

E-government. Una ricerca di **ForumPa** su 106 capoluoghi registra un largo uso dei nuovi media, soprattutto Facebook, ma con scarso coinvolgimento dei cittadini virtuali

Municipi social ma solo per vetrina

I comuni italiani sono social, ma utilizzano i nuovi strumenti di comunicazione soprattutto come vetrina e poco come mezzo per interagire con i cittadini. È la fotografia che emerge da un'indagine condotta da **FormuPa** e che ha prodotto **ICity Rate** 2017, il rating delle nostre città più smart, che sarà presentato il 24 ottobre a Milano all'interno della manifestazione **ICity Lab**.

La ricerca ha preso in considerazione 106 comuni capoluogo e ha verificato che 94 municipi (l'88,6%) hanno attivato almeno uno strumento social. Il più gettonato è Facebook, scelto da 85 amministrazioni, seguito da Twitter e da YouTube, sui quali si registrano rispettivamente 73 account e 67 canali. Fanno capolino anche altri tipi di social, come Instagram (utilizzato in 21 città), Flickr (presente in 15 centri), Google+ (a cui si sono rivolti 13 comuni) e Pinterest (scelto da 5 municipi).

Il podio delle amministrazioni più smart va a Torino, Bologna e Ferrara, che hanno articolato la loro strategia di comunicazione su più social network. Nell'elenco delle prime

dodici seguono Cuneo, Milano, Pavia, Belluno, Modena, Pistoia, Napoli, Palermo e Roma. La parte bassa della classifica, invece, è appannaggio di Asti, Sondrio, Verona, Savona, Terni, Latina, Chieti, Avellino, Brindisi, Vibo Valentia, Trapani e Nuoro, tutti comuni per nulla votati ai metodi di comunicazione 2.0.

La gran parte dei municipi esaminati usa Facebook per segnalare eventi e iniziative; Twitter per dare informazioni e molto spesso per rimbalzare i messaggi postati su Facebook; YouTube per archiviare le immagini delle sedute dei consigli comunali trasmesse in streaming.

Se si guarda al totale dei contatti, sono Roma e Milano ad avere il maggior numero di cittadini virtuali su Facebook e Twitter. Se, però, si rapporta il seguito social alla popolazione, è Venezia ad avere la community più frequentata (pari al 39,3% dei suoi abitanti), seguita da Rimini (il 17,8%) e Firenze (il 17,6%).

Essere presenti sui social, tuttavia, non basta. «Dare informazioni in maniera rapida -

commenta Gianni Dominici, direttore generale di **ForumPa** - è ancora poco ambizioso. Alle città serve acquisire le competenze e il coraggio di aprire i propri enti alle funzionalità realmente "social" dei nuovi media: ascoltare e rispondere, accorciare la distanza tra la macchina amministrativa e chi vive la città».

L'uso di Twitter spiega bene il fenomeno: se si hanno solo followers, significa che la presenza dei comuni sui social è sbilanciata sul versante dell'informazione. In 73 municipi il rapporto tra following e followers è di 1 a 10, a dimostrazione di un livello ancora basso della capacità di interazione e di *engagement* con l'amministrazione da parte della cittadinanza virtuale. Roma e Torino, per esempio, hanno un numero di following quasi nullo.

Occorre, dunque, un cambio di passo della governance e per compierlo «ci sono alcune regole da seguire - conclude Dominici -, senza il rispetto delle quali l'apertura dei canali social non è che un omaggio tutto formale al "popolo dei selfie"».

A. Che.

I NUMERI

94

I comuni smart

Su un campione di 106 amministrazioni locali preso in considerazione dall'indagine di **ForumPa** 84 (l'88,6%) hanno attivato almeno uno strumento social

85

Facebook in testa

Il social network più utilizzato è Facebook, scelto da 85 comuni. Seguono Twitter, presente in 73 amministrazioni e YouTube, a cui si sono rivolti 67 municipi. Facebook viene usato soprattutto per segnalare eventi e iniziative, Twitter per dare informazioni, YouTube per archiviare le sedute dei consigli comunali trasmesse in streaming



Peso: 13%