologna si distingue per il maggior numero di follower
- **LinkedIn è anch'esso piuttosto diffuso**: sono stati rilevati **sei profili provinciali attivi**, tra cui spicca ancora una volta quello della Città Metropolitana di Bologna per livello di attività
- I principali canali social delle Province mostrano una certa **regolarità nella pubblicazione dei contenuti**, segno di una gestione attenta e continuativa della comunicazione istituzionale



La presenza delle Province sui social network/scheda di sintesi

Di seguito una tabella riassuntiva delle principali evidenze

PIATTAFORMA SOCIAL	NUMERO CANALI/PAGINE/PROFILI	DIFFUSIONE TRA LE PROVINCE ER	PROVINCE PIÙ ATTIVE
Facebook	7 pagine	78%	Città metropolitana di Bologna con 37 mila follower, pari al 50% del totale
Instagram	5 profili	56%	Città metropolitana di Bologna con 18 mila follower, pari al 77% del totale
YouTube	5 canali	56%	Città metropolitana di Bologna con 546 mila visualizzazioni, pari al 60% del totale
Altri social (X, LinkedIn, WhatsApp, Telegram)	10 canali di cui 6 su LinkedIn	67%	Città metropolitana di Bologna e Provincia di Forlì-Cesena sono le uniche a postare





Gli Highlights

Focus on: Biblioteche comunali

Social PA – Highlights biblioteche comunali 2025

- Nel 2025 il **79% delle 450 biblioteche comunali** (centrali, decentrate e punti di lettura) è presente su **almeno una delle due piattaforme social** analizzate – Facebook e Instagram
- **Facebook risulta il canale social più utilizzato, con 352 biblioteche attive (pari al 78%),** mentre Instagram è adottato da 205 biblioteche (46%).
- Il **37% delle biblioteche** attive su almeno una delle due piattaforme social analizzate è localizzata in **Comuni di medie dimensioni. Il fattore dimensionale è rilevante solo per la presenza su Instagram,** dato che è solo nei Comuni di maggiori dimensioni che si registrano percentuali significativamente maggiori alla media regionale.
- Delle **356 biblioteche attive su almeno una delle due piattaforme social il 25%** (pari a 90 biblioteche) è **concentrato nel territorio bolognese.** Il maggior indice di presenza delle biblioteche sui social si registra però nel **ravennate,** dove si raggiunge il **98% di presenza su Facebook ed il 63% su Instagram**
- Sono stati rilevati **434 account «unici»** seguiti complessivamente da **660 mila follower di cui l'80% relativi alle 285 pagine «uniche» Facebook.** La frequenza di aggiornamento degli account risulta regolare nel 60% dei casi
- Complessivamente gli account social delle biblioteche dei Capoluoghi raccolgono circa **239 mila follower, pari al 36% del totale regionale.** Tra questi le **biblioteche del Comune di Bologna,** con oltre **96 mila follower,** ne rappresentano la quota più consistente, concentrando il 40% del totale follower dei Capoluoghi
- Tra le prime dieci biblioteche più seguite su Facebook, spiccano la **Biblioteca Sala Borsa, che è la più seguita con oltre 41.000 follower** e la **Biblioteca dell'Archiginnasio, con più di 13.000 follower**

Presenza social delle biblioteche comunali/scheda di sintesi

Di seguito una tabella riassuntiva delle principali evidenze

PIATTAFORMA SOCIAL	NUMERO PAGINE/PROFILI	DIFFUSIONE TRA LE BIBLIOTECHE	FREQUENZA DI AGGIORNAMENTO	NUMERO FOLLOWER
Biblioteche con pagina Facebook	352	78%		
Biblioteche con profilo Instagram	205	46%		
Biblioteche con almeno un canale social	356	79%		
Pagine "uniche" su Facebook	285		quotidiana: 28% regolare: 32% sporadica: 41%	526.893
Profili "unici" su Instagram	149		quotidiana: 29% regolare: 29% sporadica: 42%	133.427



Questo documento, **“Benchmarking dell’innovazione nella PA Locale 2025 Social PA in Emilia-Romagna: Metodologia e Highlights 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>