

# La presenza social dei Comuni Italiani

L'indagine fotografa la presenza sui Social Media dei 7.987 comuni italiani grazie all'analisi delle attività di social media marketing svolte dagli enti su: Facebook, Instagram, X, Youtube, Pinterest e TikTok.





## DISCLAIMER

Le anagrafiche, gli aggregati ed i singoli dati di questa ricerca sono di esclusiva proprietà intellettuale e giuridica dell'Osservatorio Digitale.

Quest'ultimo ha la responsabilità della loro pubblicazione e condivisione, attraverso i modi e i metodi che riterrà opportuni e nel rispetto della privacy di ogni soggetto indagato.

L'Osservatorio Digitale è un marchio registrato presso Ministero dello Sviluppo Economico - Ufficio Italiano Brevetti e marchi (UIBM).

**Si fa divieto assoluto di pubblicazione di ogni singola parte di questa ricerca se non ufficialmente ed espressamente autorizzate dall'Osservatorio Digitale.**

Il responsabile dell'Osservatorio Digitale  
**Sandro Giorgetti**

# OSSERVATORIO DIGITALE

## COS'È L'OSSERVATORIO DIGITALE

Siamo partiti dall'esigenza di doverci dotare di dati e ci siamo trovati "costretti" a dover fare da soli.

Un'attività digitale non si misura solo "pesando" i follower ma anche dal punto di vista qualitativo.

**Forniamo i dati** che servono per capire in profondità la performance di un settore e di ogni singolo soggetto sottoposto ad indagine.

**Analizziamo** quotidianamente le più importanti attività digitali. Le nostre ricerche sono curate in ogni dettaglio, partono da anagrafiche ufficiali e possediamo i più importanti e potenti strumenti di analytics.

**Sondiamo** il mercato e mettiamo a disposizione dell'opinione pubblica le ricerche che curiamo.

Il responsabile dell'Osservatorio Digitale  
**Sandro Giorgetti**

## METODO

Il processo di identificazione e catalogazione delle attività di social media marketing delle istituzioni italiane è stato condotto esaminando e registrando i seguenti elementi: nome dell'account, informazioni, descrizioni, link e contenuti pubblicati. Questo lavoro meticoloso è stato svolto dall'Osservatorio Digitale (OD) **senza l'ausilio di strumenti automatizzati o di intelligenza artificiale**, per garantire un'analisi precisa e specifica. Nei casi in cui l'account social non forniva abbastanza informazioni per essere chiaramente associato a un ente specifico, è stato escluso dall'analisi. Alcune istituzioni, infatti, non utilizzano nomi di account direttamente collegabili alla loro denominazione ufficiale, di conseguenza ciò ha reso impossibile analizzarli e includerli nell'analisi. I dati sono stati raccolti in un arco temporale di un anno, esattamente nel periodo compreso tra aprile 2023 e marzo 2024.

Questa scelta temporale è stata fatta al fine di garantire la raccolta di informazioni che siano rappresentative e non influenzate dalla stagionalità di alcune attività. Raccogliere dati per un intero anno permette di ottenere una panoramica completa e dettagliata delle tendenze e dei modelli che caratterizzano il periodo preso in considerazione. Evitando di limitarsi a periodi specifici dell'anno, come ad esempio le stagioni turistiche più intense o le festività, si ottengono dati più oggettivi. Utilizzare un arco temporale così ampio garantisce inoltre una maggiore coerenza e coesione nel processo di analisi dei dati, consentendo una comparazione più accurata tra differenti periodi e contesti. Ciò permette di identificare eventuali trend o cambiamenti nel tempo con maggiore precisione e affidabilità.

Il responsabile dell'Osservatorio Digitale  
**Sandro Giorgetti**

## IL CAMPIONE ANALIZZATO

L'analisi ha preso in considerazione tutti i **7.897** Comuni Italiani come censiti dall'Istat al 22.01.2024.

Poiché questo elenco è soggetto ad un continuo aggiornamento, si rende disponibile il permalink dal quale è possibile scaricare l'ultimo elenco disponibile.

I dati analizzati sono stati aggregati anche in base alla classe dimensionale dei comuni.

**[Link Istat](#)**

# 7.897 comuni

- **12** Comuni oltre 250.000 abitanti
- **33** Comuni da 100 a 250.000 abitanti
- **101** Comuni da 50 a 100.000 abitanti
- **250** Comuni da 25 a 50.000 abitanti
- **834** Comuni da 10 a 25.000 abitanti
- **4.730** Comuni da 1.000 a 10.000 abitanti
- **1.936** Comuni sotto 1.000 abitanti

# Aggregati Nazionali Canali Istituzionali

## Prospetto contenuti:

1. Aggregato Nazionale per Canale Social

## Aggregati per Regione

2. Facebook
3. Instagram
4. X(Twitter)
5. YouTube
6. Pinterest
7. TikTok

## Aggregati nazionali per numero di abitanti

8. Facebook
9. Instagram
10. X(Twitter)
11. YouTube
12. Pinterest
13. TikTok

## Dati dei Comuni aggregati a livello Nazionale

L'analisi della presenza dei Comuni Italiani sui social media fotografa una realtà per ora molto concentrata su Facebook e in parte su Instagram e Youtube.



Facebook  
75,2%



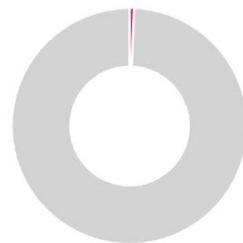
Instagram  
29,7%



X  
13,5%



Youtube  
39,1%



Tik Tok  
0,6%



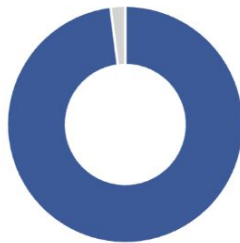
Pinterest  
0,3%

Facebook: Dati di rilievo



Quanti dichiarano che è ufficiale?

65%



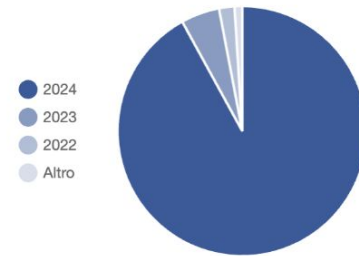
Quanti riportano l'indirizzo del sito?

98%



Quanti riportano un indirizzo email?

74%



A quando risale l'ultimo post pubblicato?

- 92%, 2024
- 5%, 2023
- 2%, 2022
- 1%, altro

**Instagram:** Dati di rilievo



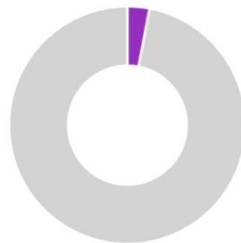
Quanti dichiarano che è ufficiale?

**56%**



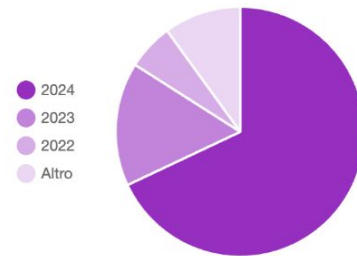
Quanti riportano l'indirizzo del sito?

**79%**



Quanti usano un link tree nella bio?

**3%**



A quando risale l'ultimo post pubblicato?

- **68%**, 2024
- **16%**, 2023
- **6%**, 2022
- **10%**, altro

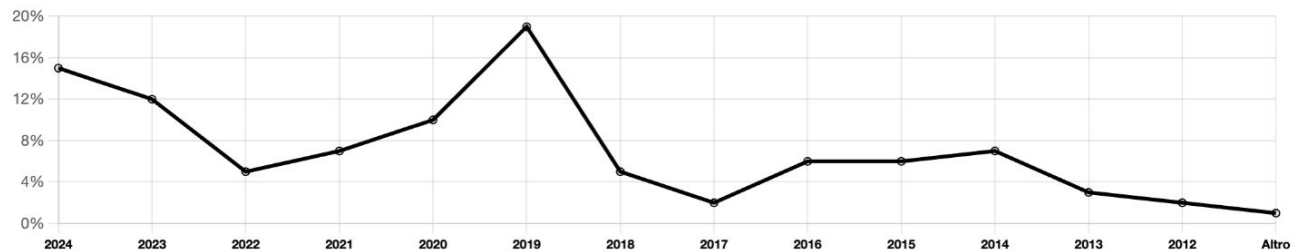
X: Dati di rilievo



Quanti dichiarano che è  
ufficiale?

**35%**

A quando risale l'ultimo post pubblicato?



I dati mostrano che il 15% dei comuni italiani ha aggiornato il proprio profilo su X (ex Twitter) nel 2024, seguito dal 12% nel 2023 e dal 5% nel 2022. Tuttavia, una percentuale significativa dei comuni non ha aggiornato i propri profili da diversi anni, con il 19% dell'ultimo post risalente al 2019 e oltre.

**Facebook:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



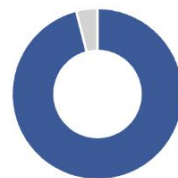
Oltre 250k  
100%



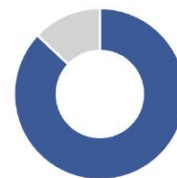
Da 100 a 250k  
100%



Da 50 a 100k  
91%



Da 25 a 50k  
96%



Da 10 a 25k  
87%



Da 1 a 10k  
78%



sotto 1k  
59%

**Instagram:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
100%



Da 100 a 250k  
91%



Da 50 a 100k  
69%



Da 25 a 50k  
63%



Da 10 a 25k  
48%



Da 1 a 10k  
29%



sotto 1k  
16%

**X:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
92%



Da 100 a 250k  
82%



Da 50 a 100k  
53%



Da 25 a 50k  
52%



Da 10 a 25k  
28%



Da 1 a 10k  
11%

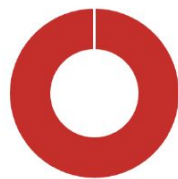


sotto 1k  
4%

**YouTube:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
100%



Da 100 a 250k  
100%



Da 50 a 100k  
87%



Da 25 a 50k  
87%



Da 10 a 25k  
77%



Da 1 a 10k  
38%



sotto 1k  
14%

**Pinterest:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
17%



Da 100 a 250k  
9%



Da 50 a 100k  
1%



Da 25 a 50k  
0%



Da 10 a 25k  
1%



Da 1 a 10k  
0%



sotto 1k  
0%

**Tik Tok:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
25%



Da 100 a 250k  
9%



Da 50 a 100k  
3%



Da 25 a 50k  
3%



Da 10 a 25k  
1%



Da 1 a 10k  
0%



sotto 1k  
0%

# Aggregati Nazionali Canali Turistici

## Prospetto contenuti:

1. Aggregato Nazionale per Canale Social
2. Aggregato Nazionale della presenza sito web

## Aggregati per Regione

3. Sito web
4. Facebook
5. Instagram
6. X (Twitter)
7. YouTube
8. Pinterest
9. Tik Tok

## Aggregati nazionali per numero di abitanti

10. Sito Web
11. Facebook
12. Instagram
13. X (Twitter)
14. YouTube
15. Pinterest
16. Tik Tok

## Dati dei Comuni aggregati a livello Nazionale

L'analisi dei canali social media dei Comuni Italiani dedicati al turismo, fotografa una realtà per ora molto concentrata su Facebook e in parte su Instagram e Youtube.



Facebook  
14,2%



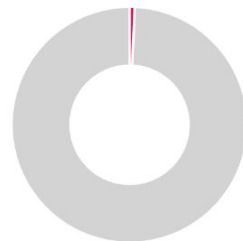
Instagram  
12,8%



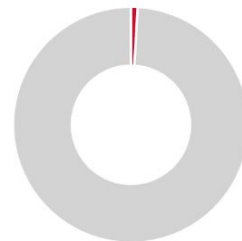
X  
3,2%



Youtube  
6,2%



Tik Tok  
0,7%



Pinterest  
0,9%

**Website:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
83%



Da 100 a 250k  
76%



Da 50 a 100k  
45%



Da 25 a 50k  
31%



Da 10 a 25k  
24%



Da 1 a 10k  
12%



sotto 1k  
7%

**Facebook:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
75%



Da 100 a 250k  
79%



Da 50 a 100k  
47%



Da 25 a 50k  
32%



Da 10 a 25k  
24%



Da 1 a 10k  
14%



sotto 1k  
7%

**Instagram:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
75%



Da 100 a 250k  
76%



Da 50 a 100k  
37%



Da 25 a 50k  
29%



Da 10 a 25k  
23%



Da 1 a 10k  
12%



sotto 1k  
6%

**X:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
75%



Da 100 a 250k  
48%



Da 50 a 100k  
15%



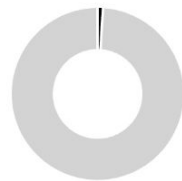
Da 25 a 50k  
13%



Da 10 a 25k  
6%



Da 1 a 10k  
2%



sotto 1k  
1%

**YouTube:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
75%



Da 100 a 250k  
52%



Da 50 a 100k  
20%



Da 25 a 50k  
13%



Da 10 a 25k  
11%



Da 1 a 10k  
6%



sotto 1k  
2%

**Pinterest:** Dati dei comuni Comuni per numero di abitanti



Oltre 250k  
33%



Da 100 a 250k  
15%



Da 50 a 100k  
9%



Da 25 a 50k  
3%



Da 10 a 25k  
2%



Da 1 a 10k  
1%



sotto 1k  
0%

**Tik Tok:** Dati dei Comuni aggregati per numero di abitanti



Oltre 250k  
25%



Da 100 a 250k  
18%



Da 50 a 100k  
6%



Da 25 a 50k  
4%



Da 10 a 25k  
1%



Da 1 a 10k  
0%

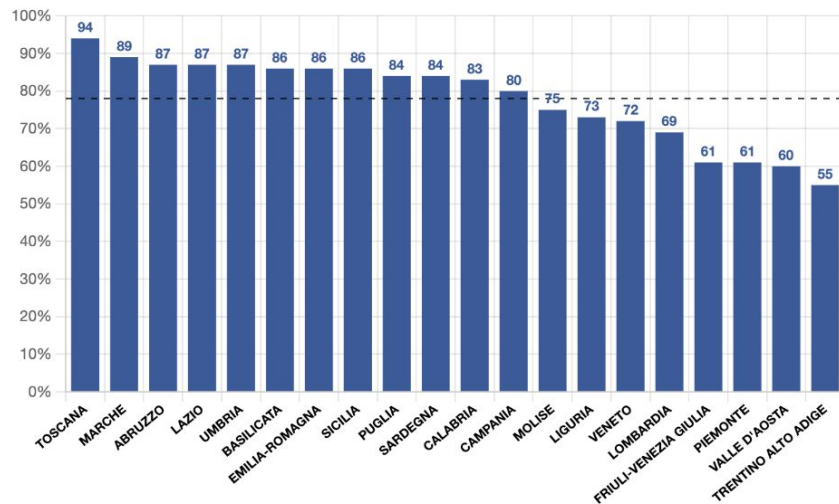


sotto 1k  
0%

## Aggregati per Regione Canali Istituzionali

1. **Facebook:** dettaglio per regione
2. **Instagram:** dettaglio per regione
3. **X (Twitter):** dettaglio per regione
4. **YouTube:** dettaglio per regione
5. **Pinterest:** dettaglio per regione
6. **Tik Tok:** dettaglio per regione

## Facebook: Dati dei Comuni aggregati per Regione

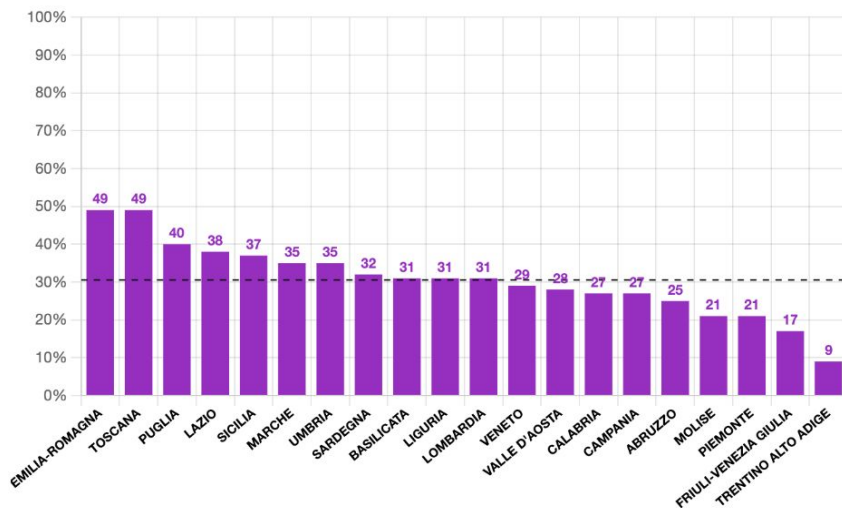


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

I dati sull'uso di Facebook tra i comuni italiani riflettono una chiara tendenza geografica nell'adozione e nell'utilizzo del social network. Le sei regioni del centro Italia emergono come leader assoluti, occupando i primi sei posti nella graduatoria di utilizzo.



## Instagram: Dati dei Comuni aggregati per Regione

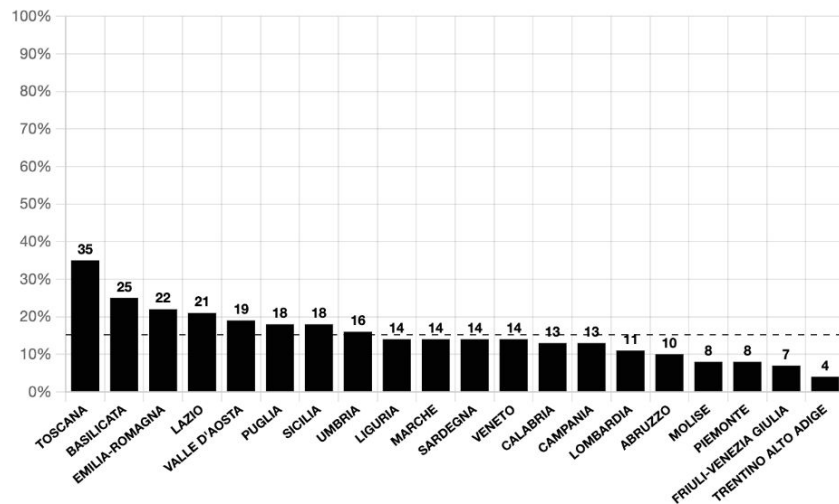


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

I comuni della Toscana e dell'Emilia-Romagna emergono come i principali utilizzatori di Instagram tra le regioni italiane, dimostrando un considerevole coinvolgimento e adozione di questo popolare social network.



## X: Dati dei Comuni aggregati per Regione

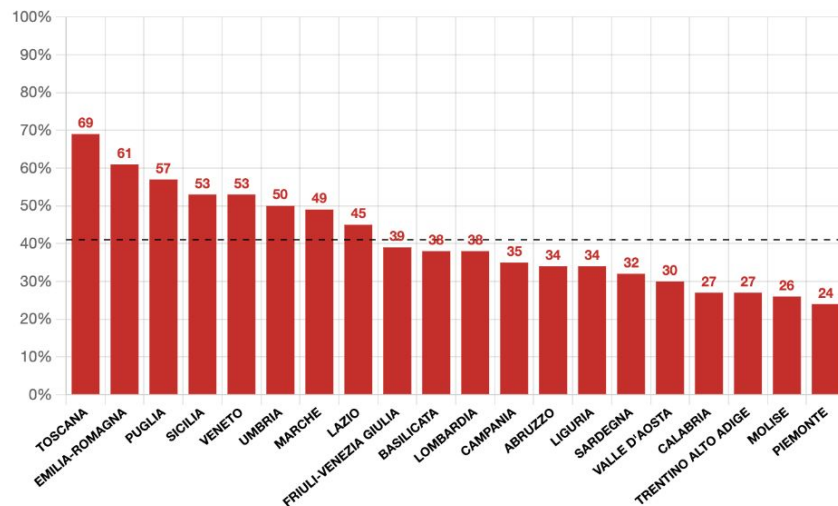


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Significativa la percentuale dei comuni della Toscana nell'uso di X (già Twitter). Solo 4 le regioni oltre il 20%, così come 4 sono quelle sotto il 10%. Va sottolineato che il dato fornito deve essere interpretato con cautela a causa dell'abbandono di molti account da parte dei comuni nel corso degli ultimi anni. Questo fenomeno potrebbe influenzare la rappresentatività dei dati raccolti e potrebbe far sembrare la percentuale di utilizzo di Twitter più alta di quanto sia effettivamente.



## YouTube: Dati dei Comuni aggregati per Regione

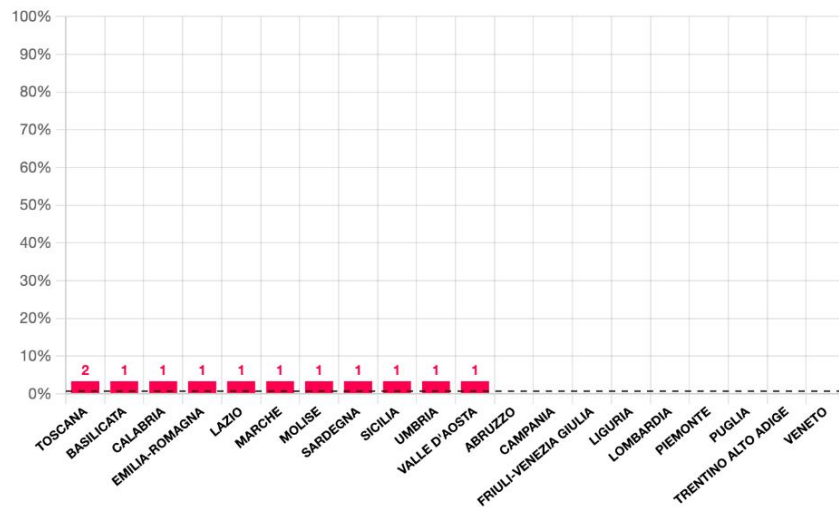


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

La gestione dei canali YouTube da parte dei comuni italiani presenta una serie di criticità evidenti che influenzano negativamente la percezione e la reputazione delle istituzioni locali. In generale, si osserva una gestione approssimativa e carente di questi canali, che non sfruttano appieno il potenziale di questa piattaforma di condivisione video.



## Tik Tok: Dati dei Comuni aggregati per Regione

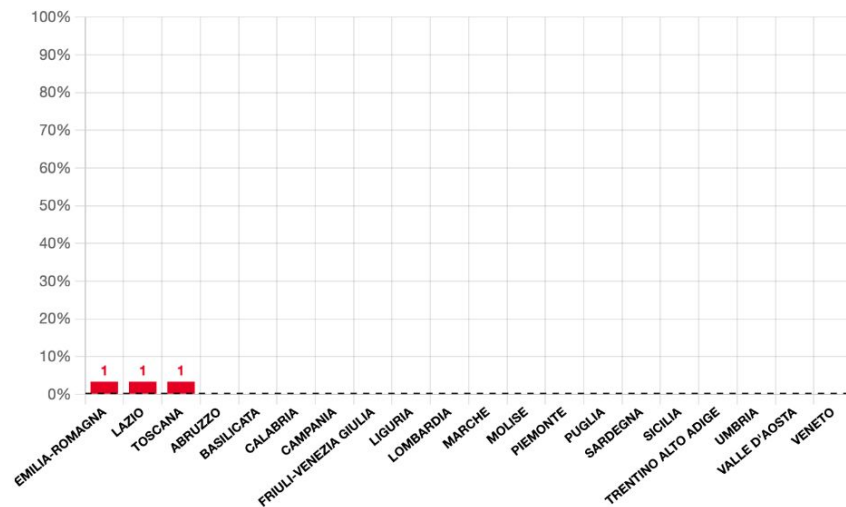


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Tik Tok.



## Pinterest: Dati dei Comuni aggregati per Regione



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

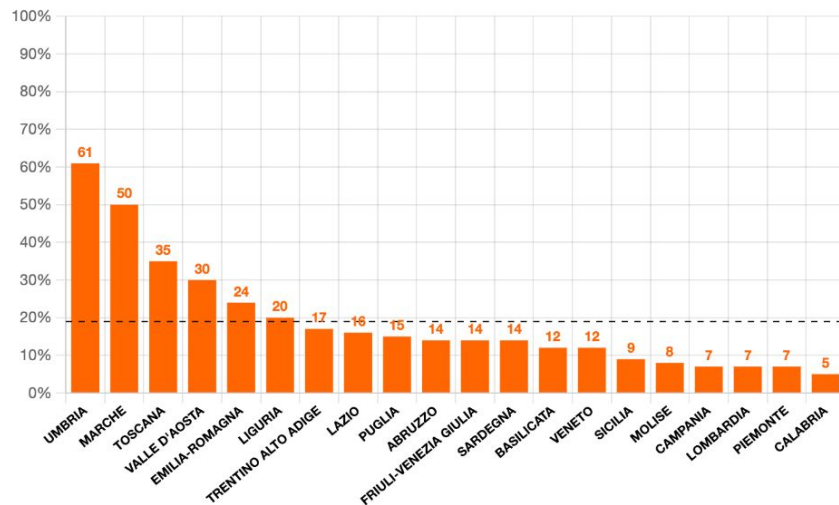
Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Pinterest.



## Aggregati per Regione Canali Turistici

1. **Facebook:** dettaglio per regione
2. **Instagram:** dettaglio per regione
3. **X (Twitter):** dettaglio per regione
4. **YouTube:** dettaglio per regione
5. **Pinterest:** dettaglio per regione
6. **Tik Tok:** dettaglio per regione

## Sito web Turismo: Dati dei Comuni aggregati per Regione



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



**Il 18,96%** dei Comuni Italiani ha un sito web dedicato al turismo.

## Sito web Turismo: Dati dei Comuni aggregati per Regione

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un sito web ufficiale Turistico.

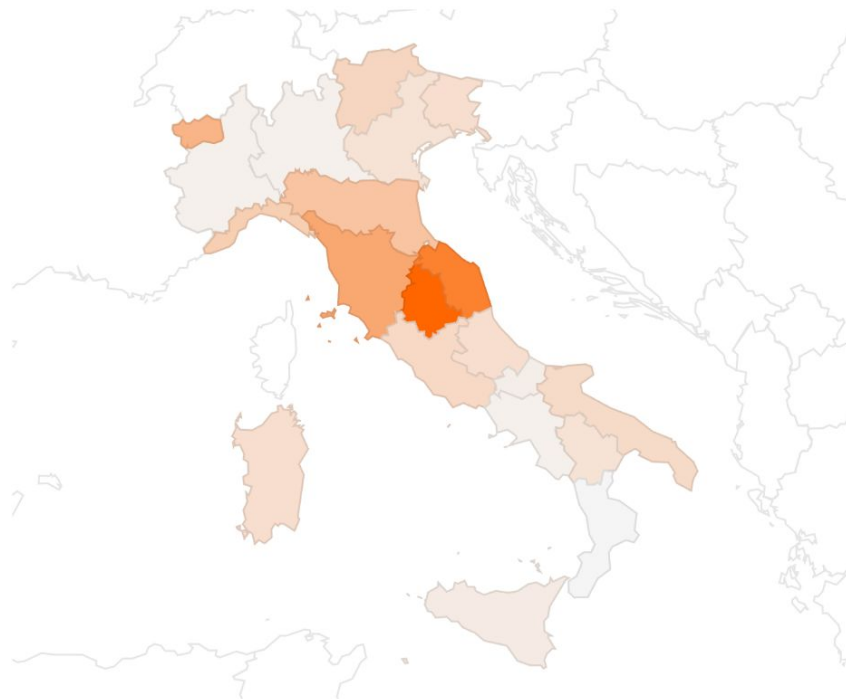
Umbria e Marche sono le uniche due regioni in cui oltre il 50% dei comuni dispone di un sito web dedicato al turismo.

Il centro Italia, più in generale, emerge come un'area particolarmente attenta nell'uso in digital marketing turistico, non solo attraverso i siti web ma anche tramite le attività di social media marketing. Ciò suggerisce una visione all'avanguardia nell'adozione di strumenti digitali per attrarre turisti, sfruttando le piattaforme online per massimizzare la visibilità e l'appeal delle loro offerte turistiche.

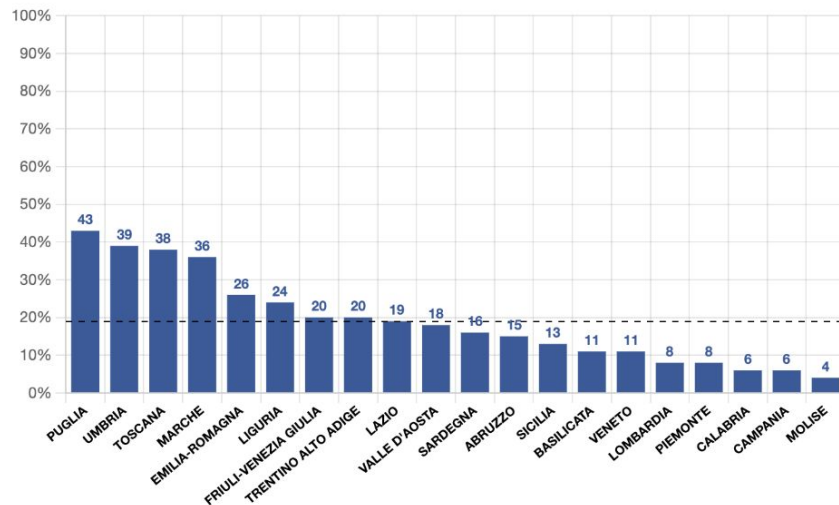
La ricerca sottolinea anche una contraddizione apparente: regioni con una forte vocazione turistica come Sicilia, Lombardia, Piemonte, Campania e Calabria mostrano una bassa percentuale di comuni con siti web dedicati al turismo.

Per le regioni con bassa percentuale di presenza digitale nel turismo, ci sono significative opportunità di crescita. Investire in una solida presenza online attraverso siti dedicati e attività di social media marketing non solo può aumentare la visibilità delle destinazioni turistiche, ma anche migliorare l'esperienza complessiva dei potenziali visitatori, fornendo informazioni accessibili, attrattive e aggiornate che possono influenzare positivamente le decisioni di viaggio.

Un approccio più strategicamente orientato al digitale nel turismo potrebbe quindi rappresentare una leva cruciale per il rilancio e la valorizzazione del patrimonio turistico di queste regioni, contribuendo significativamente alla loro competitività nel mercato turistico globale.



## Facebook: Dati dei Comuni aggregati per Regione

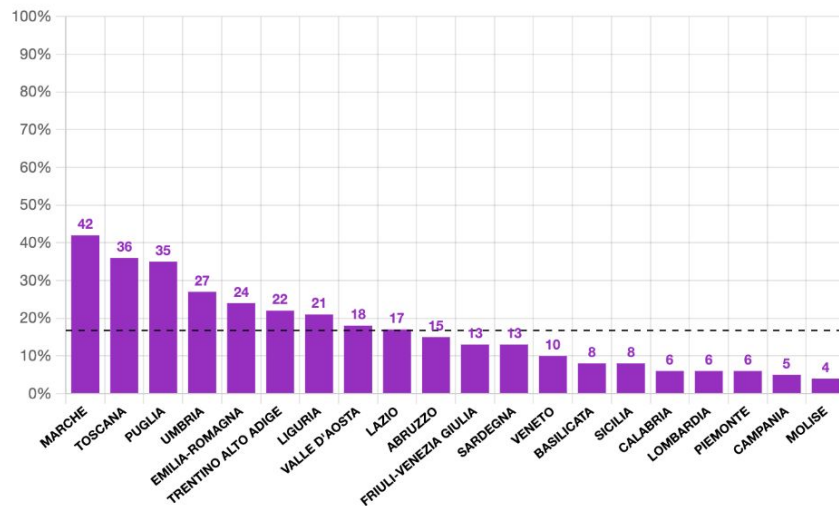


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Facebook a carattere turistico.

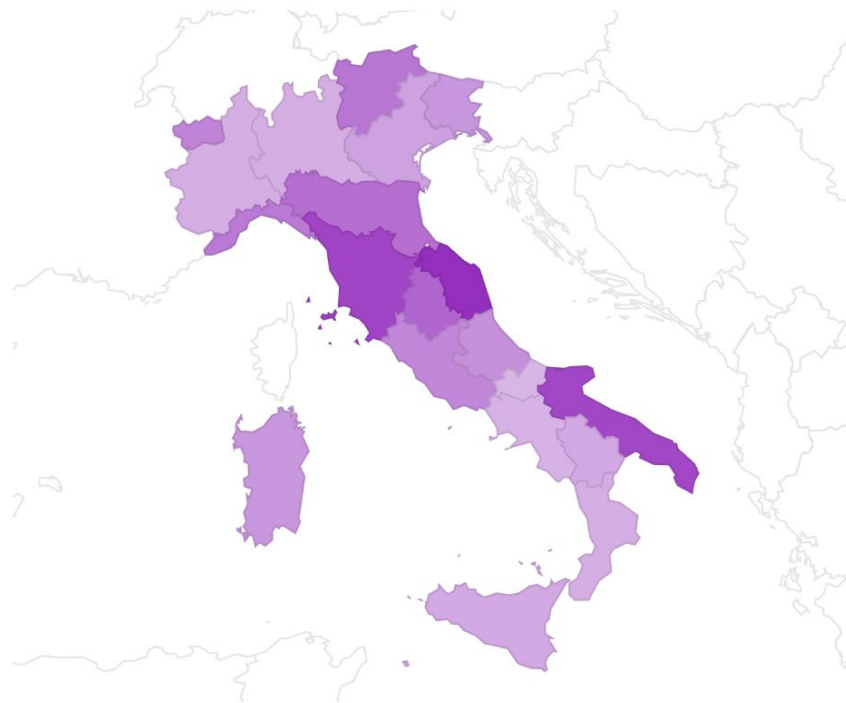


## Instagram: Dati dei Comuni aggregati per Regione

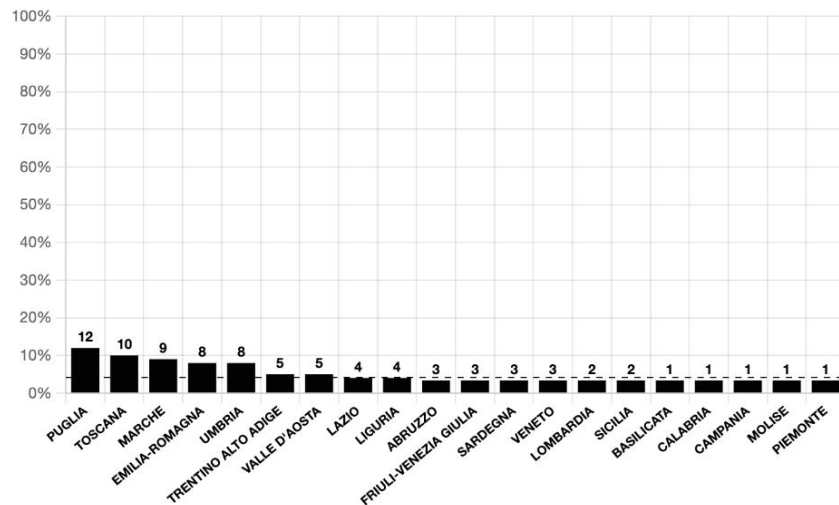


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Instagram a carattere turistico.

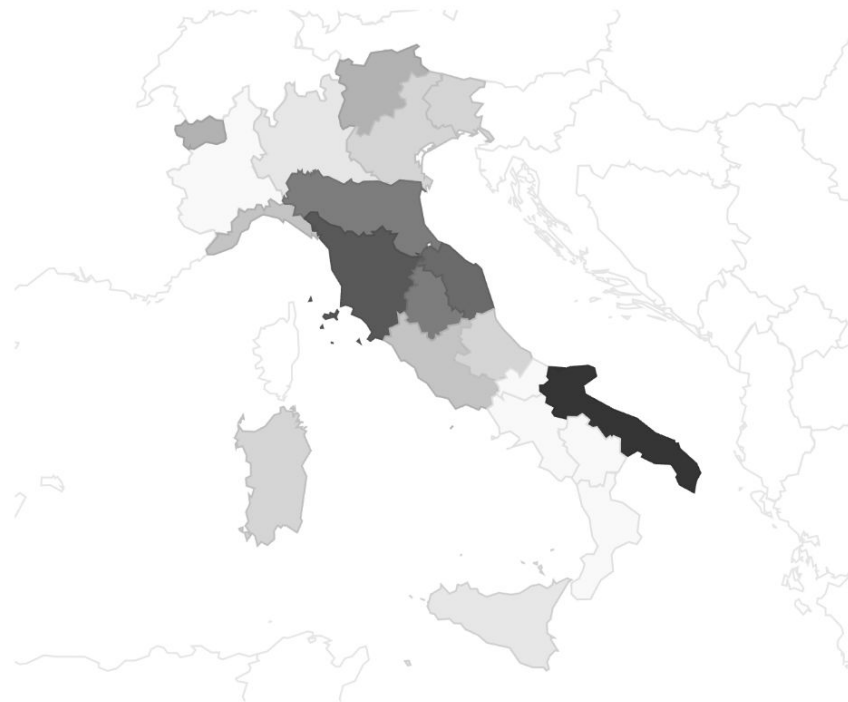


## X: Dati dei Comuni aggregati per Regione

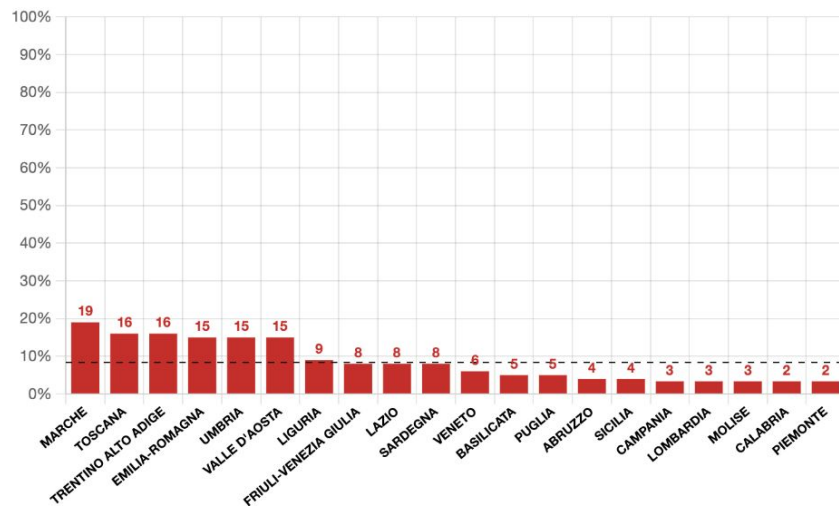


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale X a carattere turistico.



## YouTube: Dati dei Comuni aggregati per Regione

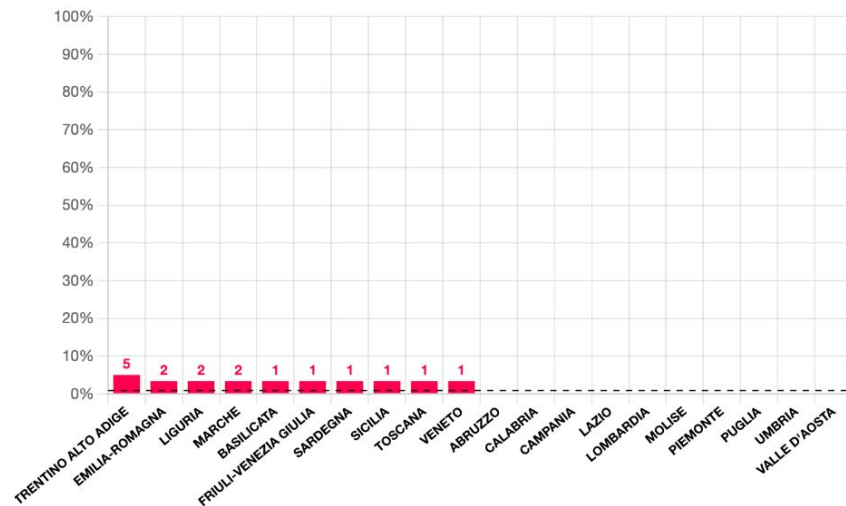


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale YouTube a carattere turistico.

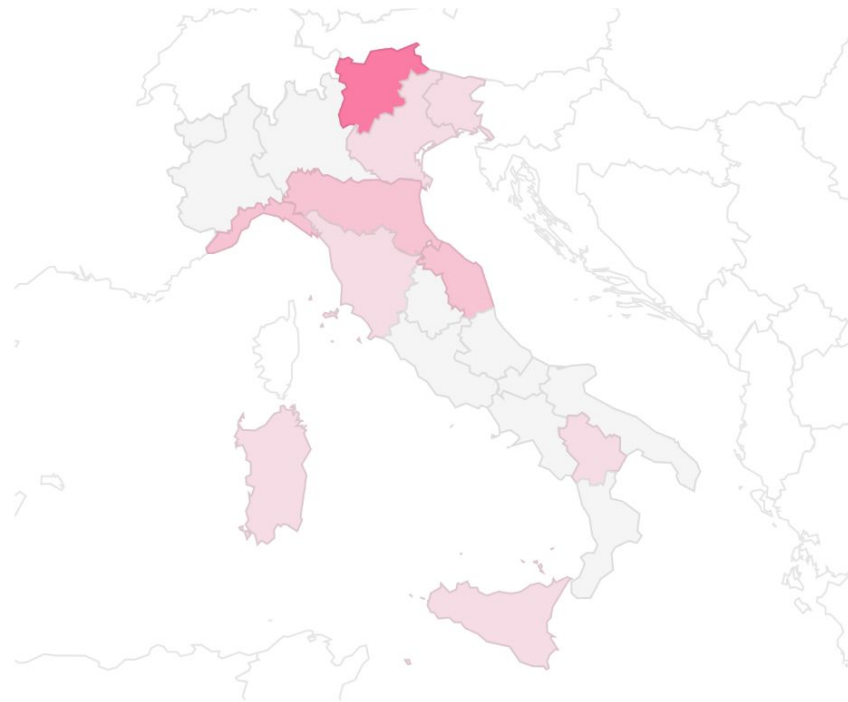


## Tik Tok: Dati dei Comuni aggregati per Regione

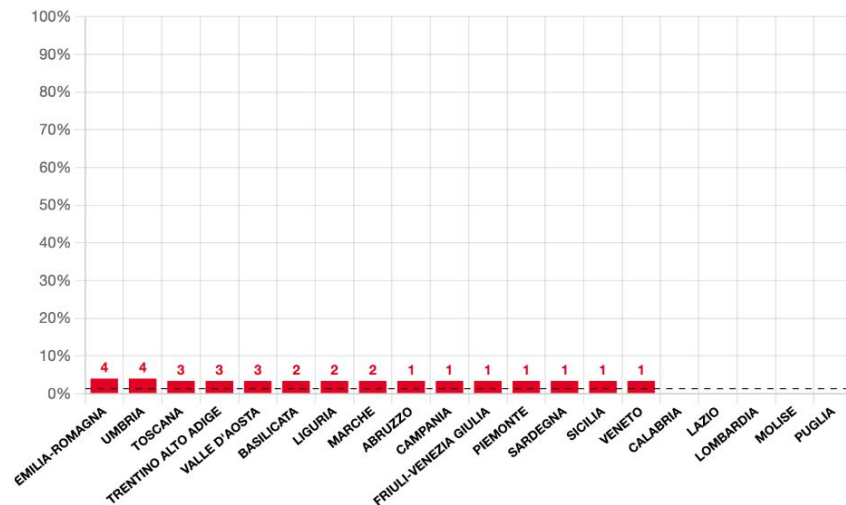


Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Tik Tok a carattere turistico.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale.

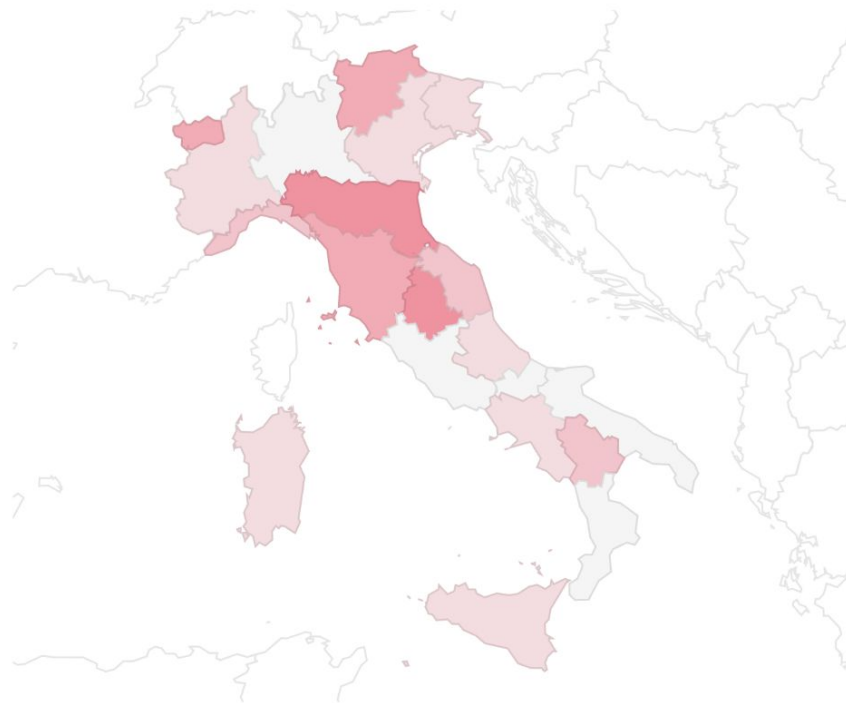


## Pinterest: Dati dei Comuni aggregati per Regione



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Il grafico indica per ciascuna regione, la percentuale di comuni che possiede un account ufficiale Pinterest a carattere turistico.

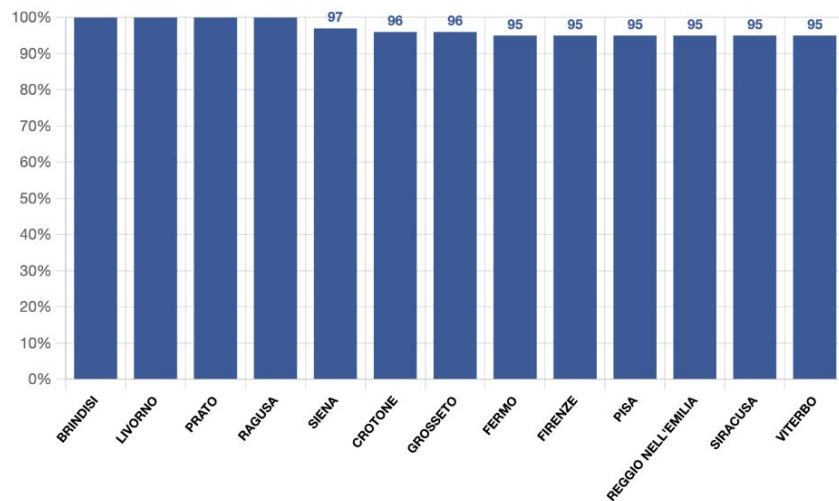


## Aggregati per Provincia Canali Istituzionali

1. **Facebook:** dettaglio per provincia
2. **Instagram:** dettaglio per provincia
3. **X (Twitter):** dettaglio per provincia
4. **YouTube:** dettaglio per provincia
5. **Pinterest:** dettaglio per provincia
6. **Tik Tok:** dettaglio per provincia

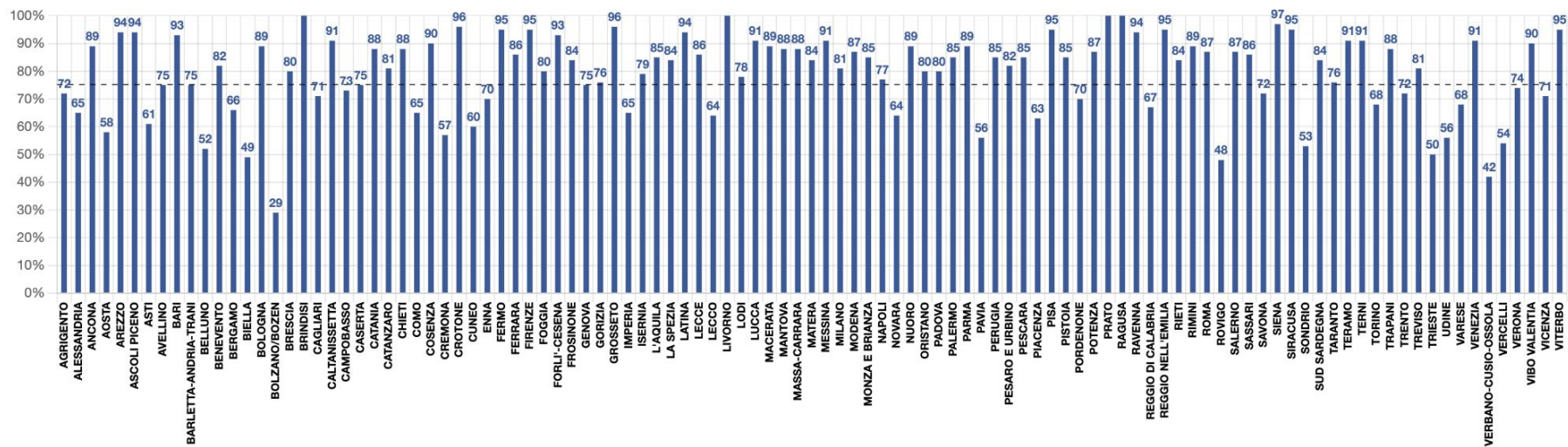
## Facebook dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



I dati relativi all'utilizzo di Facebook nella comunicazione digitale istituzionale delle province italiane mostrano una variazione significativa nelle percentuali di adozione.

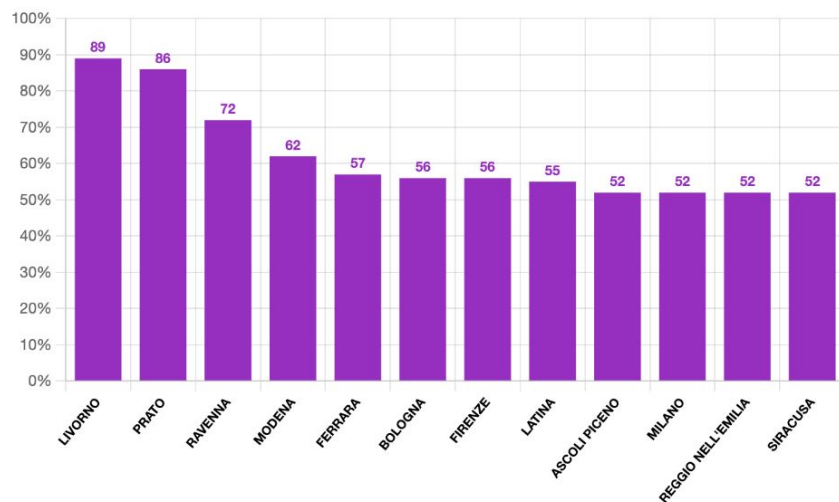




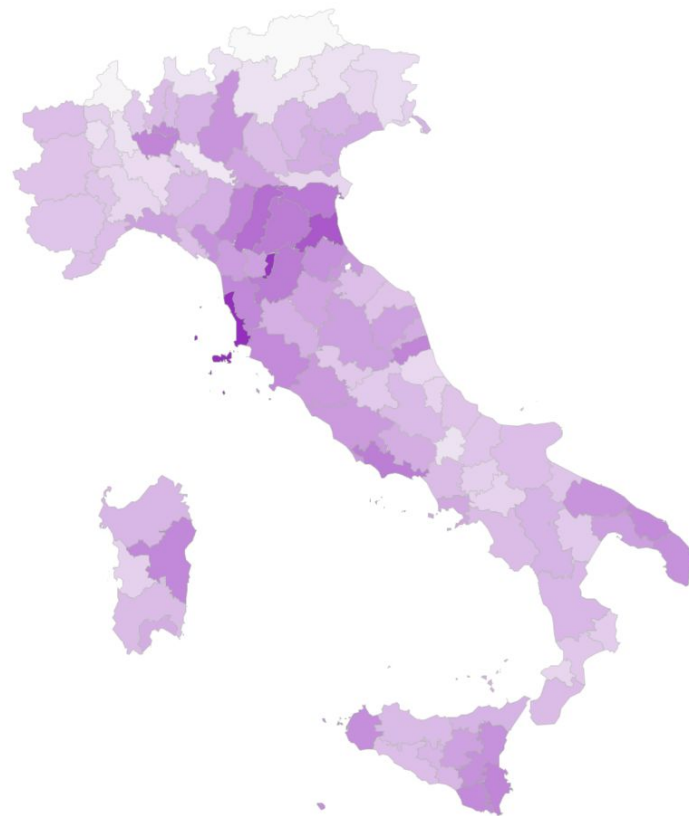
La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

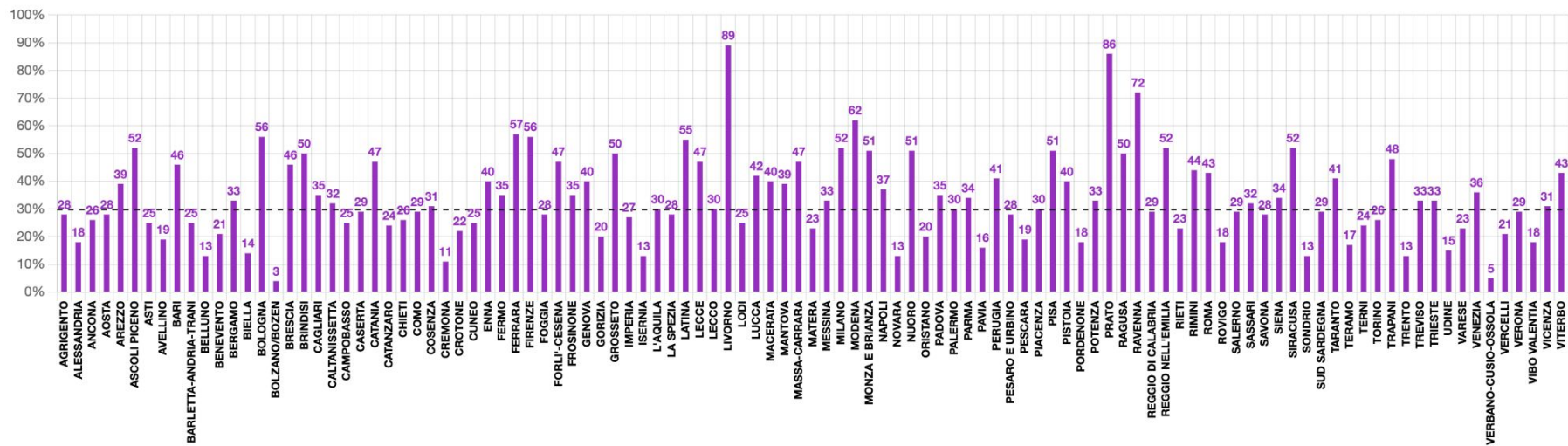
## Instagram dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



I dati sull'utilizzo di Instagram nella comunicazione digitale istituzionale delle province italiane mostrano una varietà di percentuali.



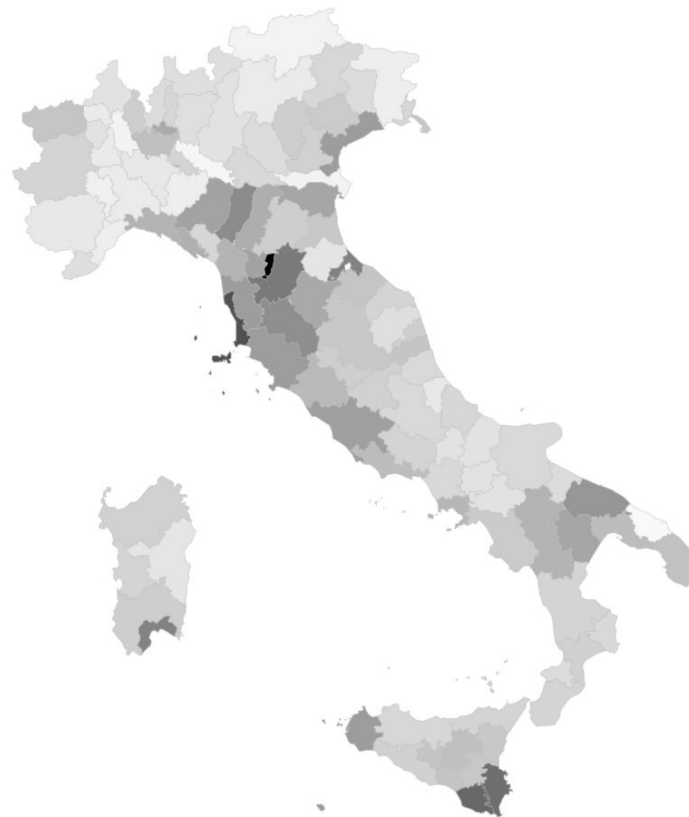
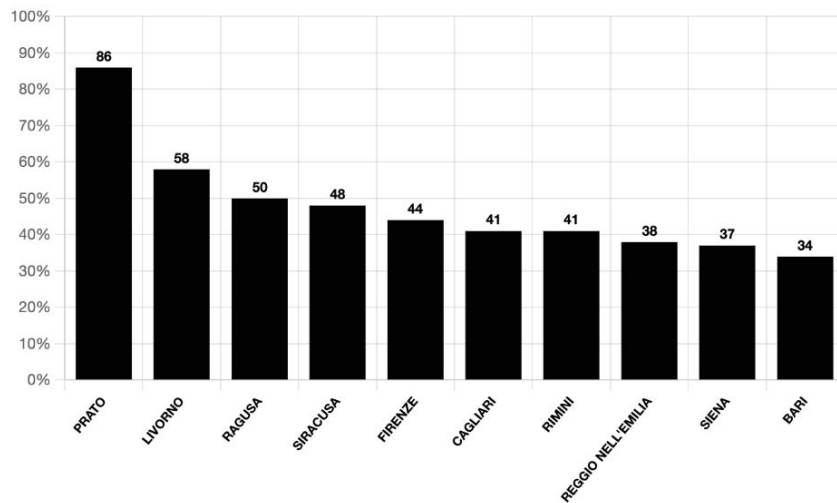


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

X

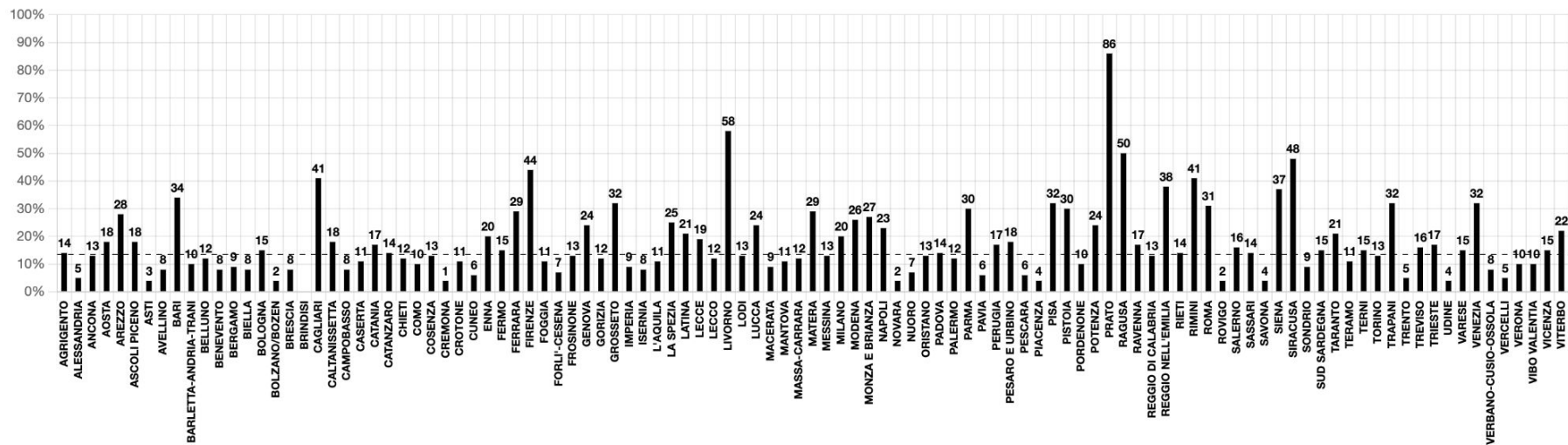
## dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



0 86

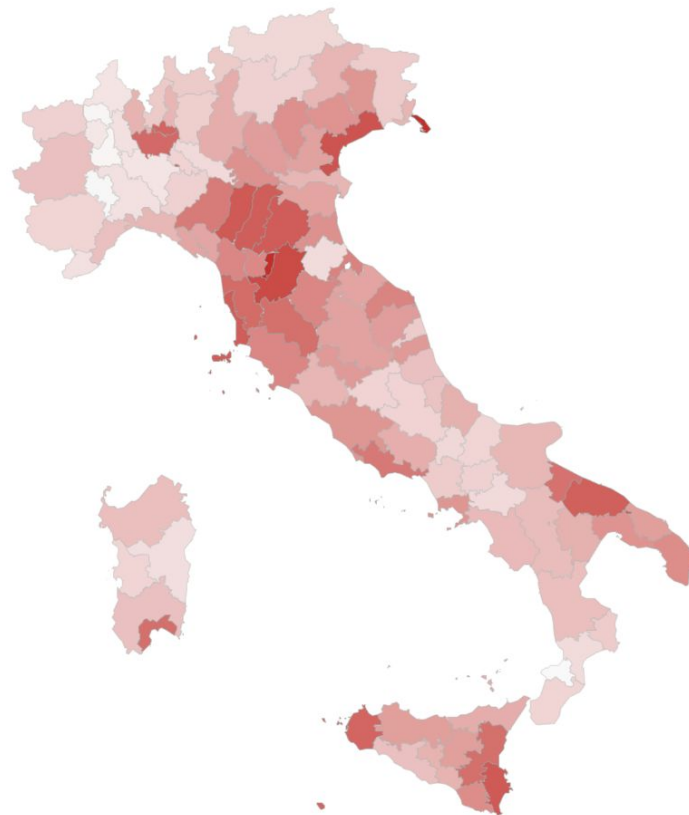
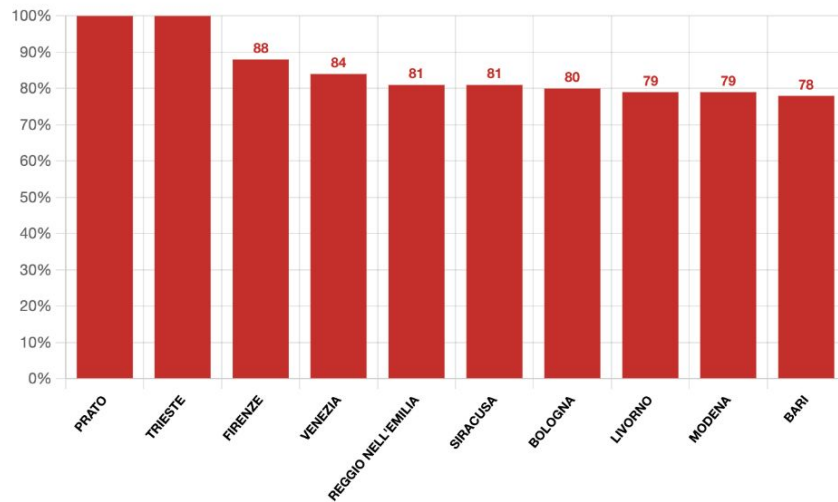
Google

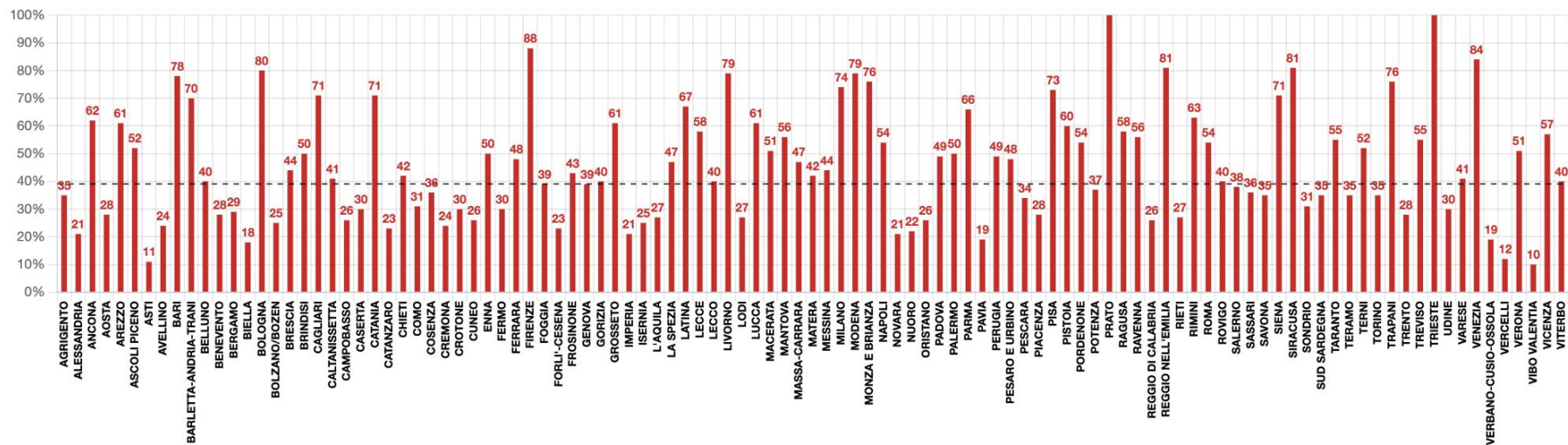


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## YouTube dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10

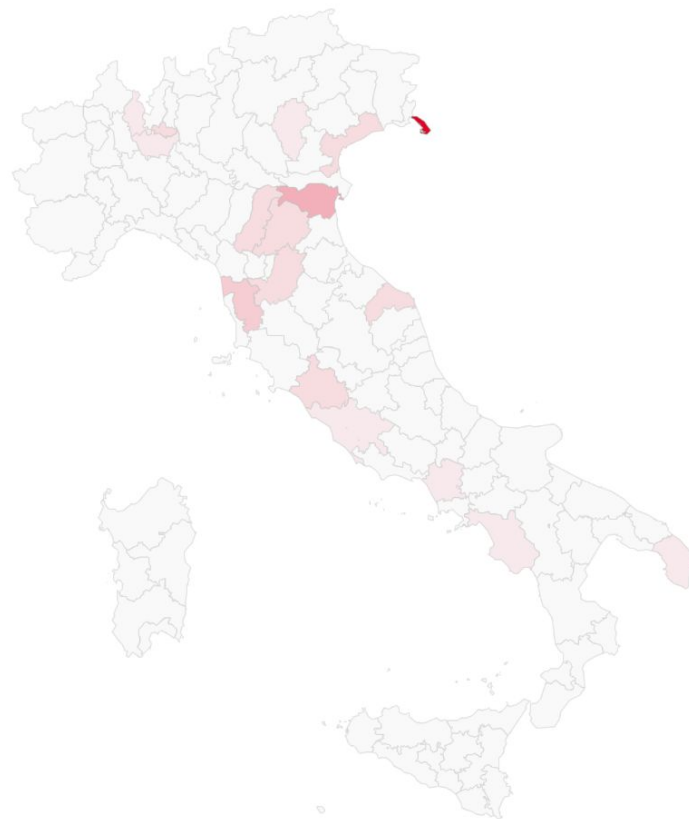
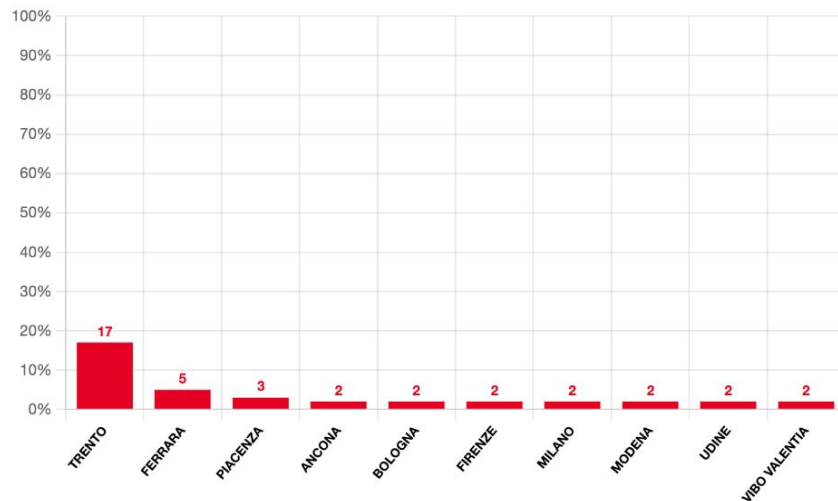




La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

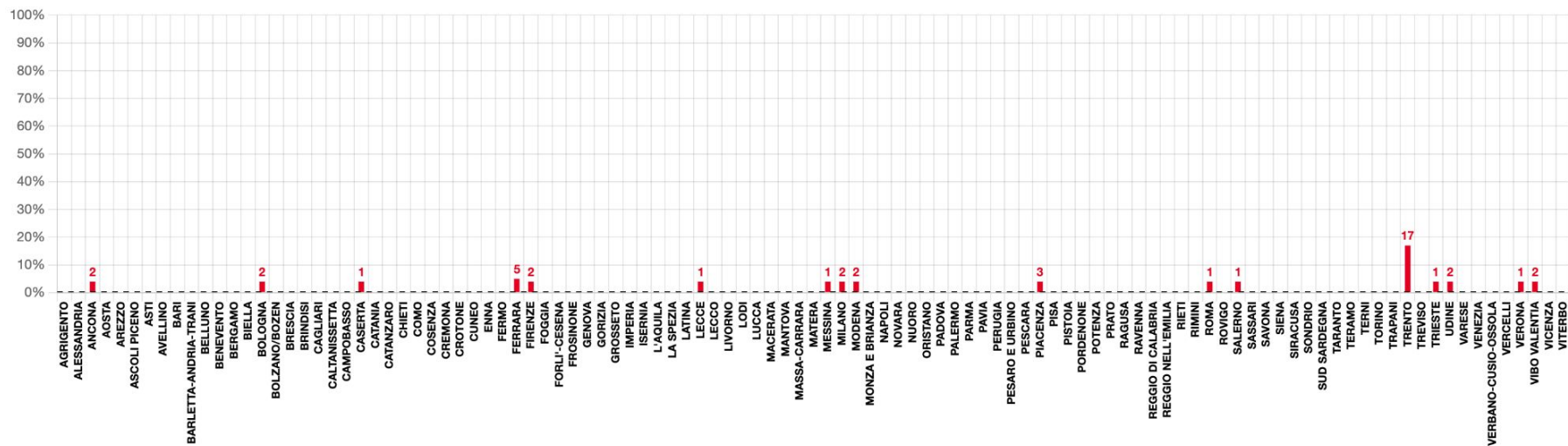
## Pinterest dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



0 17

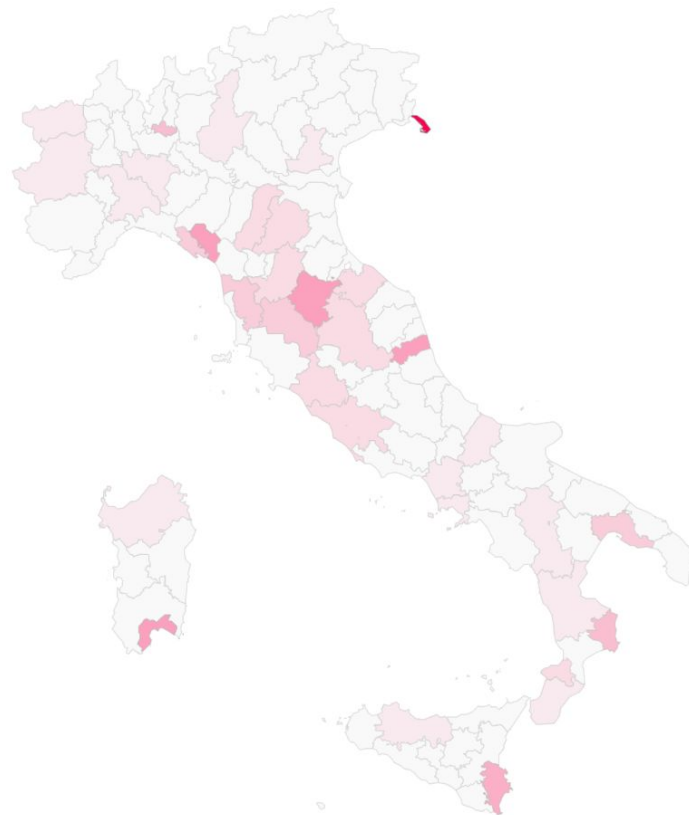
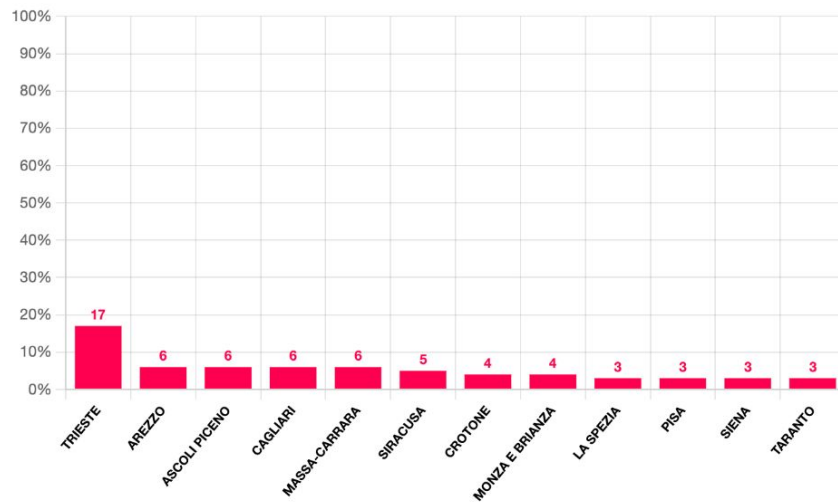
Google

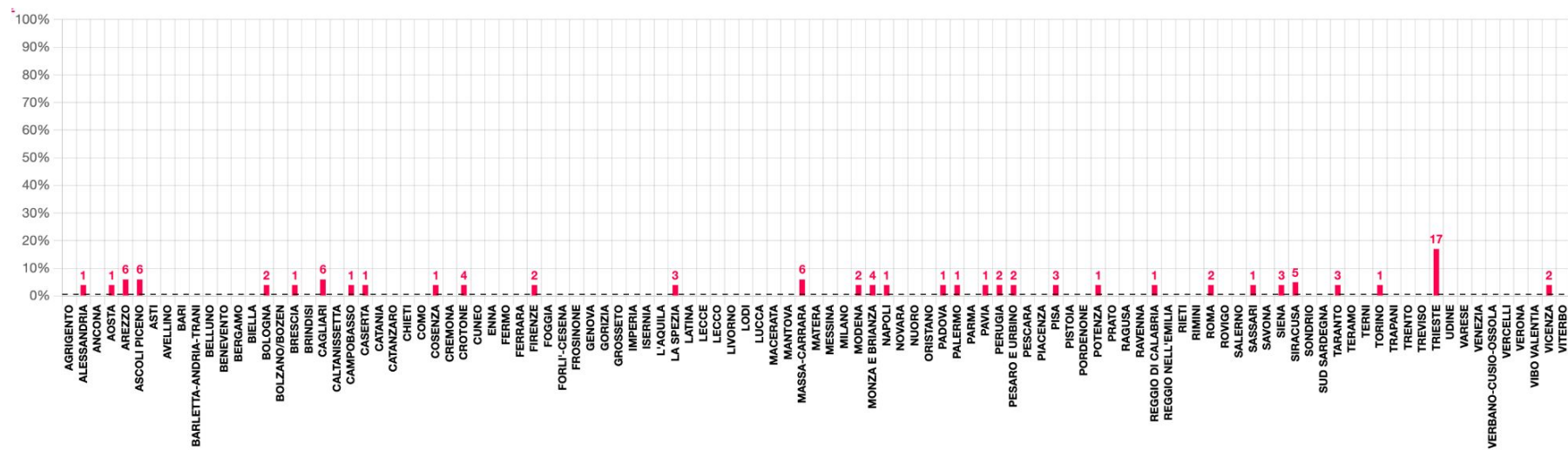


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Tik Tok dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10





La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

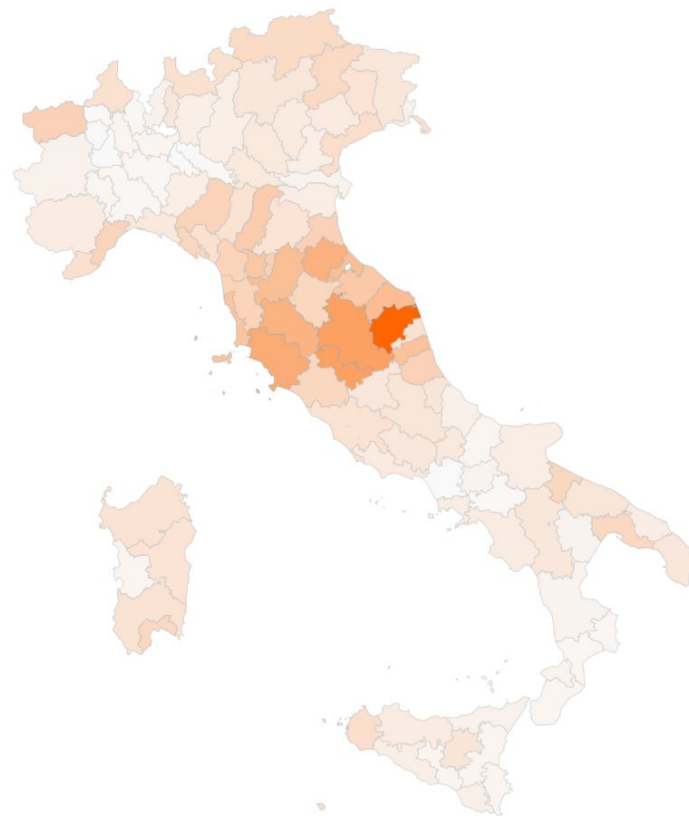
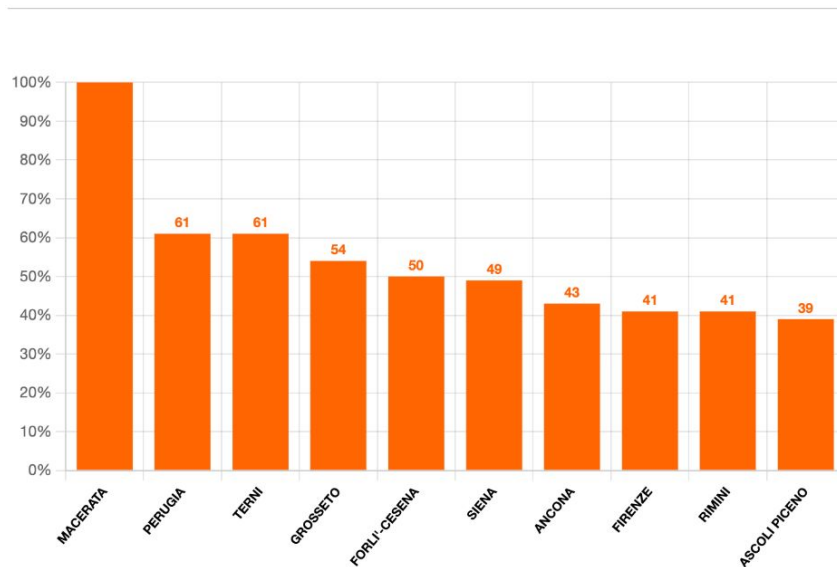
# Aggregati per Provincia

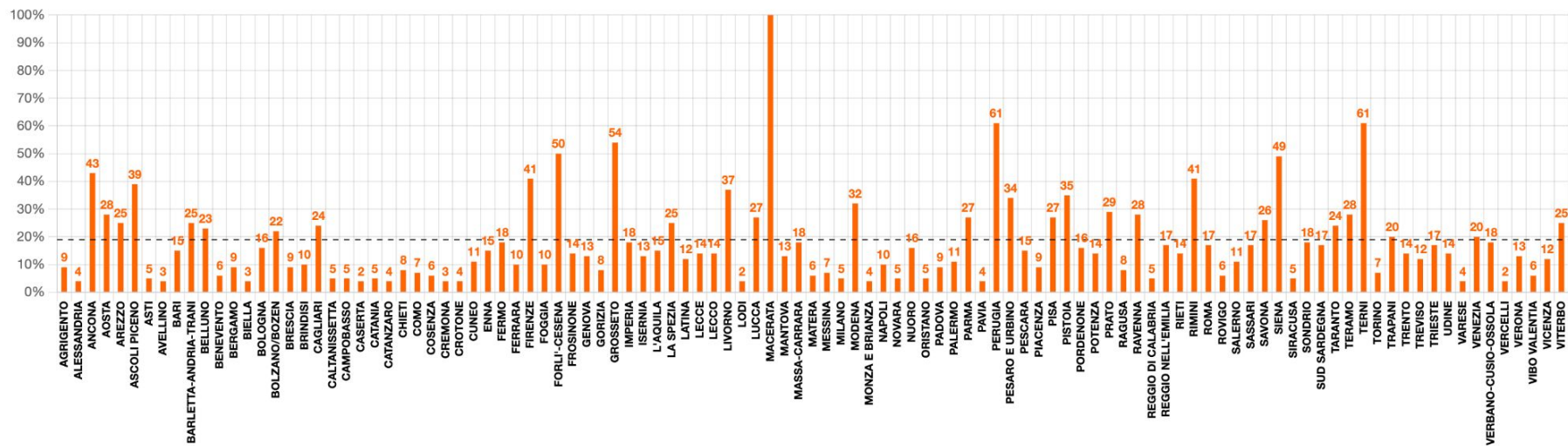
## Canali Turistici

1. **Siti web turistici:** dettaglio per provincia
2. **Facebook:** dettaglio per provincia
3. **Instagram:** dettaglio per provincia
4. **X (Twitter):** dettaglio per provincia
5. **YouTube:** dettaglio per provincia
6. **Pinterest:** dettaglio per provincia
7. **Tik Tok:** dettaglio per provincia

## Website dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10

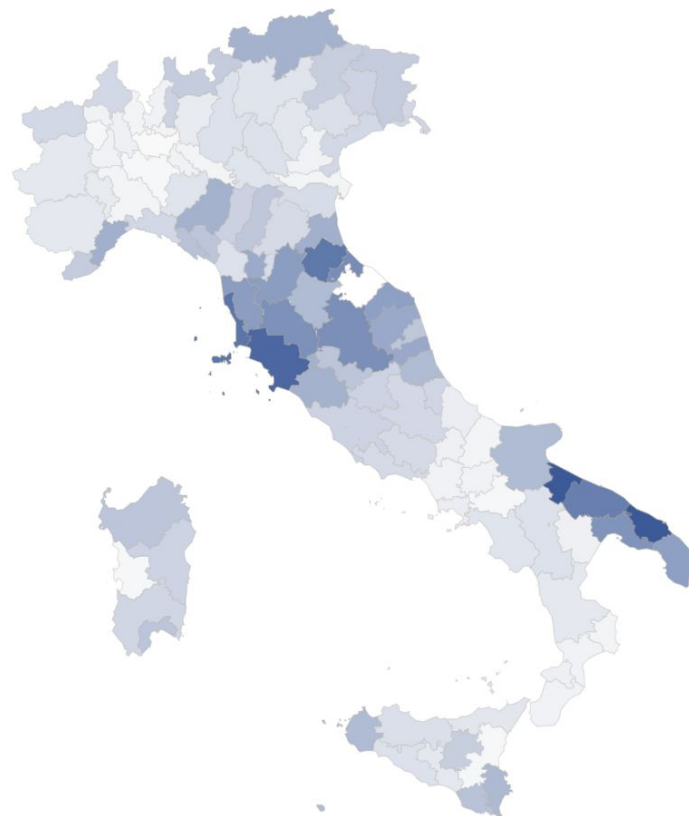
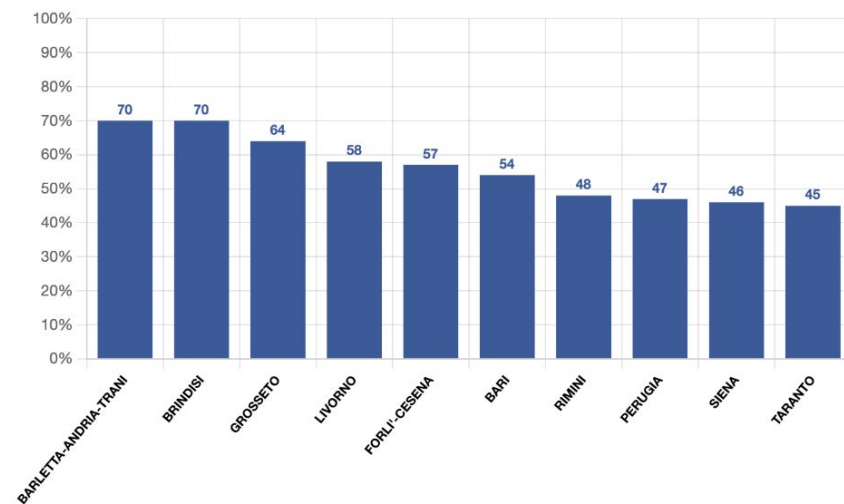




La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

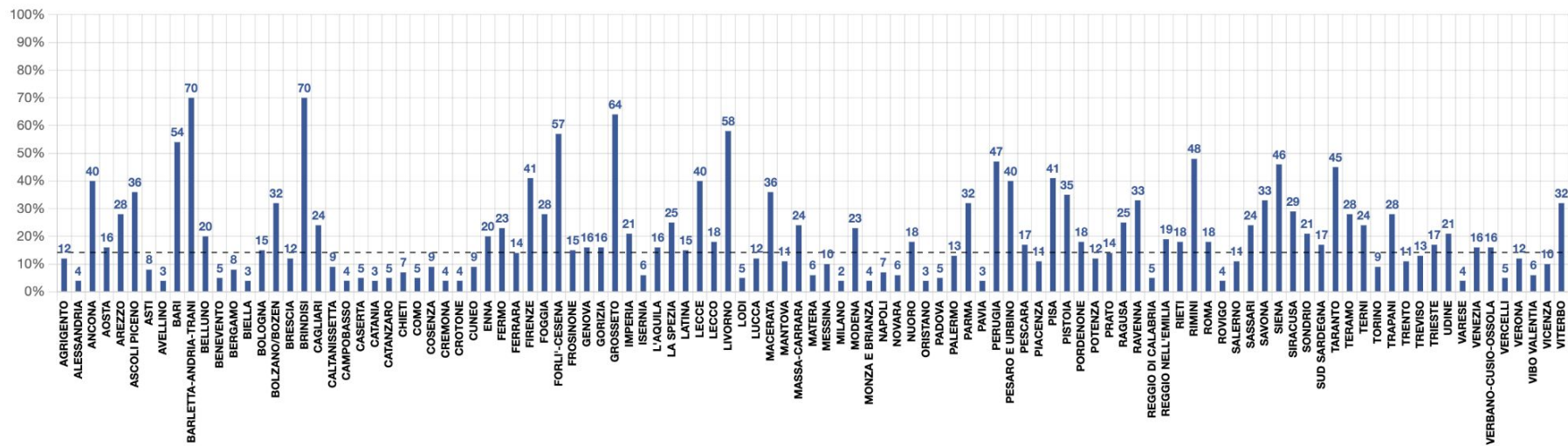
## Facebook dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



2 70

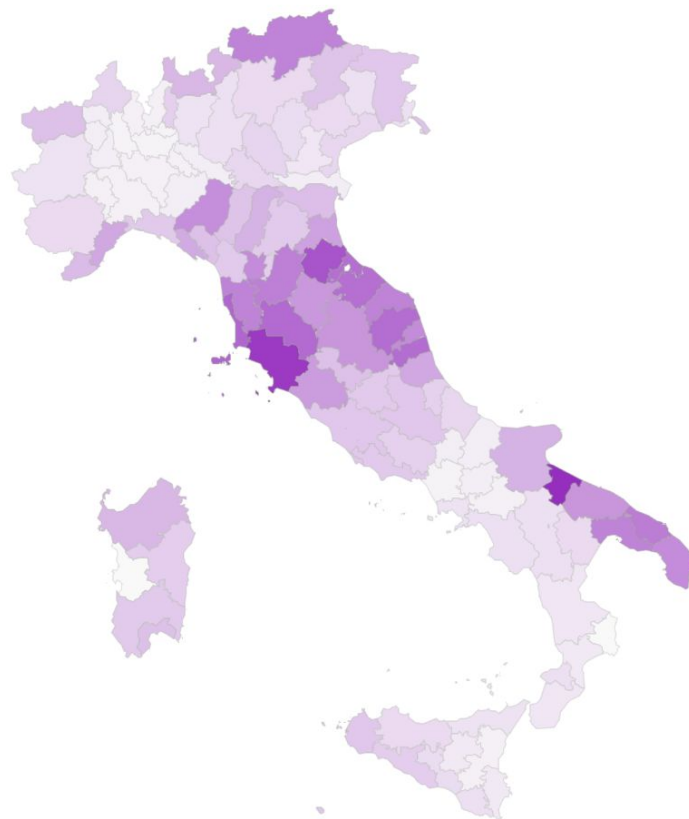
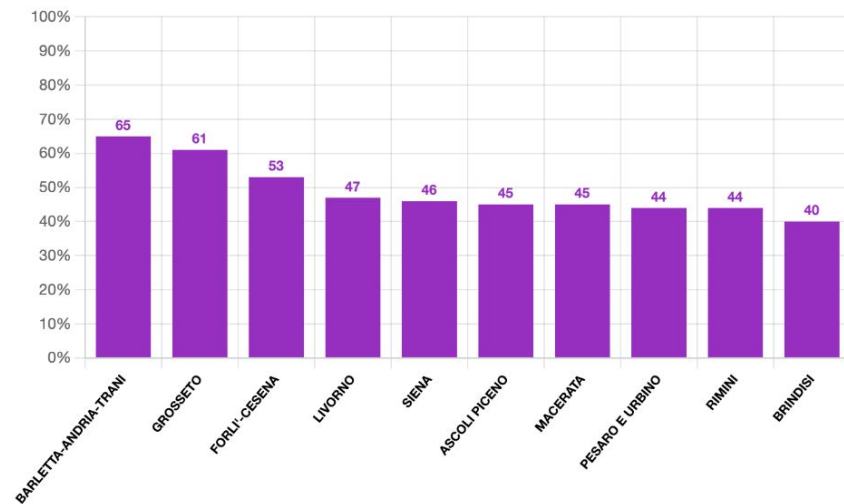
Google

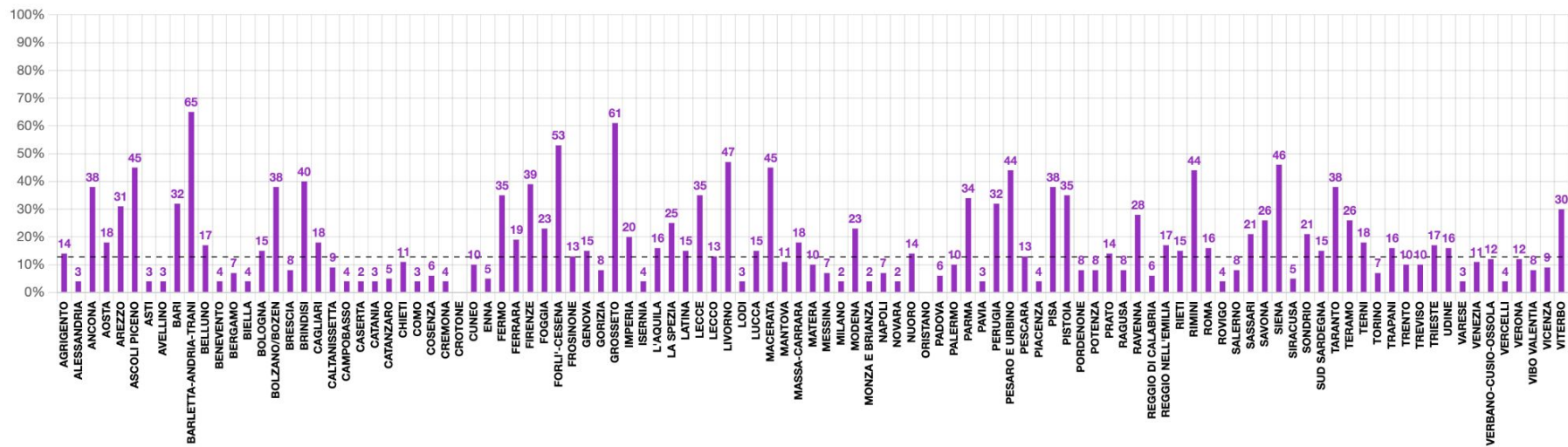


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Instagram dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



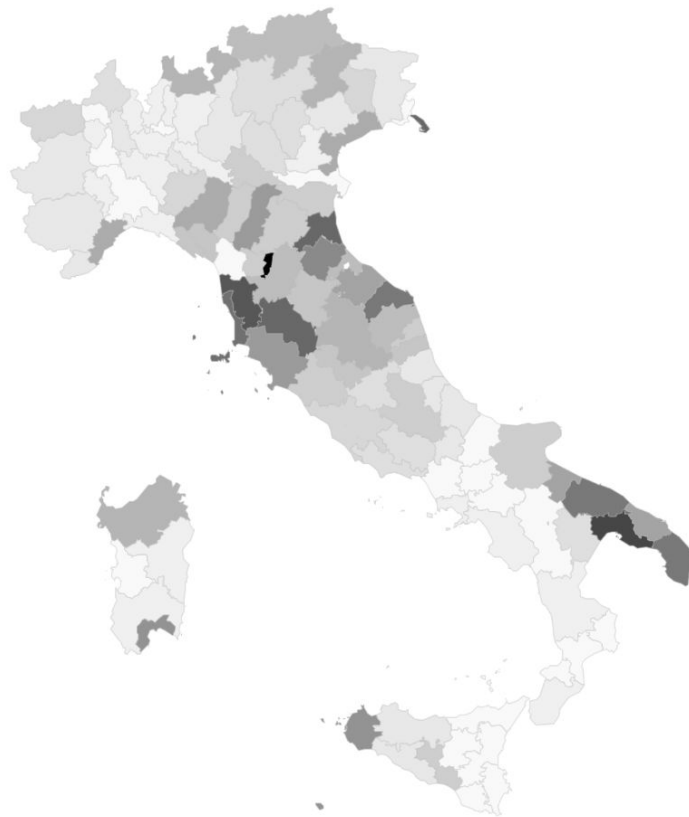
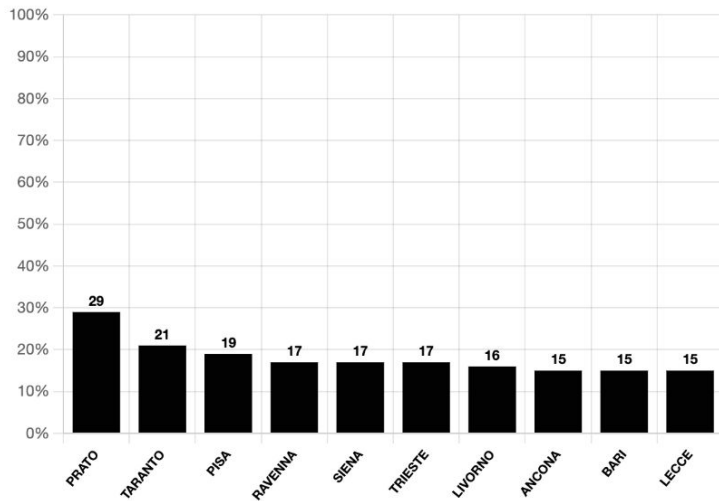


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

X

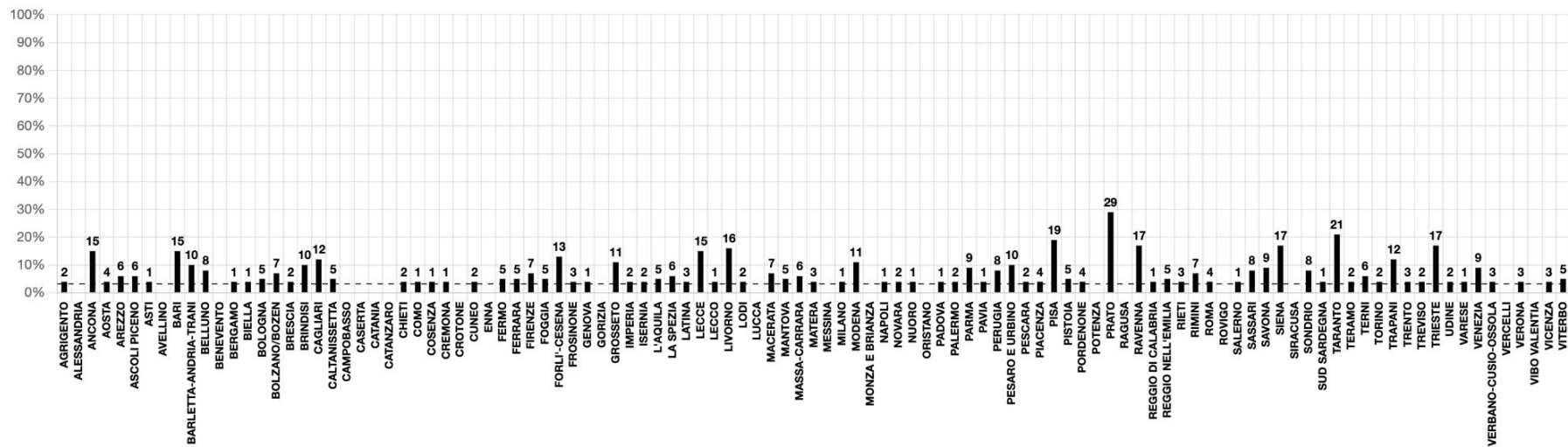
## dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



0 29

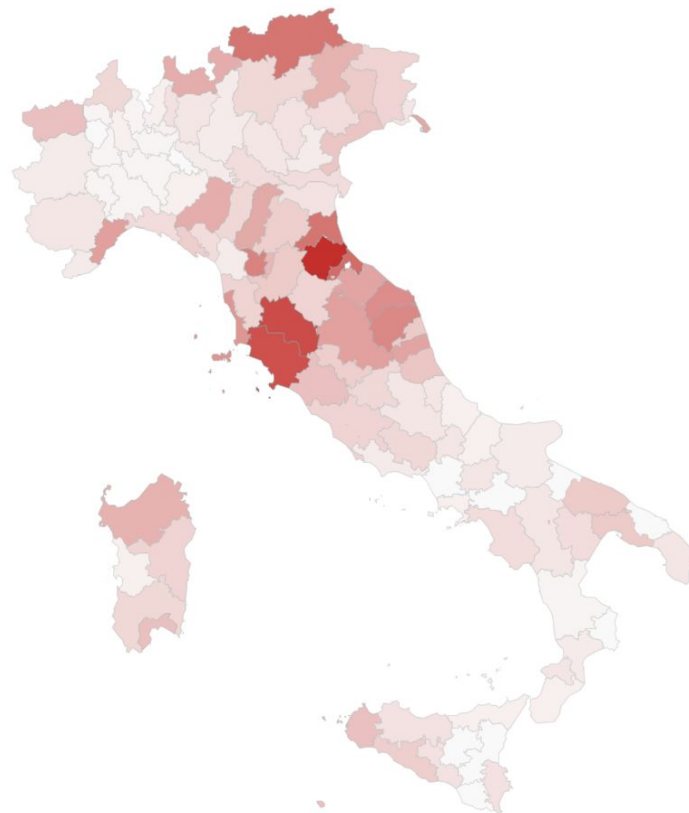
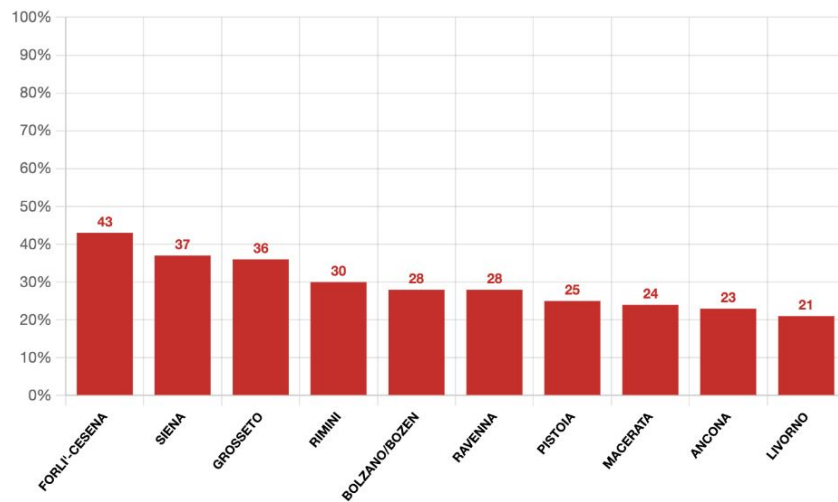
Google



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

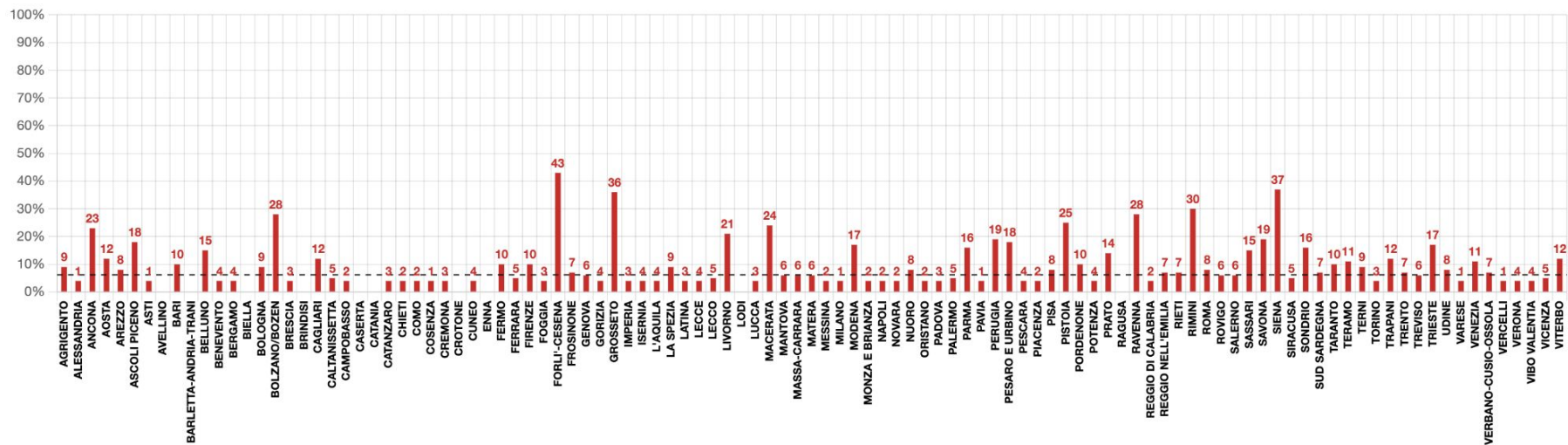
## YouTube dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10



0 43

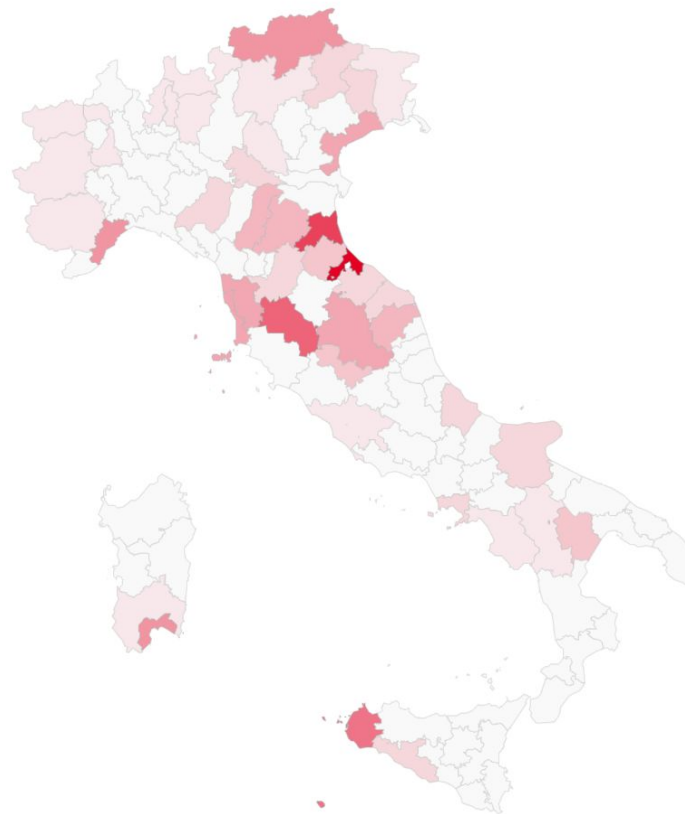
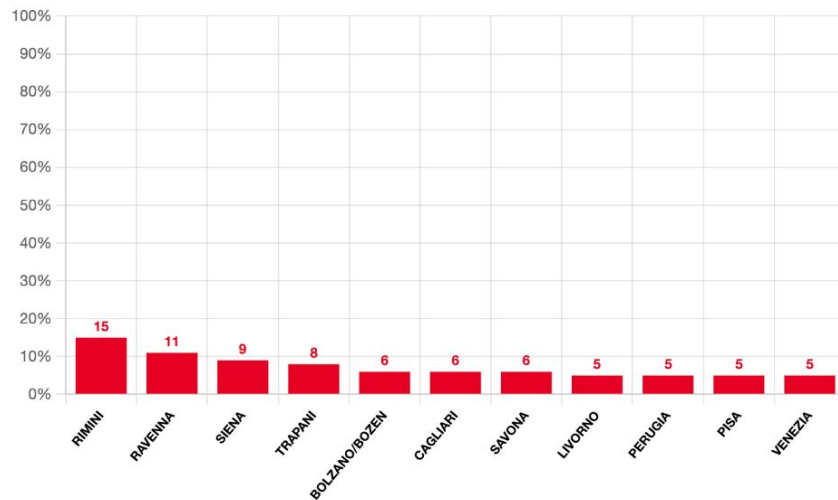
Google

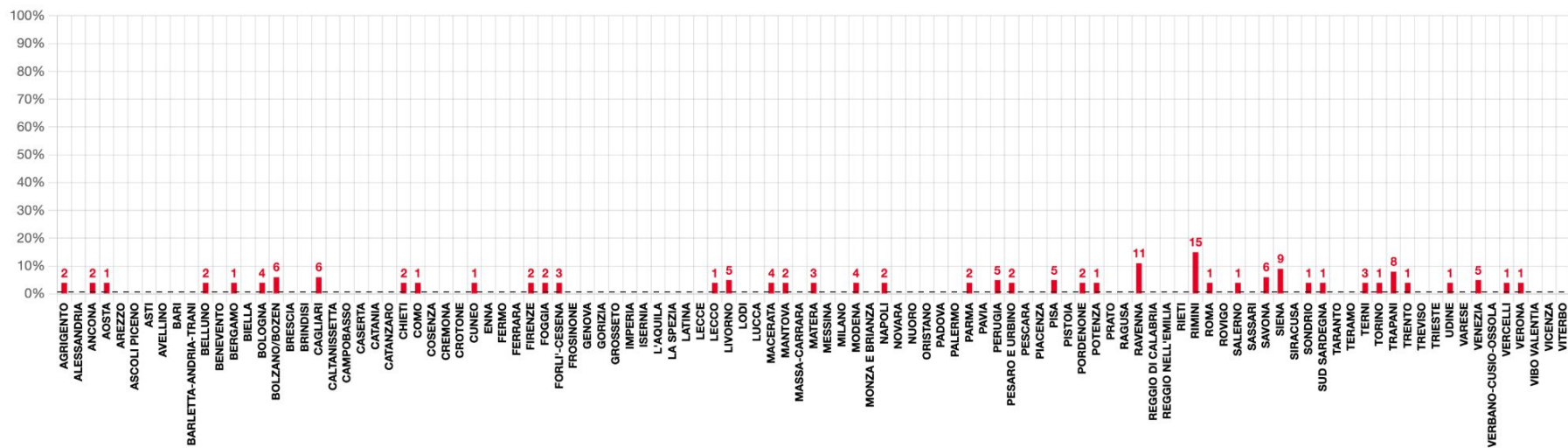


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Pinterest dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10

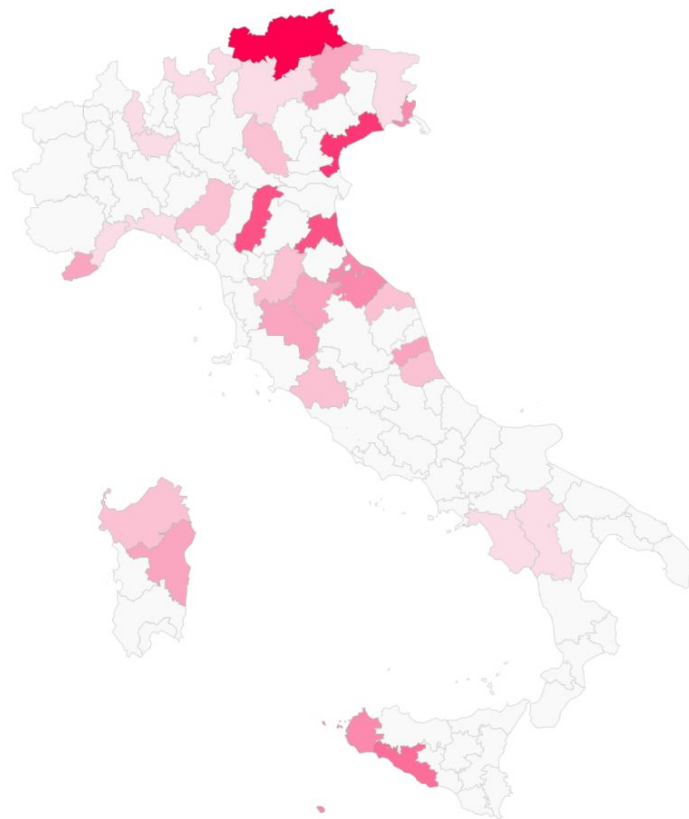
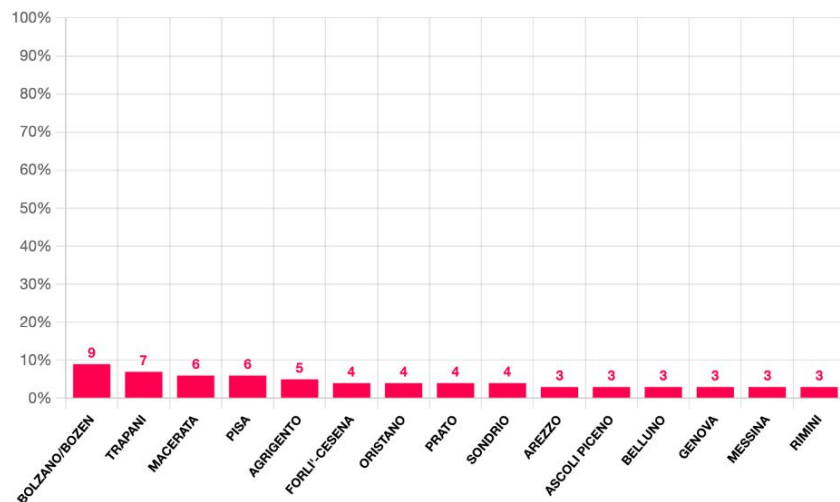


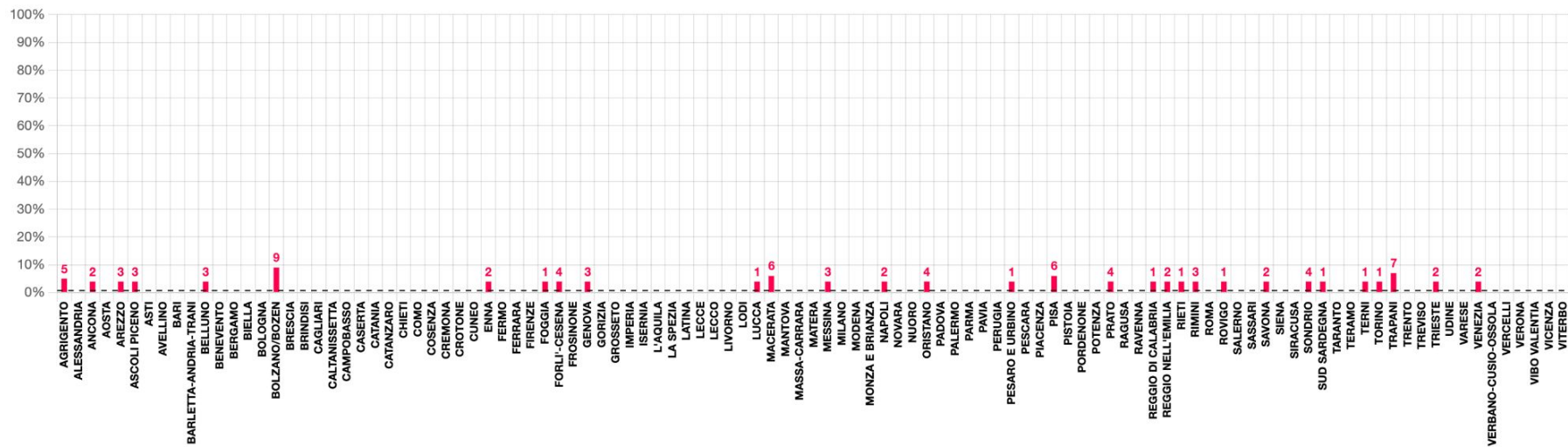


La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Tik Tok dati dei Comuni aggregati per Provincia

Top 10





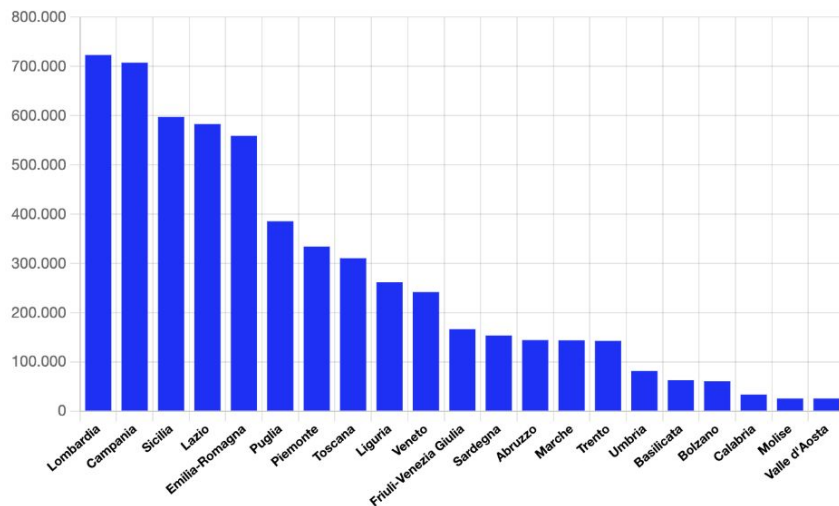
La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

# Enti Regionali Canali Istituzionali

1. **Dati Aggregati di tutti i Social Media**
  - a. Follower Complessivi
  - b. Follower Complessivi per Regione
  - c. Rapporto numero di abitanti e numero di follower

## Follower Social: dati aggregati di tutti i social media

Follower Complessivi



In ordine decrescente per numero di follower complessivi.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Cinque regioni italiane si distinguono per aver superato la soglia dei 500mila follower complessivi sui principali social media, includendo Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok e Telegram. Al contrario, sei regioni registrano una presenza inferiore ai 100mila seguaci.

Follower complessivi per Regione



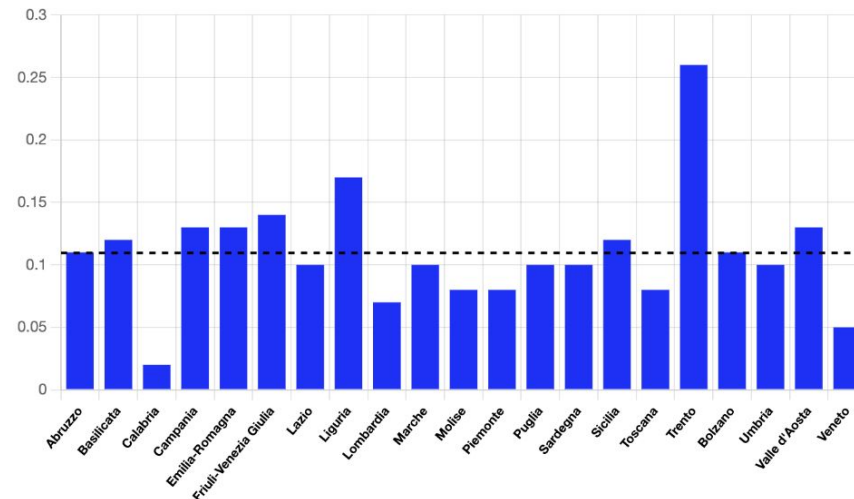
## Rapporto numero di abitanti e numero di follower

Il dato che indica quanti follower per singolo abitante detiene ogni territorio analizzato fornisce un'analisi più equa e rappresentativa della presenza sui social media, tenendo conto della dimensione demografica di ciascuna regione. Questo approccio consente di confrontare in modo più accurato l'impatto e l'efficacia delle strategie di comunicazione digitale in contesti territoriali diversi.

La **Provincia di Trento** emerge come il territorio con il dato migliore, indicando una forte presenza e coinvolgimento sui social media rispetto alla sua popolazione. Questo potrebbe riflettere una maggiore consapevolezza digitale e una cultura dell'uso dei social media più sviluppata tra gli abitanti di questo territorio, oltre a strategie di comunicazione efficaci da parte delle istituzioni locali.

A seguire, la **Liguria** si distingue per un buon dato di follower per singolo abitante, confermando un certo livello di adesione e partecipazione alla comunicazione digitale nella regione.

Al contrario, il **Veneto** e la **Calabria** occupano gli ultimi posti in classifica. Questo potrebbe suggerire una minore penetrazione o coinvolgimento dei social media nella vita quotidiana degli abitanti di queste regioni, oltre a eventuali sfide o limitazioni nelle strategie di comunicazione digitale adottate dalle istituzioni locali.



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Enti Regionali Canali Istituzionali

### 1. Facebook

- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Composizione dei post
- e. Engagement medio per post
- f. Condivisioni medie per post
- g. Commenti medi per post

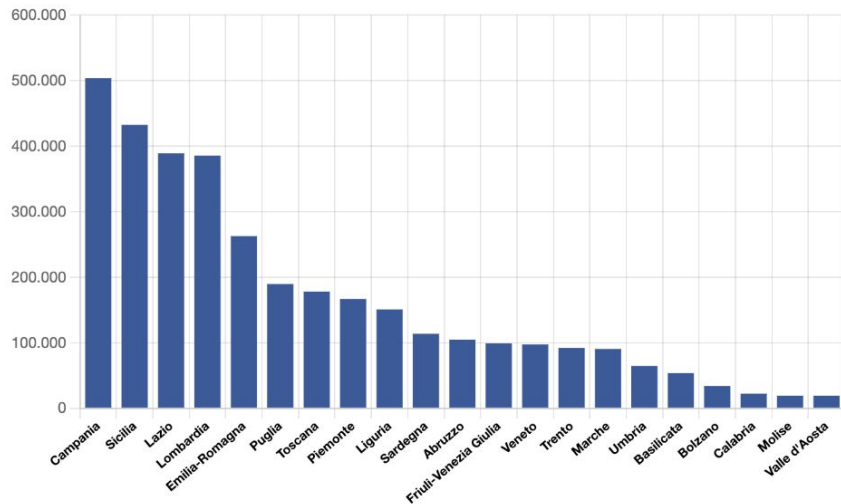
### 2. Instagram

- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Composizione dei post
- e. Engagement medio per post
- f. Commenti medi per post

## Facebook

### Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower complessivi.  
La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



### Follower per Regione

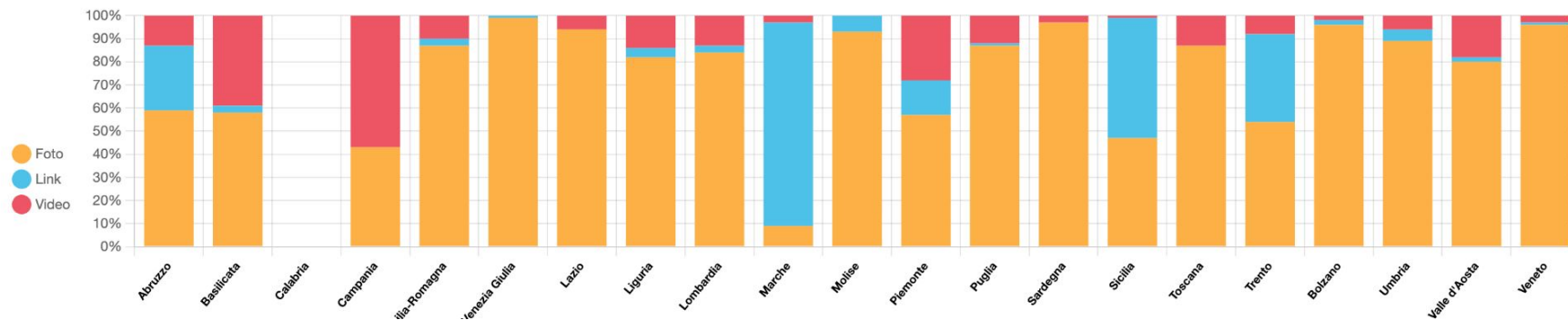


## Regioni con Account verificato

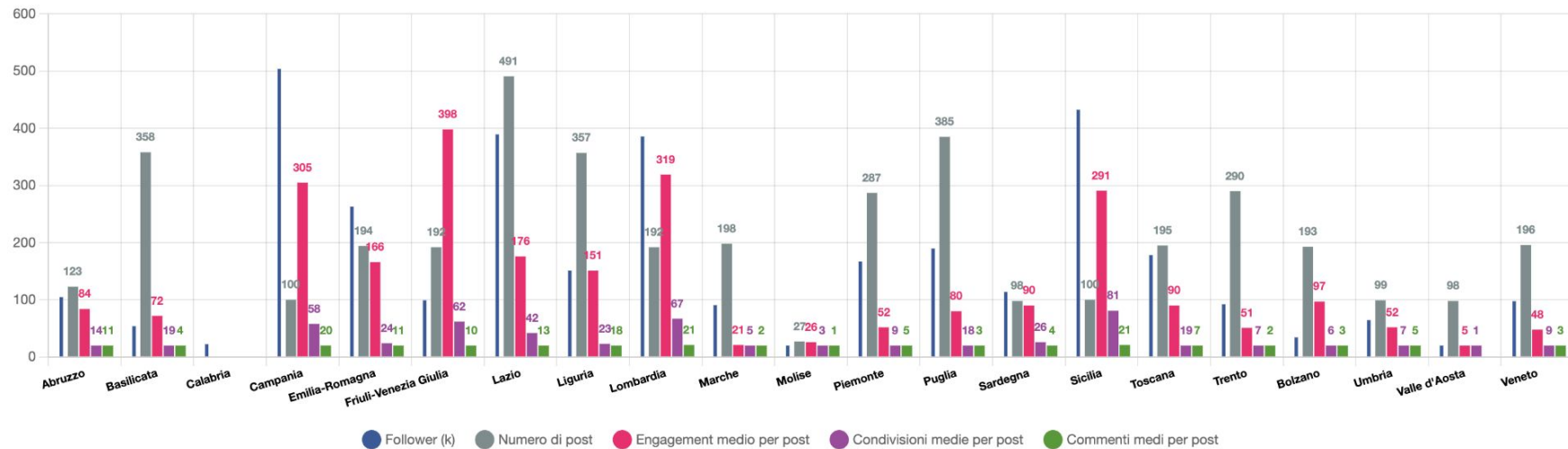


Il **66,7%** delle regioni italiane ha un account verificato

## Composizione dei Post



## Numero di Follower, di Post, Engagement, Condivisioni e Commenti medi per Post

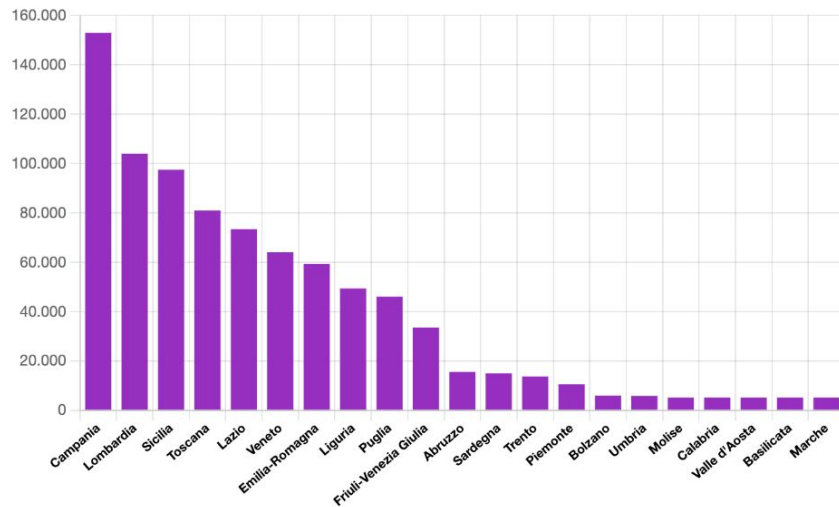


## Instagram

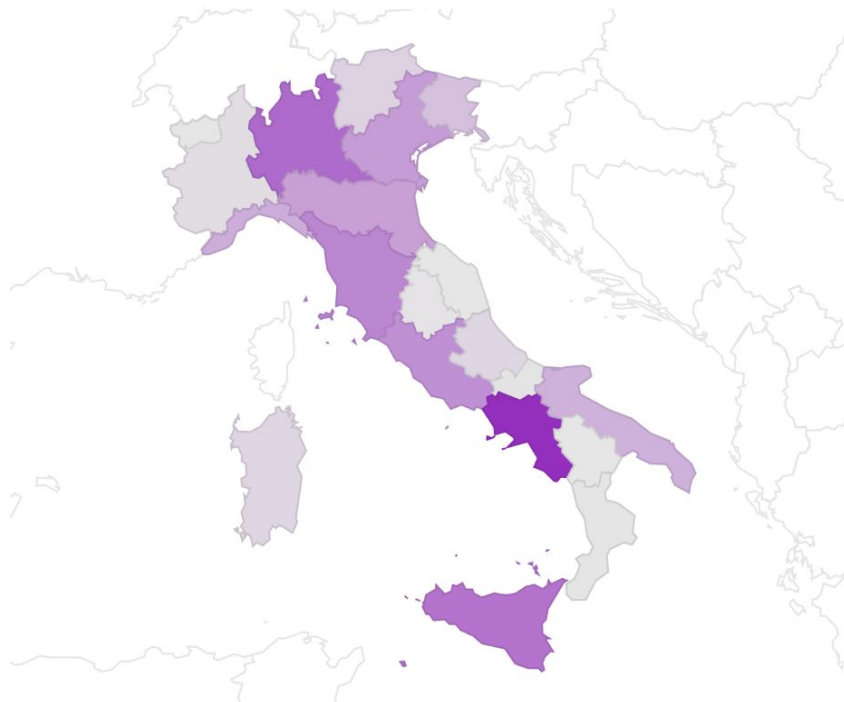
### Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower complessivi.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



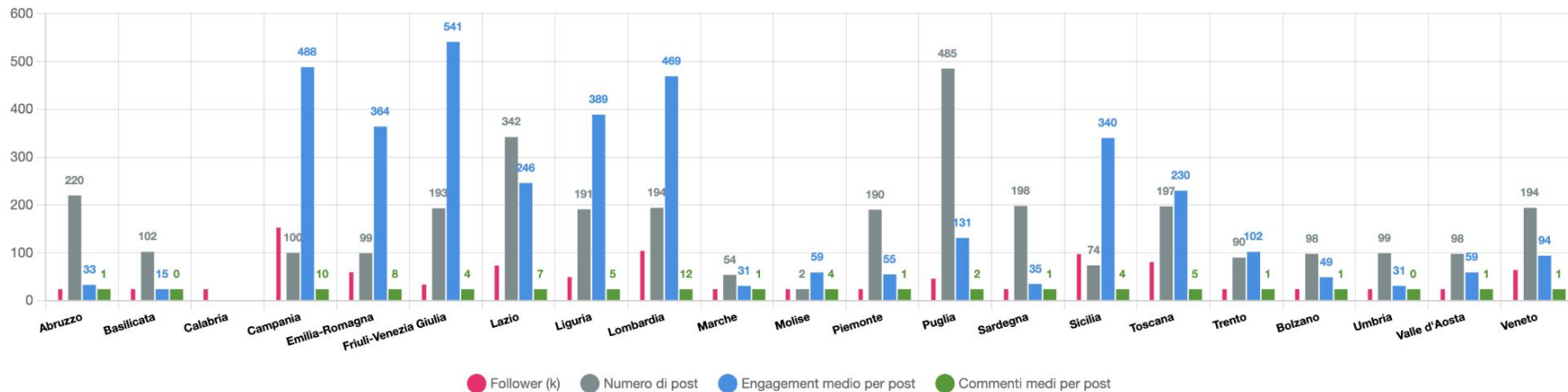
### Follower per Regione





FR

## Numero di Follower, Post, Engagement, Condivisioni e Commenti medi per Post



## Enti Regionali Canali Istituzionali

### 3. X (Twitter)

- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Engagement medio per post

### 4. Youtube

- a. Numero di iscritti

### 5. LinkedIn

- a. Numero di iscritti

### 6. Tik Tok

- a. Numero di Follower

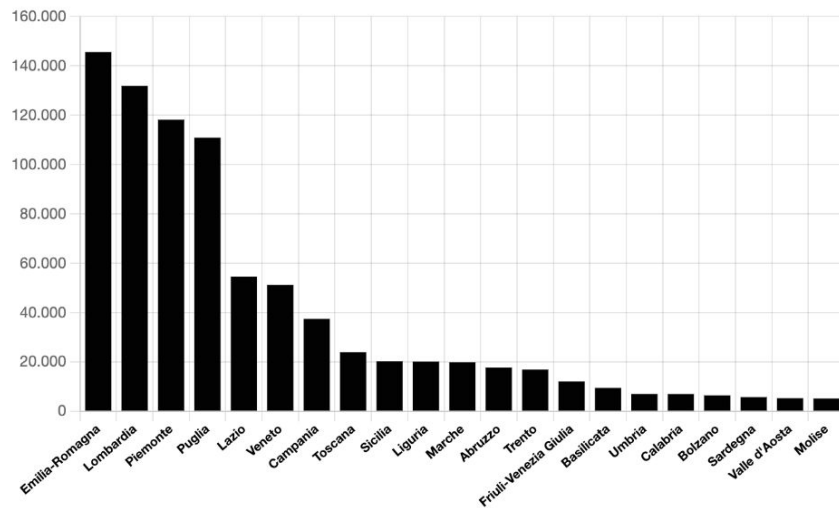
### 7. Telegram

- a. Numero di Follower



## Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower complessivi.  
La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



## Follower per Regione

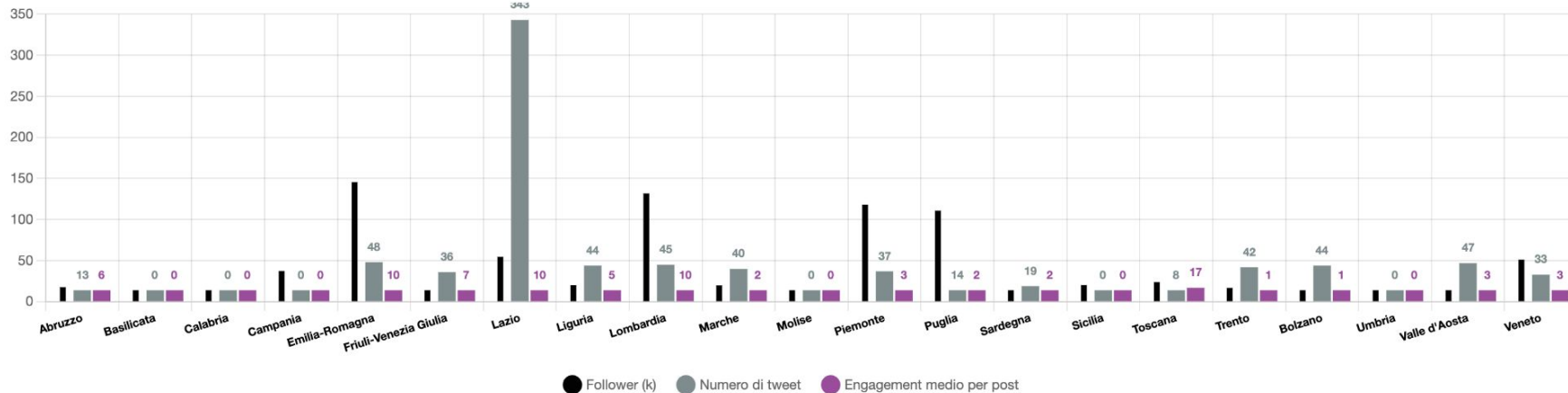


Regioni con Account verificato



Il 19% delle regioni italiane ha un account verificato

Numero di Follower, Post ed Engagement medio per Post

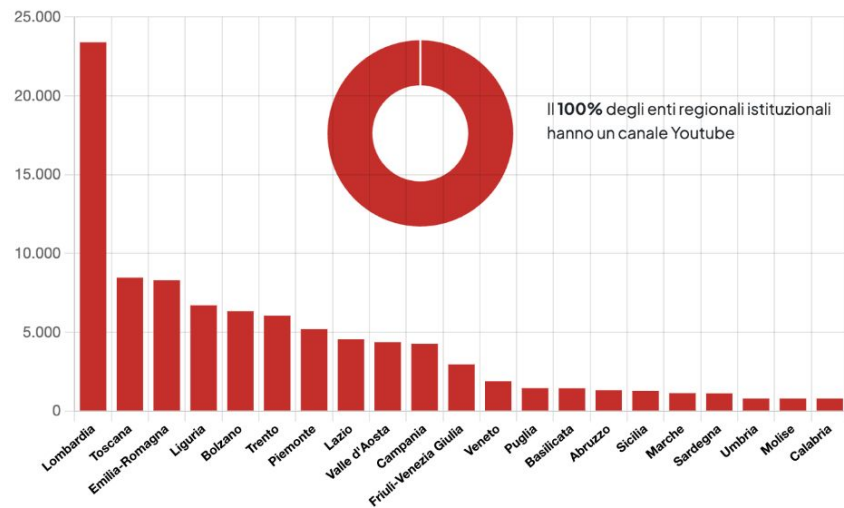


## YouTube

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

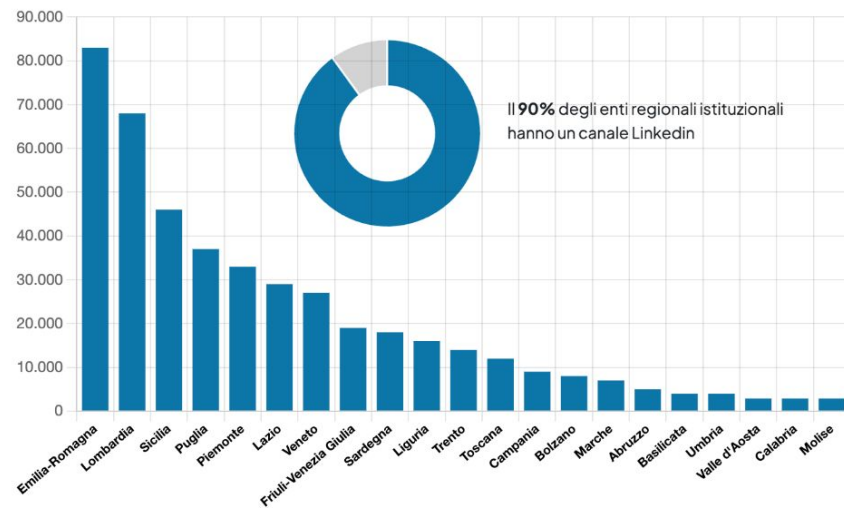


## LinkedIn

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

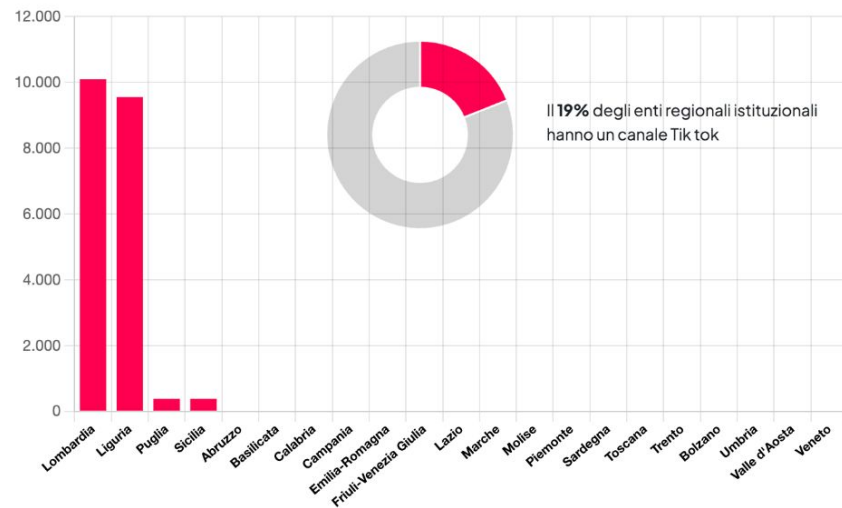


## Tik Tok

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

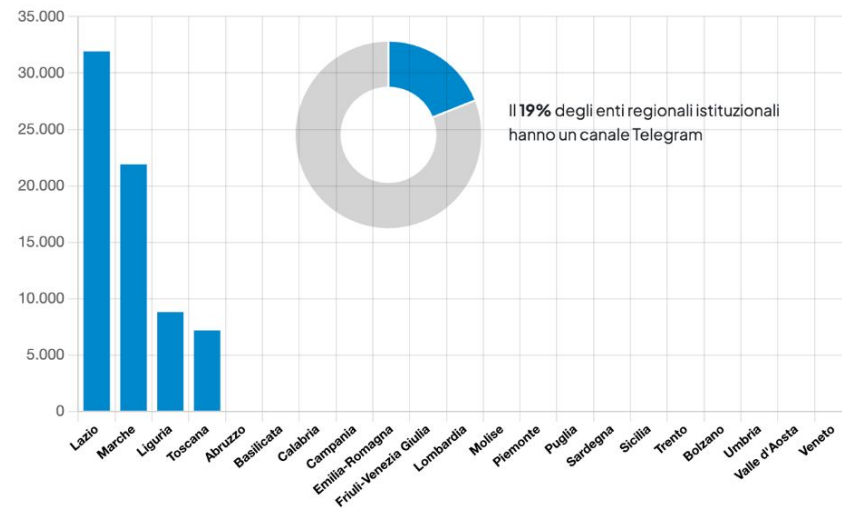


## Telegram

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



## Enti Regionali Canali Turistici

### **Sito web**

Analisi dei siti web turistici delle Regioni.

L'Osservatorio Digitale ha posto l'attenzione sui KPI che ritiene fondamentali per definire il grado di digitalizzazione, di servizio agli utenti e d'interazione con lo stesso, di un sito internet istituzionale regionale dedicato al turismo.

## Sito web: Analisi dei siti web turistici delle Regioni

L'Osservatorio Digitale ha posto l'attenzione sui KPI che ritiene fondamentali per definire il grado di digitalizzazione, di servizio agli utenti e d'interazione con lo stesso, di un sito internet istituzionale regionale dedicato al turismo.

Regione	Lingue	Booking Engine	Newsletter	Social in Home
Abruzzo	🇬🇧 🇩🇪	x	x	☑
Basilicata	🇬🇧	x	x	☑
Calabria	🇬🇧	x	x	☑
Campania	🇬🇧	x	x	☑
Emilia-Romagna	🇬🇧 🇩🇪	☑	☑	☑
Friuli-Venezia Giulia	🇬🇧 🇩🇪	x	☑	☑
Lazio	🇬🇧	x	x	x
Liguria	🇬🇧	x	x	☑
Lombardia	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	☑	x	☑
Marche	🇬🇧	x	x	x
Molise	x	x	x	☑
Piemonte	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	x	☑
Puglia	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	☑	☑
Sardegna	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	x	☑
Sicilia	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	x	x
Toscana	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	☑	☑
Provincia di Trento	🇬🇧 🇩🇪	☑	☑	x
Provincia di Bolzano	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	☑	☑	☑
Umbria	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	x	☑	x
Valle d'Aosta	🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹	☑	☑	☑
Veneto	🇬🇧 🇩🇪	x	x	☑



Il **95%** delle regioni italiane ha un sito dedicato al turismo tradotto in una o più lingue



Il **29%** delle regioni italiane ha un sistema di prenotazione online sul proprio sito turistico



Il **38%** delle regioni italiane ha un servizio di newsletter relativo al sito turistico



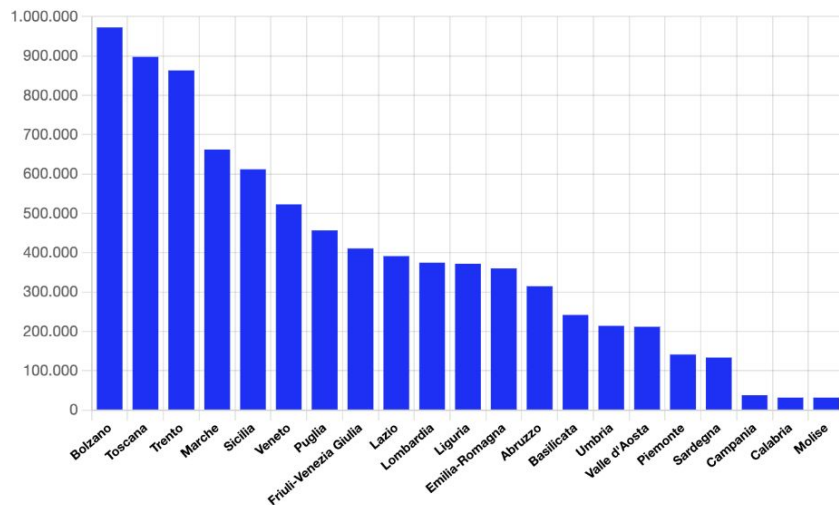
Il **76%** delle regioni italiane ha link social nella home page dei siti turistici

# Enti Regionali Canali Turistici

1. **Dati Aggregati di tutti i Social Media**
  - a. Follower Complessivi
  - b. Follower Complessivi per Regione
  - c. Rapporto numero di abitanti e numero di follower

## Follower Social: dati aggregati di tutti i social media

Follower Complessivi

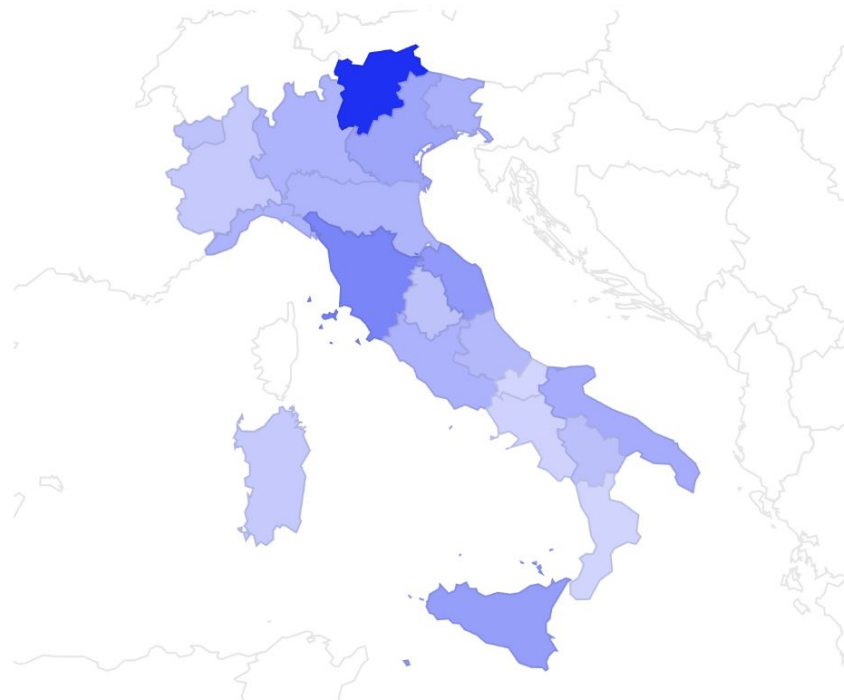


In ordine decrescente per numero di follower complessivi.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

Le due province autonome del **Trentino Alto Adige** e la **Toscana** emergono come leader nel panorama della presenza sui social media, raccogliendo il maggior numero di follower sommando diverse piattaforme quali Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok e Telegram.

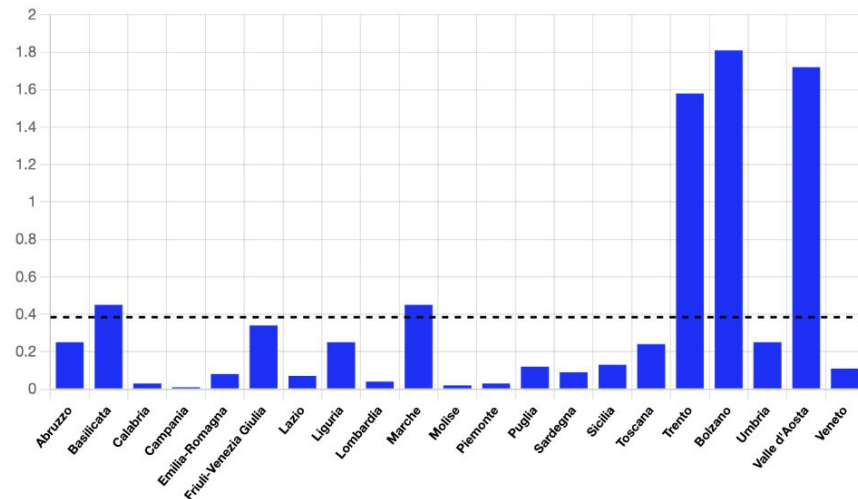
Follower complessivi per Regione



## Rapporto numero di abitanti e numero di follower

Il dato che esplicita quanti follower per singolo abitante detiene ogni territorio analizzato offre una visione più obiettiva della presenza sui social media, poiché considera il rapporto tra il numero di follower e la popolazione di ciascuna regione. Questo permette di confrontare le realtà territoriali in modo più equo e accurato, evitando distorsioni dovute alla dimensione demografica delle regioni. La **Provincia di Bolzano** emerge come il territorio con il dato migliore, indicando una presenza significativa e ben radicata sui social media rispetto alla sua popolazione. Questo potrebbe riflettere una maggiore propensione degli abitanti di Bolzano verso l'uso dei social media e una maggiore attenzione delle istituzioni locali alla comunicazione digitale.

Al contrario, la **Campania** presenta il dato peggiore. Questo potrebbe essere il risultato di vari fattori, come livelli di alfabetizzazione digitale più bassi, limitate risorse dedicate alla comunicazione digitale o una diversa cultura digitale tra gli abitanti della regione.



La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

## Enti Regionali Canali Turistici

### 1. Facebook

- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Composizione dei post
- e. Engagement medio per post
- f. Condivisioni medie per post
- g. Commenti medi per post

### 2. Instagram

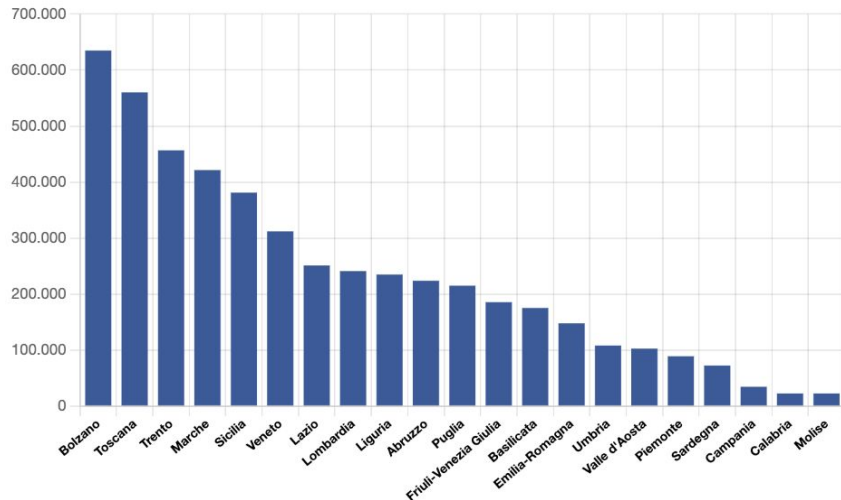
- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Composizione dei post
- e. Engagement medio per post
- f. Commenti medi per post

## Facebook

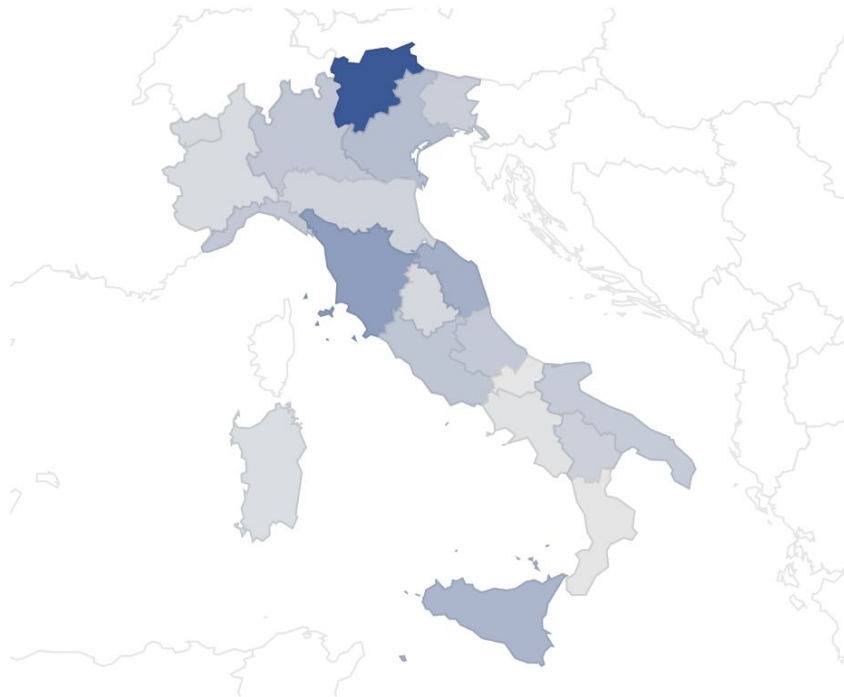
### Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

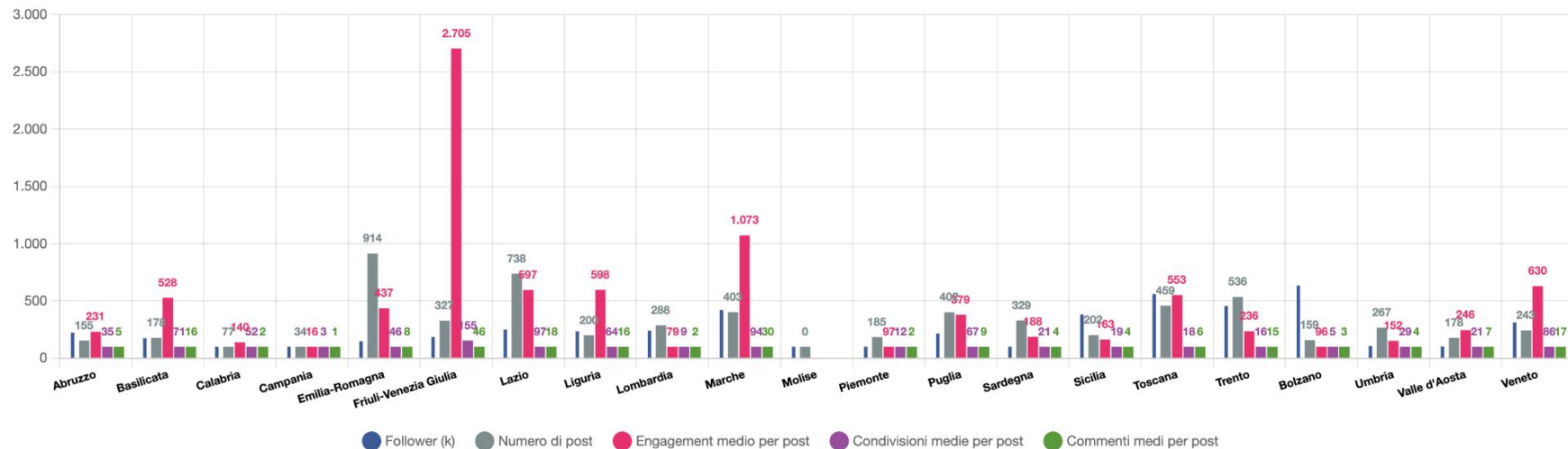


### Follower per Regione





## Numero di Follower, di Post, Engagement, Condivisioni e Commenti medi per Post

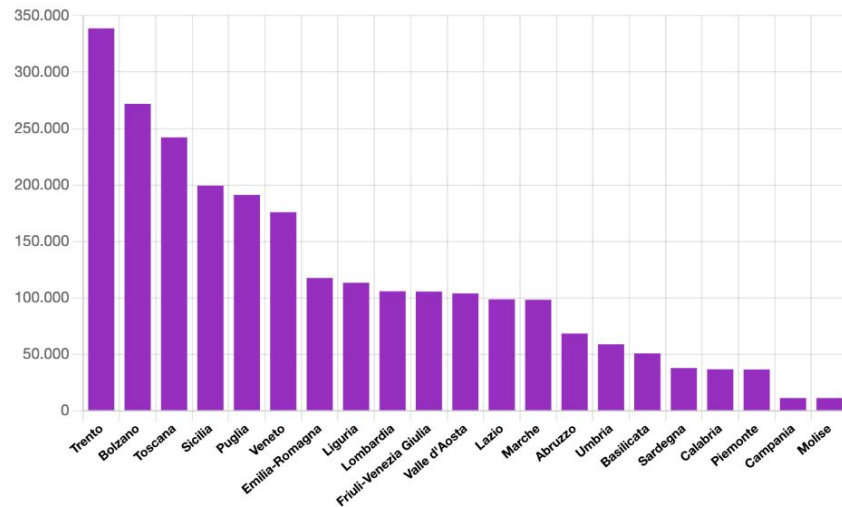


## Instagram

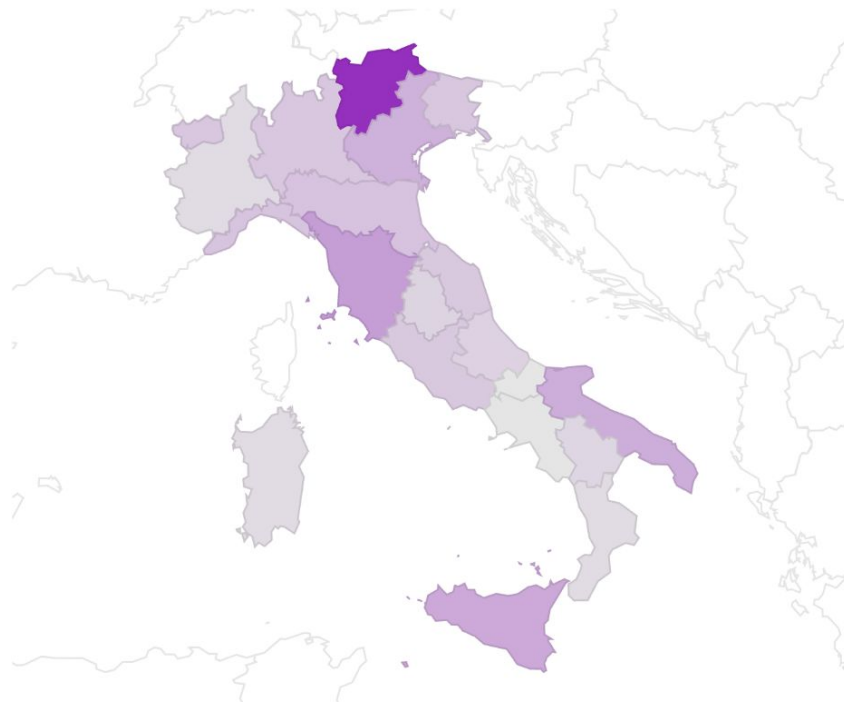
### Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



### Follower per Regione

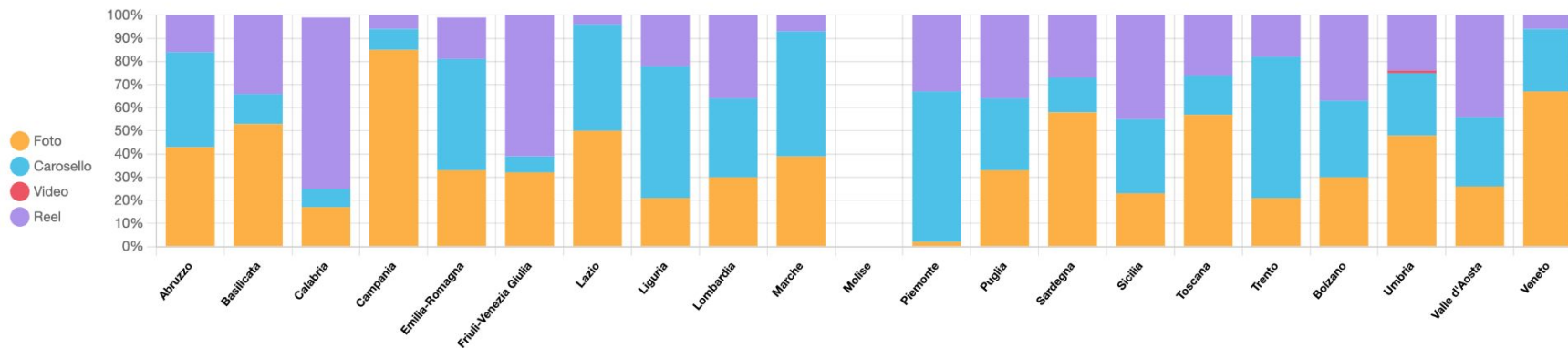


## Regioni con Account verificato

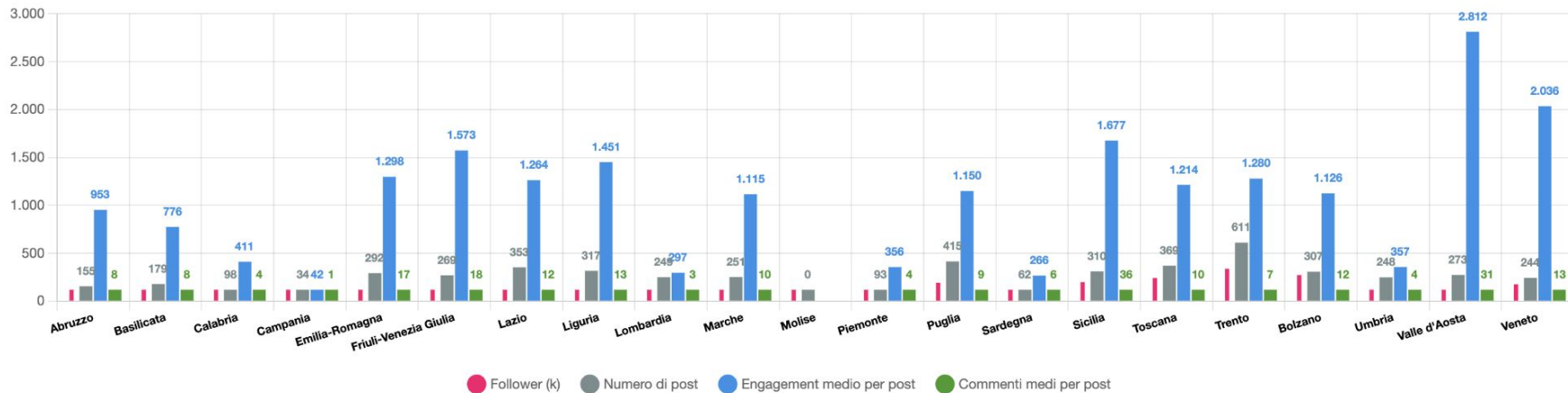


Il **33,3%** delle regioni italiane ha un account verificato

## Composizione dei Post



## Numero di Follower, Post, Engagement, Condivisioni e Commenti medi per Post



## Enti Regionali Canali Turistici

### 3. X (Twitter)

- a. Presenza di account verificato
- b. Numero di Follower
- c. Numero di post
- d. Engagement medio per post

### 4. YouTube

- a. Numero di Iscritti

### 5. LinkedIn

- a. Numero di iscritti

### 6. Tik Tok

- a. Numero di Follower

### 7. Telegram

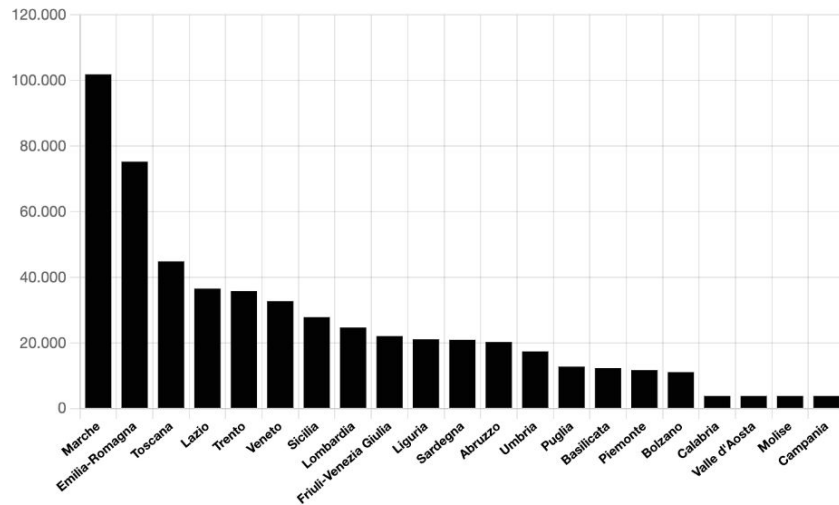
- a. Numero di Follower



## Classifica per numero di Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



## Follower per Regione

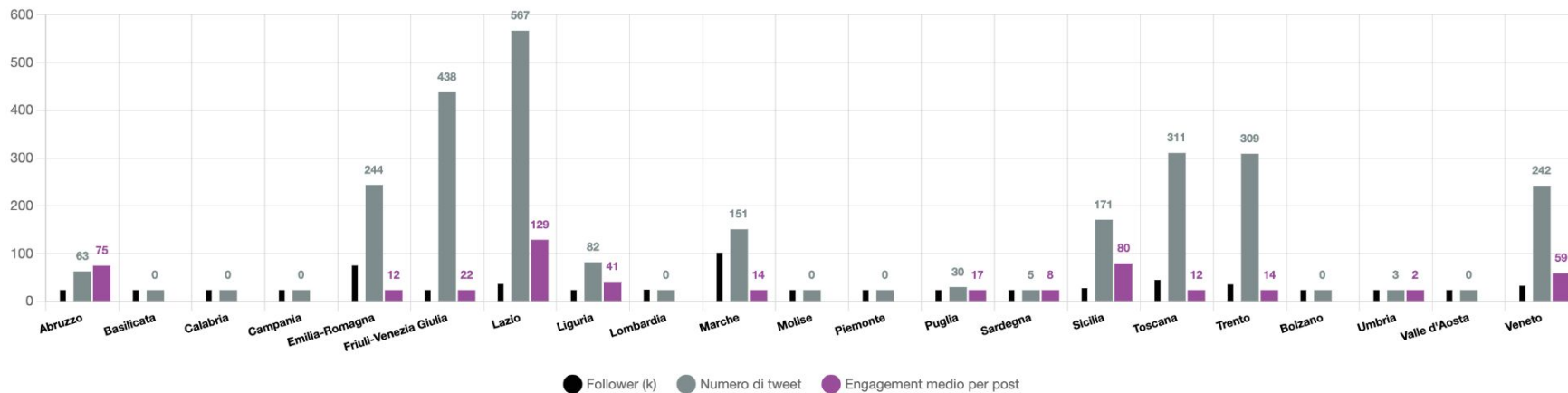


Regioni con Account verificato



Solo il **Friuli Venezia Giulia** ha un account verificato

Numero di Follower, Post ed Engagement medio per Post

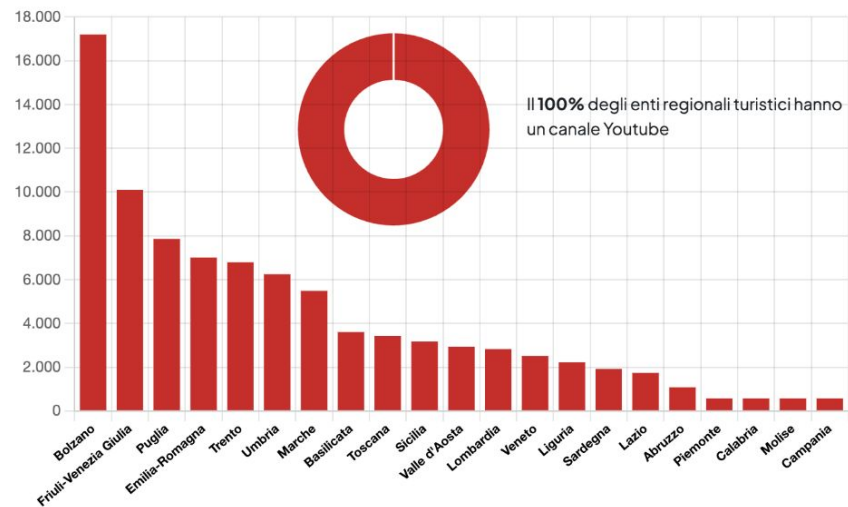


## YouTube

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

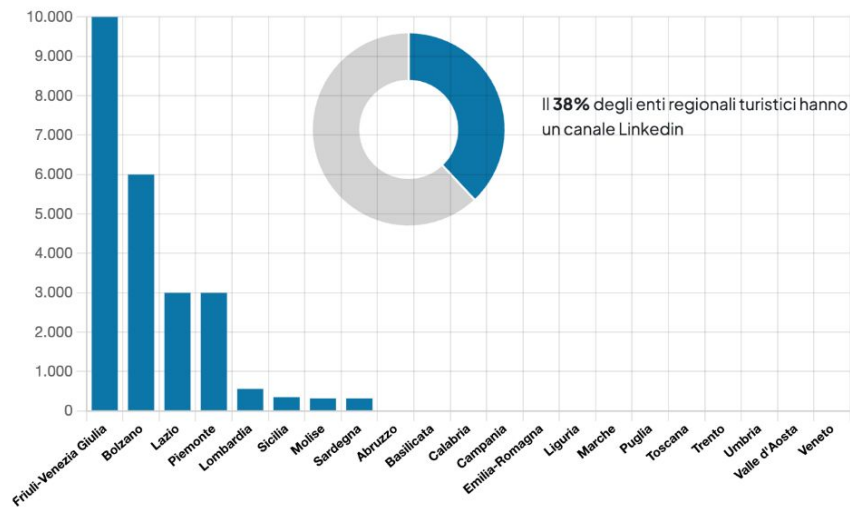


## LinkedIn

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

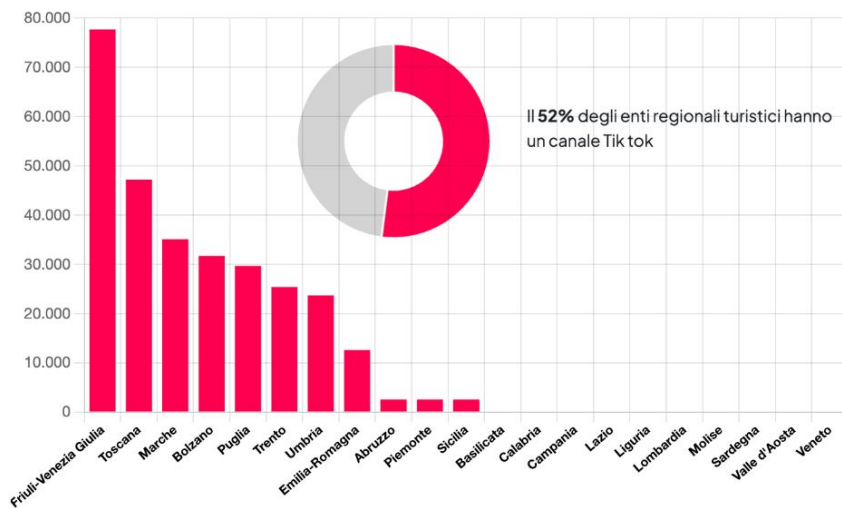


## Tik Tok

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale

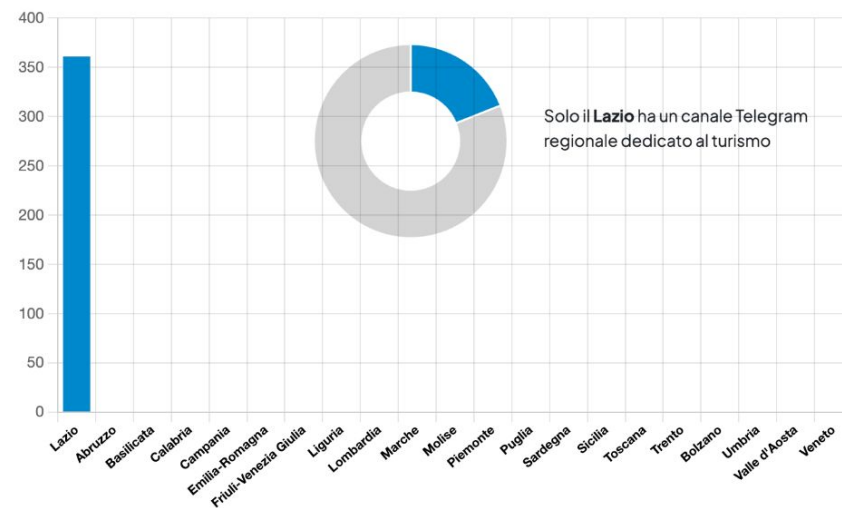


## Telegram

### Follower

In ordine decrescente per numero di follower.

La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio nazionale



## Social Index

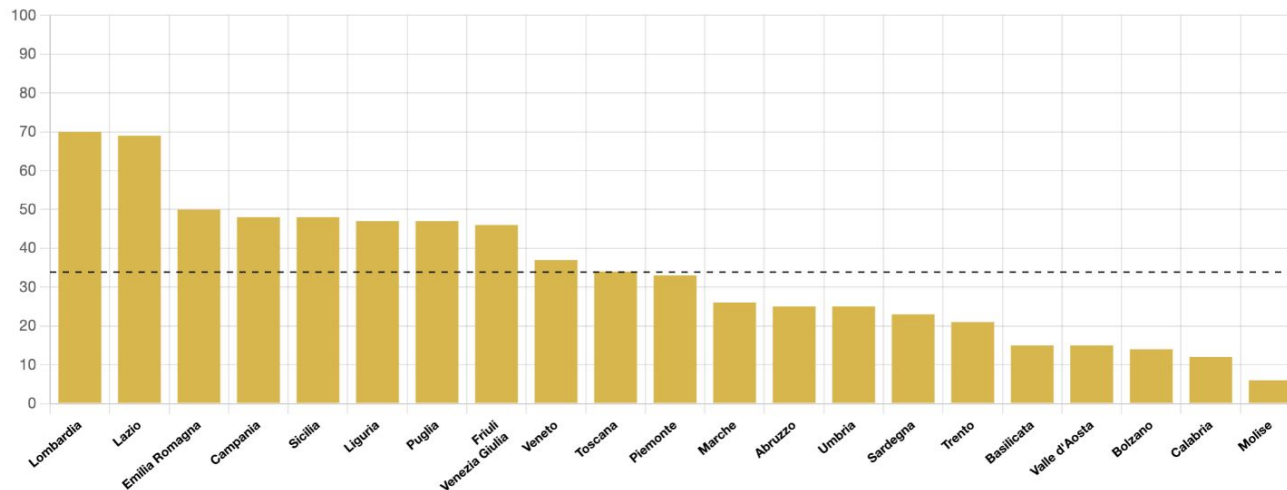
Il **Social Index** è un indicatore progettato e sviluppato dall'Osservatorio Digitale, per misurare il livello complessivo di performance del soggetto analizzato, prendendo in considerazione le attività di social media marketing rilevate in questa ricerca. Questo indice tiene conto di indicatori chiave di prestazione (KPI) quali: la follower base, l'engagement totale, l'engagement medio per post, il numero di contenuti pubblicati e l'account verificato.

Per calcolare il Social Index, l'Osservatorio Digitale impiega un algoritmo esclusivo che assegna un peso specifico a ciascun KPI, basandosi su criteri sia quantitativi che qualitativi. Il punteggio finale, che può variare da 0 a 100, risulta dalla somma dei punteggi ponderati dei vari KPI. Questo valore offre una visione chiara e sintetica delle performance dell'account analizzato sui social media, permettendo così una valutazione puntuale della sua presenza e impatto online.

## Social Index: Canali Istituzionali

Classifica

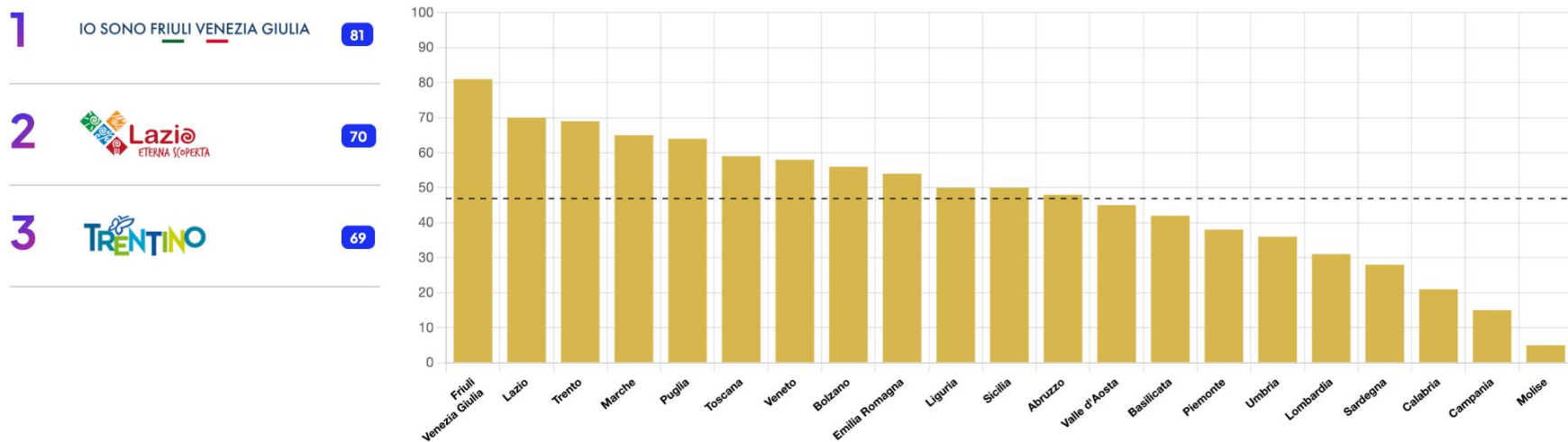
-  Regione Lombardia **70**
-  REGIONE LAZIO **69**
-  Regione Emilia-Romagna **50**



Classifica in ordine decrescente. La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio

## Social Index: Canali turistici

Classifica



Classifica in ordine decrescente. La Linea tratteggiata rappresenta il valore medio

