FPA DATA INSIGHT

CENTRO STUDI SULL'INNOVAZIONE NELLA PA

SOCIAL CITIES 2019

ANTEPRIMA DI ICITY RANK 2019

#4
NOVEMBRE 2019

FPA DIGITAL 360

I contenuti sono rilasciati nei termini della licenza
Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 3.0 Italia (CC BY-NC-SA 3.0 IT)

Finito di impaginare: novembre 2019

FPA DATA INSIGHT

SOCIAL CITIES 2019

Anteprima di "ICity Rank: la classifica delle città intelligenti"

L'indagine sulle città e i social media che ogni anno FPA cura in occasione di ICity Rank - la classifica delle città intelligenti - prende in considerazione alcuni elementi di valutazione: la strategia di presenza delle città sui social in termini di numero di profili e loro visibilità sui siti web istituzionali; la produzione di contenuti social, sia in termini di quantità di post su Facebook e Twitter e di video su YouTube, che di frequenza e tempestività dell'aggiornamento; la popolarità e l'autorevolezza riconosciuta alle città dai propri pubblici di riferimento, misurata in termini di tasso di penetrazione e di engagement. Questi i risultati dell'indagine "Social Cities 2019".

LA CLASSIFICA

Torino si conferma, anche per il 2019, il Comune capoluogo più social d'Italia, seguito da Bologna, Napoli, Firenze, Roma, Cagliari e Venezia. Sono queste secondo FPA le città che nel 2019 hanno maggiormente consolidato la propria capacità e i propri strumenti di comunicazione con i cittadini attraverso i canali social.

A portare Torino sul podio, la propria presenza su 7 diverse piattaforme, ben segnalata nella propria Home Page. Un'intensa produzione di contenuti: il capoluogo piemontese nell'ultimo anno ha fatto 800 Tweet, ha caricato 75 video su YouTube e posta su Facebook oltre 2 post al giorno. I suoi post su Instagram sono, al 2019, 3.755. Su tutti i profili social riesce a tenere un aggiornamento pressoché quotidiano. Questo ha fatto guadagnare alla Città di Torino una solida comunità di riferimento che conta: 123mila "like" alla sua pagina FB (l'equivalente del 14% della sua popolazione residente); 220mila followers su Twitter (vale a dire il 25,1% della popolazione residente); un totale di oltre 1,2 milioni di visualizzazioni su YouTube e poco meno di 33mila fan su Instagram.

Ottimi i riscontri anche per Bologna, a pochissimi punti di distanza da Torino, che ha un presidio costante e attento su tutti i suoi canali social e, in particolare, su Twitter e Facebook. Napoli su YouTube non teme la concorrenza: ha superato i 5.000 video caricati, ma al di là del numero, dietro c'è una strategia evoluta di uso dei contenuti video su quello che sembra essere destinato a diventare il più rilevante dei social network.

Dietro alla performance sui social di città come Torino, Bologna, Napoli, ma anche Firenze, Roma, Cagliari e Venezia ci sono competenze specialistiche e dedicate, ci sono piani editoriali, strumenti e risorse, c'è una buona conoscenza delle potenzialità dei social media, c'è un approccio più evoluto alla comunicazione pubblica. Ma, così come per le altre aree funzionali, anche nel settore della comunicazione per molti comuni più piccoli e meno strutturati si riscontrano grandi difficoltà a individuare personale con competenze adeguate e a dedicarlo esclusivamente alla cura e all'implementazione dei profili social.

Tab. 1 – Le prime 20 social cities per il 2019

Rank	Città	Punteggio	Rank	Città	Punteggio
1	**Torino**	792,8	11	Reggio nell'Emilia	630,4
2	**Bologna**	781,0	12	Pordenone	626,7
3	**Napoli**	707,7	13	Genova	616,0
4	Firenze	704,6	14	Bergamo	605,1

5	Roma	704,2	15	Ferrara	585,7
6	Cagliari	672,0	16	Pavia	584,0
7	Venezia	666,5	17	Trieste	575,8
8	Modena	659,1	18	Vicenza	575,0
9	Milano	658,2	19	Parma	574,8
10	Rimini	649,6	20	Frosinone	564,3
Fonte: FPA – Icity Rank 2019 - rilevazione ottobre 2019					

LE TENDENZE

Rispetto al 2018, l'osservazione degli account social dei comuni capoluogo fatta da FPA ci riporta alcune tendenze interessanti:

- Cresce la presenza e la differenziazione delle città sui social. Sono 100 su 107 i Comuni capoluogo presenti e, seppure 1/5 di questi abbia aperto un solo profilo, crescono – rispetto agli anni passati – le città che differenziano la propria strategia social: in 70 hanno più di tre profili su diverse piattaforme, a riprova del fatto che anche nelle città cresce la consapevolezza che le diverse piattaforme social equivalgono a pubblici e linguaggi diversi.
- Il social più amato dalle città è ancora Facebook, in 87 vi hanno aperto una pagina istituzionale, ma YouTube, con gli 86 canali aperti dalle città capoluogo, lo ha sostanzialmente raggiunto guadagnando solo nel 2019 ben 15 nuove adesioni. In aumento anche le città che scelgono Instagram, 10 in più dell'anno scorso, per un totale di 36. Twitter, invece, perde un po' la presa e vede nell'ultimo anno qualche città uscire dalla propria piattaforma e qualche altra smettere di aggiornare il proprio account. Ciò nonostante, anche su questo social network si trovano ben 75 comuni capoluogo.
- Cresce nel complesso il numero di cittadini che seguono i profili delle proprie città sui social: su Facebook le città hanno una popolazione di fan di oltre 2,3 milioni, hanno guadagnato nell'ultimo anno oltre 400mila like in più. Su Twitter nell'insieme le città hanno radunato intorno ai propri contenuti oltre 1,6 milioni di persone (74mila in più del 2018). Su Instagram per solo 36 città presenti si contano oltre 360mila followers e su YouTube i video pubblicati dalle città hanno ricevuto più di 24 milioni di visualizzazioni.
- La tendenza alla "stories-ficazione" della comunicazione è arrivata anche nella comunicazione pubblica: le città si stanno adeguando alle nuove tendenze in fatto di social network e questo comporta anche l'adozione di un linguaggio più semplice e meno strutturato. Aumentano le città che comunicano attraverso le immagini, cresce l'uso dello streaming su Facebook e YouTube, cresce il ricorso alle stories su Facebook e su Instagram.
- Da tutti i dati rilevati emerge una maggiore attenzione e un maggior investimento sulla comunicazione social, tuttavia le scelte delle città si stanno attestando su una funzione che è decisamente più vicina all'informazione che al dibattito. Basti considerare che solo su 28 delle 87 pagine istituzionali presenti su Facebook gli utenti sono autorizzati a postare propri commenti.

GLI ITALIANI, I SOCIAL E LE CITTA'

Nel 2019 gli italiani su internet sono quasi 55 milioni e passano online una media di 6 ore al giorno, tutti i giorni (Dati We are social, 2019). Di questi, 35 milioni risultano essere utenti attivi sui social e il tempo giornaliero che passano sulle piattaforme social è di 2 ore al giorno.

Tab. 2 – Gli italiani su internet nel 2019		
2019	**Milioni**	**Tasso di Penetrazione**
Utenti Internet	54,8	92%
Utenti attivi sui social	35	59%
Utenti attivi sui social da Mobile	31	52%
Fonte: We are social, 2019		

In fatto di preferenze **YouTube** e **Facebook** (sia come piattaforma, sia soprattutto come ecosistema in senso più ampio, includendo quindi **Whatsapp**, **Messenger**, **Instagram**) svettano su tutti, seguiti a notevole distanza da Twitter, LinkedIn e Skype. Dal lato dell'utenza è comunque molto forte il principio di differenziazione: gli italiani hanno in media **profili su oltre 7 piattaforme social diverse**.

Tab. 3 - I 10 social Media preferiti dagli italiani		
Numero medio di profili su piattaforme social	*7*	
Social Media/Messenger-Voip	% di italiani che dichiara di usare la piattaforma	
YouTube	87	
Whatsapp	84	
Facebook	81	
Instagram	55	
FB Messenger	54	
Twitter	32	
LinkedIn	29	
Skype	27	
Pinterest	24	
Snapchat	12	
Tumblir	12	
Fonte: We are social, 2019		

Numeri, quelli sulla cittadinanza social, che spingono anche le città a presidiare le nuove piazze virtuali, investendo sui social network, integrandoli - spesso anche in maniera significativa - nelle proprie strategie di comunicazione istituzionale.

Delle 107 città capoluogo analizzate annualmente da FPA in occasione di "ICity Rank: la classifica delle città intelligenti", **quelle presenti sui social con almeno un profilo attivo nel 2019 sono 100.** Ancora fuori 7 città medio piccole del nord e del sud del Paese: Asti, Chieti, Vibo Valentia ed Enna,

storicamente assenti dai social, alle quali si aggiungono Agrigento, Teramo e Taranto che hanno fatto marcia indietro e, in alcuni casi, dismesso account non aggiornati da anni.
In media le città capoluogo sono attive su poco meno di due piattaforme social-voip-messanger, media dietro la quale vediamo, da un lato, circa 1/5 di città che hanno attivato un solo account e, dall'altro, un gruppo ristretto di città che hanno scelto di comunicare e avviare comunità su diverse piattaforme e attraverso linguaggi differenti. È il caso, ad esempio, di Ferrara, Reggio Emilia e Torino: presenti su ben 7 social network. Tre città con strategie diverse che condividono un uso diffuso e maturo delle tecnologie social, voip e messenger. Si pensi all'uso che Reggio Emilia fa di Telegram: oltre a far arrivare ogni giorno agli oltre 2700 cittadini iscritti al canale notizie del Comune e informazioni su eventi, viabilità, bandi e avvisi pubblici, meteo ecc., il Comune ha anche avviato un canale rivolto ai genitori dei nidi e delle scuole d'infanzia.
Di grande interesse anche la skill "Città di Torino News", sperimentata dalla Città di Torino i cui cittadini possono quotidianamente chiedere ad Alexa "quali sono le notizie di oggi?" per avere notizie sulla viabilità, ma anche i titoli degli articoli presenti sulle altre testate, sempre della Città di Torino, come TorinoClick, Cittagora, TorinoGiovani e In PiemonteInTorino. Puntano a una grande differenziazione dei propri canali anche un altro gruppo nutrito di città del nord: Bergamo, Modena, Bologna (6 profili attivi), ma anche Cuneo, Milano, Vicenza, Pordenone, Livorno, Parma, Rimini (5 profili attivi). E un gruppo più ristretto di città del centro-sud: Roma, Pescara, Napoli, (5 profili attivi).

Tab. 4 - La presenza sui social - Le 16 città più presenti sui social per indice di presenza (numero dei social attivi e segnalazione sul sito istituzionale) e le città assenti.

Le città più presenti sui social (città che hanno attivato più canali social)	Le città assenti sui social
Reggio nell'Emilia, Torino, Ferrara (7)	Asti, Agrigento, Teramo, Chieti, Taranto, Vibo Valentia, Enna
Bergamo, Modena, Bologna (6)	
Cuneo, Milano, Vicenza, Pordenone, Parma, Rimini, Roma, Pescara, Napoli, Livorno (5)	

Fonte: FPA – ICity Rank 2019 - rilevazione ottobre 2019

Le nostre città comunicano prevalentemente su Facebook, arrivato - nel 2019 - ad ospitare 87 pagine ufficiali di comuni capoluogo che nel complesso contano oltre 2,3 milioni di iscritti. **Tuttavia, YouTube sta prendendo la rincorsa** anche nella comunicazione pubblica. Rispetto al 2018, quest'anno 15 enti in più vi hanno aperto il proprio canale.
In **forte crescita** nel 2019 sono anche le amministrazioni comunali che hanno aperto un canale **Instagram**, 10 in più dell'anno scorso per un totale di 36 città su 107, che nell'insieme contano oltre 360 mila followers. La tendenza alla "stories-ficazione" della comunicazione è arrivata anche nella comunicazione pubblica. Le città si stanno adeguando alle nuove tendenze in fatto di social network e questo comporta anche l'adozione di un linguaggio più semplice e meno strutturato.
Il numero di città che tengono informati i propri cittadini attraverso **Twitter** si presenta invece **leggermente in calo** rispetto all'anno precedente: 4 le città che hanno chiuso il proprio account nel 2019. Ciò nonostante, il 70,1% dei comuni capoluogo è su Twitter e il totale dei followers dei loro canali istituzionali supera 1,6 milioni. Più timida è invece la presenza delle città su **Flickr**, che al momento attuale ospita solo 11 delle 107 città capoluogo, Pinterest, LinkedIn, Whatsapp e Telegram.

Tab. 5 - I social media preferiti dalle città					
	2017 (v.a)	**2018 (v.a.)**	**2019 (v.a)**	**2019 (%)**	**N. followers totali**
Città che sono presenti su almeno un social media	94	99	100	93,5	-
Città che non sono presenti su nessun social media	12	8	7	6,5	-
Facebook	85	82	87	81,3	2.387.189,0
YouTube	67	71	86	80,4	44.139
Twitter	73	79	75	70,1	1.690.627
Instagram	21	26	36	33,6	361.400
Flickr	15	13	11	10,3	n.r
Google +	13	13	-	-	-
Pinterest	5	4	4	3,7	n.r
LinkedIn/ SlideShare		4	4	3,7	n.r
Telegram		5	8	7,5	n.r
Whatsapp		5	5	4,7	n.r
Fonte: FPA – ICity Rank 2017, 2018, 2019					

Analizziamo di seguito la strategia delle città sulle diverse piattaforme.

FACEBOOK

Facebook è – ancora nel 2019 – il social network più presidiato dalle città, che lo usano per informare i cittadini e per dare visibilità alle proprie iniziative. Sono pochi gli enti che sviluppano su Facebook comunità, dibattiti, confronti e una comunicazione realmente interattiva con la propria utenza. Basti considerare che solo su 28 delle 87 pagine istituzionali presenti su Facebook gli utenti sono autorizzati a postare propri commenti.

Non è su Facebook che le città interagiscono con i cittadini, qui piuttosto li informano in maniera tempestiva e sempre più efficace. Tra le città che hanno ricevuto più "mi piace" nell'ultimo anno svetta senz'altro Napoli che dal 2018 ad oggi ha conquistato oltre 45mila "like", seguita da Milano e Roma. Queste due sono anche le due città che, insieme a Torino, contano il più alto numero di "like" totali alla pagina. Tuttavia, se confrontiamo il numero di "like" alla popolazione residente e ragioniamo in termini di tasso di penetrazione della popolazione, i tre capoluogo metropolitani cedono il podio alle ben più piccole e provinciali, Crotone, Verbania, Pesaro, centri medio piccoli in cui la comunità di seguaci online è superiore al 40% della popolazione.

Tab. 6 - La performance dei comuni su Facebook nel 2019			
Le città con il più alto numero di "like" su FB	**Le città con il più alto numero di "like" su FB in relazione alla popolazione**	**Le città con più "Mi piace" conquistati nell'ultimo anno**	**Le città che postano di più su FB (post al giorno)**
Roma (422.898)	Crotone (44,9%)	Napoli (+ 45.554)	Roma (6,7)
Milano (169.948)	Verbania (44,2%)	Milano (+ 26.237)	Palermo (6,7)
Torino (122.947)	Pesaro (40,5%)	Roma (21.510)	Ascoli Piceno (6,7)
Fonte: FPA – ICity Rank 2019 - rilevazione ottobre 2019			

Con riferimento ai contenuti delle città su Facebook, dall'osservazione delle dinamiche dell'ultimo anno è possibile evidenziare una crescente attenzione delle città all'aggiornamento: nella rilevazione, effettuata nella prima metà del mese di ottobre, 80 delle città avevano infatti pubblicato almeno un post nell'ultima settimana, 5 nell'arco delle precedenti due settimane e solo in due casi l'ultimo post sul sito era datato oltre i 5 mesi precedenti. In media le città pubblicano 2,3 post la settimana, media che sale a 6,7 per le pagine dei Comuni di Roma Capitale, Palermo, Ascoli Piceno. **In forte aumento anche il ricorso ai video nativi su Facebook e ai live streaming di eventi e iniziative**, a riprova del fatto che anche per le PA la comunicazione si spinge sempre di più verso il linguaggio delle immagini, più semplici da leggere, più agili nella comprensione e più facili da condividere.

TWITTER

Su 107 città, 75 hanno un proprio account su Twitter, ma analizzandone l'uso troviamo un quadro estremamente eterogeneo sia in termini di aggiornamento, continuità e intensità delle comunicazioni, sia per la capacità di creare interesse e comunità intorno ai propri contenuti. Vediamo di seguito come si comportano le città rispetto a questi due elementi che caratterizzano Twitter.

Aggiornare costantemente e tempestivamente i contenuti. Su Twitter, forse più ancora che sugli altri social network, la velocità e la brevità che caratterizzano i contenuti condivisi rende necessario un presidio costante e vigile da parte delle amministrazioni pubbliche, con una frequenza di aggiornamento che deve essere pressoché quotidiana. Non tutte le amministrazioni locali sono chiaramente strutturate per poter sostenere questo tipo di comunicazione. Vedendo i dati relativi ai 75 comuni capoluogo con un proprio canale istituzionale su Twitter, nel 2019 osserviamo attitudini estremamente eterogenee: 1 città - Venezia - nelle ultime 60 settimane ha fatto circa 16.000 tweet, vale a dire grosso modo 265 tweet la settimana; 6 città ne hanno fatti tra i 50 e i 100; 23 i comuni che si attestano invece tra i 10 e i 50; 38 quelli che invece hanno una media inferiore ai 10 tweet alla settimana e, tra queste ultime, se ne contano una decina con una sostanziale inattività negli ultimi mesi.

Tab. 7 – Le 10 città che più hanno usato Twitter nell'ultimo anno

	Numero di Tweet totali nel 2018	Numero di Tweet totali nel 2019	Tweet postati nell'ultimo anno	Numero di tweet medi alla settimana
Venezia	33100	49000	15.900	265,0
Palermo	18800	23800	5.000	83,3
Bologna	65800	70700	4.900	81,7
Roma	37000	41700	4.700	78,3
Firenze	29000	33000	4.000	66,7
Genova	22500	25800	3.300	55,0
Trieste	20500	23700	3.200	53,3
Bergamo	13400	16000	2.600	43,3
Reggio nell'Emilia	13000	14900	1.900	31,7
Rimini	9932	11800	1.868	31,1

Fonte: FPA – ICity Rank 2018, 2019

Creare comunità e interesse intorno ai propri contenuti. La velocità e la quotidianità dell'aggiornamento delle informazioni è condizione necessaria ma non sufficiente per avere risonanza e popolarità su Twitter, capacità, quest'ultima, che tipicamente si misura prendendo in considerazione il numero di follower, il tasso di penetrazione (follower/popolazione residente) e il rapporto tra following e followers.
Le Big Town di Twitter per **numero di follower** sono senza dubbio Roma, Milano e Torino che hanno rispettivamente un numero di follower di 466mila per Roma, 346mila per Milano e 220mila per Torino. Che corrispondono a 15,5% dei cittadini per Roma, 24,3% per Milano e 24,5% per Torino. Ma la città che vanta **la community più ampia rispetto alla propria popolazione** è Firenze, che è seguito da un numero di followers pari al 25,9% della propria cittadinanza. Interessante anche il tasso di penetrazione di Torino e Milano con un 25,1% e Cagliari con un 21,5%.
Tuttavia, se ci interessa capire il **livello di interazione** con i propri cittadini virtuali dobbiamo andare a guardare il **rapporto tra following e followers**. Se si hanno solo followers, alla base della strategia di presenza sui social dell'amministrazione c'è uno sbilanciamento verso l'informazione; è il caso di 57 dei 75 comuni su Twitter e tra questi troviamo Venezia, Roma, Torino, Bari o Genova. Queste, a fronte di account aggiornati, attivi e ben seguiti, hanno un numero di following praticamente inesistente. Che è addirittura pari a zero in 4 città: Siena, Novara, Crotone, Pescara.
Se al contrario, il numero delle persone che seguo è equivalente o quanto meno equilibrato a quello di chi mi segue e si tiene aggiornato sui miei contenuti, allora potremmo interpretare tale metrica come **capacità di engagement**. Interessante il dato di città come Nuoro, Varese, Rimini, Caserta, Alessandria: amministrazioni che hanno un rapporto tra following e followers compreso tra 1 e 0,3. Ci sono poi due città - Campobasso e Monza – in cui si contano più following che followers, per le quali l'ascolto è evidentemente prevalente rispetto al bisogno di dare informazioni e raccontare di sé, ma che forse dovrebbero rivedere, almeno in parte, la propria strategia di presenza su Twitter.

Tab. 8 – La performance dei Comuni su Twitter

Le città con più Follower su Twitter	Le città con il più alto numero di "Follower" su Twitter in relazione alla popolazione	Rapporto Following/ Follower	Le città che hanno guadagnato più Follower su Twitter nel 2019
Roma (466.000)	Firenze (25,9%)	tanti following e pochi follower>1 = 2 comuni capoluogo	Roma 20.000 (+4,5%)
Milano (346.000)	Torino e Milano (25,1%)	buon rapporto tra follower e following Tra 1 e 0,2 = 15 comuni capoluogo	Milano 14.000 (+4,2%)
Torino (220.000)	Cagliari (21,5%)	tanti follower e pochissimi following < 0,2 = 57 comuni capoluogo	Napoli 7000 (+6,1%)

Fonte: FPA – ICity Rank 2019 - rilevazione ottobre 2019

YOUTUBE

La presenza delle città su YouTube, è senz'altro in evoluzione. Se all'inizio, infatti, questo era il mezzo più pratico per archiviare i video dei consigli comunali o per vederli in streaming ora i canali delle

città stanno cambiando target e obiettivi, puntando sempre più alla dimensione narrativa e a un aggiornamento quasi quotidiano. **Attraverso YouTube si racconta l'ente e la città**. È il caso di Napoli che nell'ultimo anno ha pubblicato 950 video molti dei quali pensati e realizzati (dalla redazione Web TV - Servizio Ufficio Stampa della città) proprio per una loro socializzazione su YouTube. Elevatissima la produzione di contenuti video nell'ultimo anno anche per Roma, Genova e Venezia. Ma anche su YouTube ci sono diversi canali che a ottobre 2019 risultavano spenti da oltre un anno tra cui quelli dei comuni di Udine, La Spezia, Pisa, Siena, Rieti, Caserta, Salerno e Matera.

Tab. 9 – Le 10 città che più hanno usato YouTube nell'ultimo anno

	video caricati 2018	video caricati 2019	video caricati nell'ultimo anno
Napoli	5033	5983	950
Roma	1069	1699	630
Genova	2102	2450	348
Palermo	102	326	224
Venezia	250	463	213
Cagliari	906	1088	182
Pavia	1881	2044	163
Ferrara	85	237	152
Cosenza	633	785	152
Rimini	527	638	111

Fonte: FPA – ICity Rank 2018 e 2019

INSTAGRAM

Le città presenti su Instagram con propri canali ufficiali sono 36, 10 in più rispetto al 2018. Tra queste Torino è quella che – insieme a Venezia – fa un uso più intenso del canale nel quale risultano ad oggi pubblicati oltre 3.700 post. Torino è seconda solo a Roma e Bologna anche per numero di followers. Instagram è per eccellenza il canale in cui la città racconta i suoi luoghi, gli angoli nascosti, parla ai cittadini, a turisti e city user "mostrando" immagini di interesse turistico, angoli suggestivi, bellezze architettoniche, specialità enogastronomiche. Non mancano su Instagram esperienze di gestione collettiva dell'account istituzionale, è il caso di Bologna e di Ferrara, città nelle quali si è scelto di utilizzare le forti potenzialità del linguaggio per immagini di Instagram per costruire con i cittadini una narrazione collettiva del territorio.

Tab. 10 – Le 10 città più attive su Instagram

	post	follower
Torino	3.755	32.700
Venezia	3.752	16.100
Bologna	3.716	37.900
Firenze	2.227	31.700
Rimini	2.198	14.500
Bergamo	2.072	15.300

Reggio nell'Emilia	1.813	11.900
Trento	1.504	10.300
Roma	1.230	178.000
Napoli	760	13.000
Fonte: FPA – ICity Rank 2018 e 2019		