



## La città con più follower sui social? Milano

Un'anteprima del rapporto ICity Rate 2017, il rating delle smart city italiane che sarà presentato il 24 ottobre a ICity Lab, l'appuntamento nazionale sulle città organizzato da FPA con il patrocinio del Comune di Milano.

Publicato: 16/10/2017 15:15

di: Redazione BitCity.it

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 prossimo a Milano alla manifestazione **ICity Lab** (BASE Milano, 24-25 ottobre, <http://www.icitylab.it>). 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 - commenta **Gianni Dominici**, Direttore Generale di FPA - dare informazioni in maniera più rapida 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. Ecco i risultati della ricerca in maggior dettaglio.

I social media sono entrati a pieno titolo tra gli strumenti di comunicazione delle amministrazioni locali. Su 106 Comuni capoluogo analizzati, 94 città (poco meno del 90%) **hanno attivato almeno uno strumento "social"** per interagire con i propri cittadini, mentre sono 12 le grandi assenti sparse un po' in tutto il Paese. Le modalità di utilizzo, le strategie e i risultati sono però molto variegati.

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** sui quali si contano rispettivamente 73 account e 67 canali delle città. Ma le città si stanno affacciando anche su **Instagram (21), Flickr (15) e Google+ (13)**. Per alcune città come **Torino, Bologna e Ferrara** la strategia social è articolata su più social network, ma per la maggior parte delle città italiane social media si traduce in: Facebook per segnalare eventi e iniziative; Twitter per dare informazioni e molto spesso per rimbalzare i contenuti postati su Facebook; You Tube per archiviare in play list le sedute del Consiglio andate in streaming.