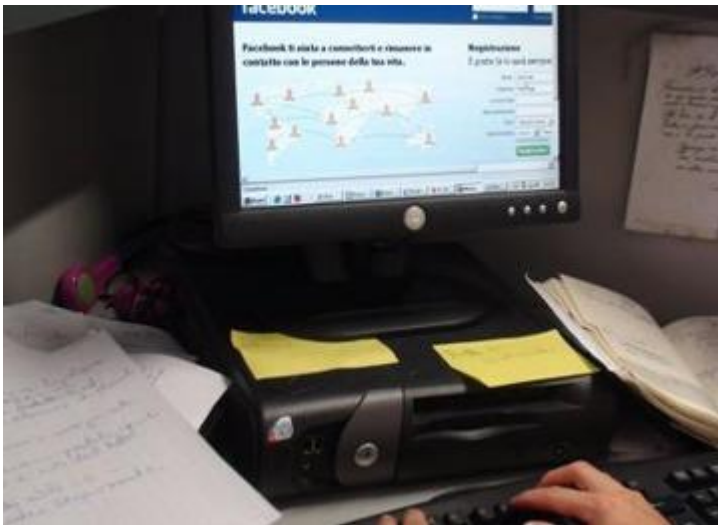


Fpa, città italiane sempre più social ma ancora distanti da followers

16 ottobre 2017- 15:36



Milano, 16 ott. (Labilitalia) - I social network piacciono alle nostre città, che però li usano con grande cautela e sono ancora distanti dall'interagire con i loro followers considerandoli come una vera e propria comunità. Questo è quanto emerge dall'indagine sulla presenza, l'uso e la performance sui social network di 106 comuni capoluogo condotta da Fpa. L'indagine sui social rientra nel più ampio rapporto 'ICity Rate 2017' che, oltre a questa dimensione, prende in esame ogni anno oltre 100 indicatori per tracciare il rating delle città più smart e sostenibili d'Italia. Il rapporto completo verrà presentato il 24 ottobre, a Milano, alla manifestazione ICity Lab. Per quanto riguarda la dimensione social, su 106 Comuni capoluogo analizzati da Fpa, 94 hanno attivato almeno uno strumento 'social', mentre sono 12 le grandi assenti sparse un po' in tutto il Paese. Il social media più amato dalle città è senz'altro Facebook, scelto come canale di comunicazione da 85 comuni capoluogo, seguito da Twitter e YouTube. Le tre città più presenti sui social sono Torino, Bologna e Ferrara. Quelle con il maggior numero di cittadini virtuali sui profili Facebook e Twitter sono Roma e Milano, ma se guardiamo al numero di Fan e Follower rispetto alla popolazione residente la demografia dei social urbani cambia un po'. In proporzione alla propria cittadinanza le città più popolate di Facebook e Twitter sono Venezia (con una community pari al 39,3% della sua popolazione), Rimini (17,8%) e Firenze (17,6%). "Ma essere presenti non basta; dare informazioni in maniera più rapida - commenta Gianni Dominici, direttore generale di Fpa - 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. Per fare questo, ci sono alcune regole da seguire, senza il rispetto delle quali l'apertura dei canali social non è che un omaggio tutto formale al 'popolo dei selfie', non certo un cambio di passo della governance". Per esempio, se guardiamo a Twitter, una buona indicazione sullo 'stile di comunicazione' dell'amministrazione ci viene dal 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. Per le 73 città presenti su Twitter il rapporto tra following/followers è in media di '1 a 10', con un ancora basso livello di interazione e di capacità di engagement della propria cittadinanza virtuale.