

# INDAGINE SUI **SOCIAL MEDIA MANAGER IN ITALIA**

---

OSSERVATORIO  
<●> NAZIONALE  
COMUNICAZIONE  
DIGITALE

**PA**social  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
PER LA NUOVA COMUNICAZIONE

**Ottobre 2020**  
**Ricerca n. 160-2020**



ISTITUTO  
PIEPOLI



# I TEMI PIÙ DISCUSSI NEI **CONSIGLI COMUNALI**

---

OSSERVATORIO  
<•> NAZIONALE  
COMUNICAZIONE  
DIGITALE

**PAsocial**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
PER LA NUOVA COMUNICAZIONE

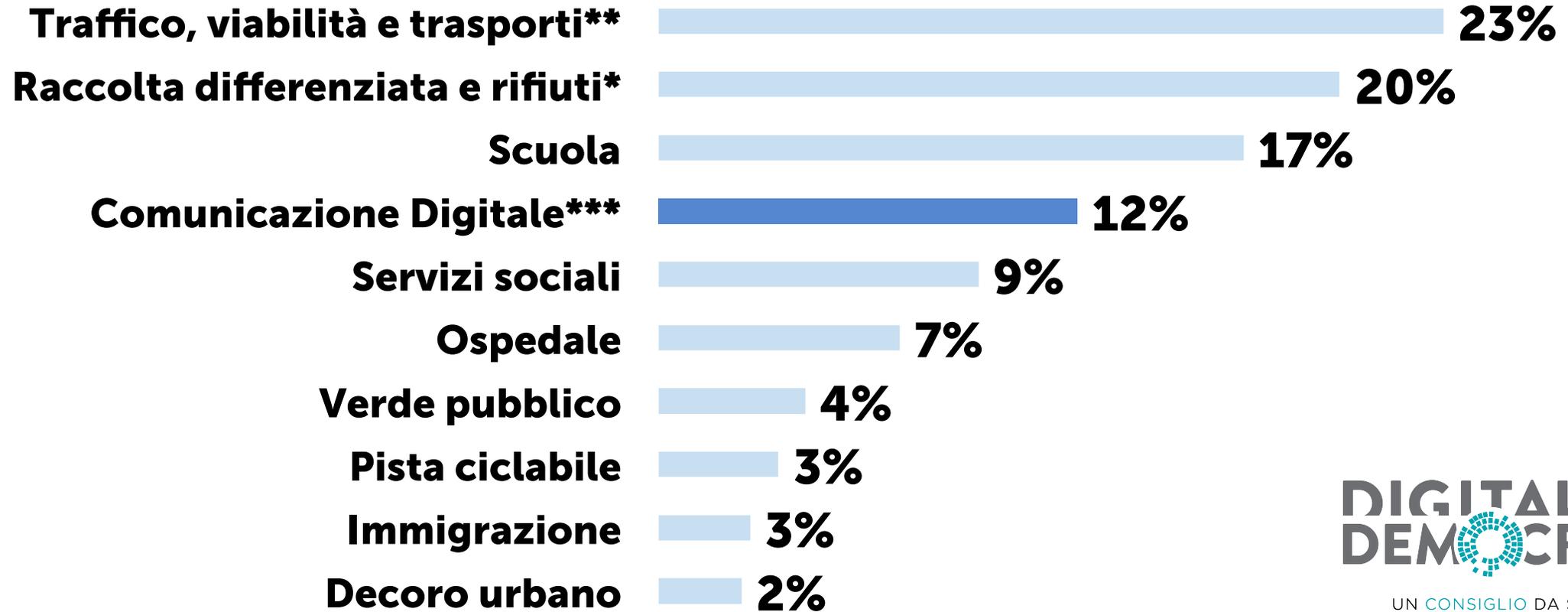
**DIGITAL4  
DEMOCRACY**

UN CONSIGLIO DA SEGUIRE



# TOP 10 - KEY WORD RATING DI COSA PARLANO I CONSIGLI COMUNALI ITALIANI

OSSERVATORIO  
<> NAZIONALE  
COMUNICAZIONE  
DIGITALE



**DIGITAL  
DEMOCRACY**

UN CONSIGLIO DA SEGUIRE

Datii raccolti presso Comuni rappresentativi di:  
NordOvest: 277.151 abitanti  
Centro: 114.604  
Isole: 101.672  
NordEst: 999.212  
Sud: 488.572

\* accorpa i dati delle singole voci "Rifiuti" e "Raccolta differenziata"  
\*\* accorpa i dati delle singole voci "Traffico", "Viabilità" e "Trasporti"  
\*\*\*accorpa i dati delle singole voci "Trasporti pubblici" e "Autobus"  
\*\*\* accorpa i dati delle singole voci "Social Comunicazione digitale"  
Sito web Facebook Twitter Instagram Youtube Tik Tok Whatsapp Telegram"

# TOP 10 - KEY WORD RATING – DETTAGLIO PER AREA DI COSA PARLANO I CONSIGLI COMUNALI ITALIANI

	ISOLE	SUD	CENTRO	NORDOVEST	NORDEST
<b>Raccolta differenziata e rifiuti*</b>	<b>23%</b>	<b>24%</b>	<b>25%</b>	<b>18%</b>	<b>16%</b>
<b>Traffico, viabilità e trasporti**</b>	<b>22%</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>	<b>23%</b>	<b>25%</b>
<b>Scuola</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>
<b>Comunicazione Digitale***</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>10%</b>
<b>Servizi sociali</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>
<b>Ospedale</b>	<b>7%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>
<b>Verde pubblico</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>
<b>Decoro urbano</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
<b>Immigrazione</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>
<b>Pista ciclabile</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>



Il Social Media Manager sta assumendo da svariati anni un'importanza sempre maggiore nella comunicazione nonché nell'innovazione delle aziende pubbliche e private italiane. Il suo ruolo non è limitato alla trasmissione di contenuti informativi attraverso il web, ma rappresenta sempre più il facilitatore e talvolta interprete del mondo digitale con quanti prediligono i media tradizionali. La sua rilevanza è ancora maggiore nella pubblica amministrazione, dove la transizione al mondo digitale è un processo in itinere.

Nel presente rapporto si espongono i risultati di un'indagine per esplorare la figura del Social Media Manager in Italia, con specifica necessità di stimare quanto sono i SMM nella pubblica amministrazione in Italia.

La ricerca è stata realizzata attraverso la somministrazione di **303** interviste telefoniche, somministrate dal 10 al 30 settembre 2020, con metodologia CATI (Computer Aided Telephone Interviewing) ad un campione di pubbliche amministrazioni e assimilate.

L'indagine effettuata ha esplorato i seguenti obiettivi generali:

- **Presenza della figura del Social Media Manager nelle diverse tipologie di enti della pubblica amministrazione;**
- **Se non presente, chi svolge attività di comunicazione digitale all'interno dell'ente;**
- **Se nessuno interno all'ente, verificare il ricorso ad agenzie specializzate;**
- **Quale il livello di diffusione della figura lavorativa tra le diverse tipologie di enti centrali e locali, e nelle diverse aree del territorio italiano;**

**IL CAMPIONE**



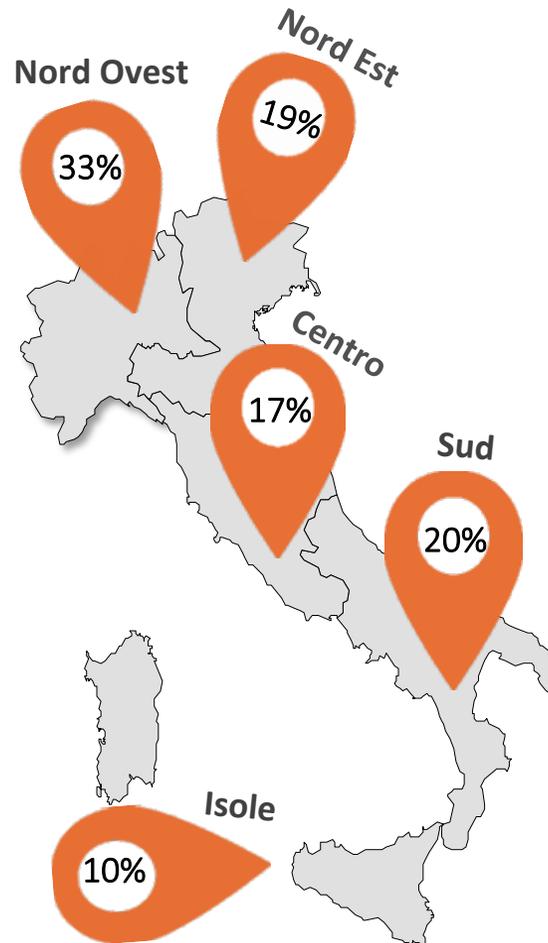
**ISTITUTO PIEPOLI**



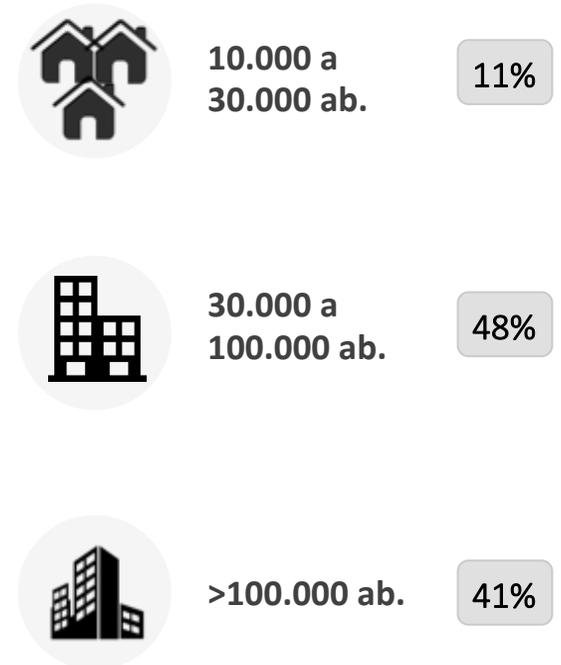
## RUOLO DELL'INTERVISTATO



## AREA GEOGRAFICA



## AMPIEZZA CENTRI





## LA STRUTTURA DEL CAMPIONE

Per il raggiungimento degli obiettivi proposti si è proceduto ad una costruzione di un campione di tipo non proporzionale, secondo il seguente schema:

TIPOLOGIA DI ENTE	Interviste effettuate
Organi del Governo e agenzie di stato	10
Regioni	10
Province	12
Comuni	90
Comunità montane e unioni di comuni	12
Asl	20
Università	10
Istituti o enti pubblici di ricerca	10
Camere di commercio	20
Ordini e collegi professionali	25
Consorzio di diritto pubblico	10
Utilities	47
Istituti scolastici secondari di secondo grado	12
Altri enti	15
<b>Totale</b>	<b>303</b>

In sede di analisi, il campione è stato ricostruito con un **processo di ponderazione**. Il sistema di ponderazione è stato svolto per ricostruire in modo esatto e proporzionale le diverse tipologie di ente a livello nazionale; in tal modo è possibile usufruire di informazioni utili in termini di tipologia di ente, e nel contempo di dati assestati per il campione complessivo. In particolare l'errore campionario ad un livello di confidenza del 95% è pari al +/- 6%.

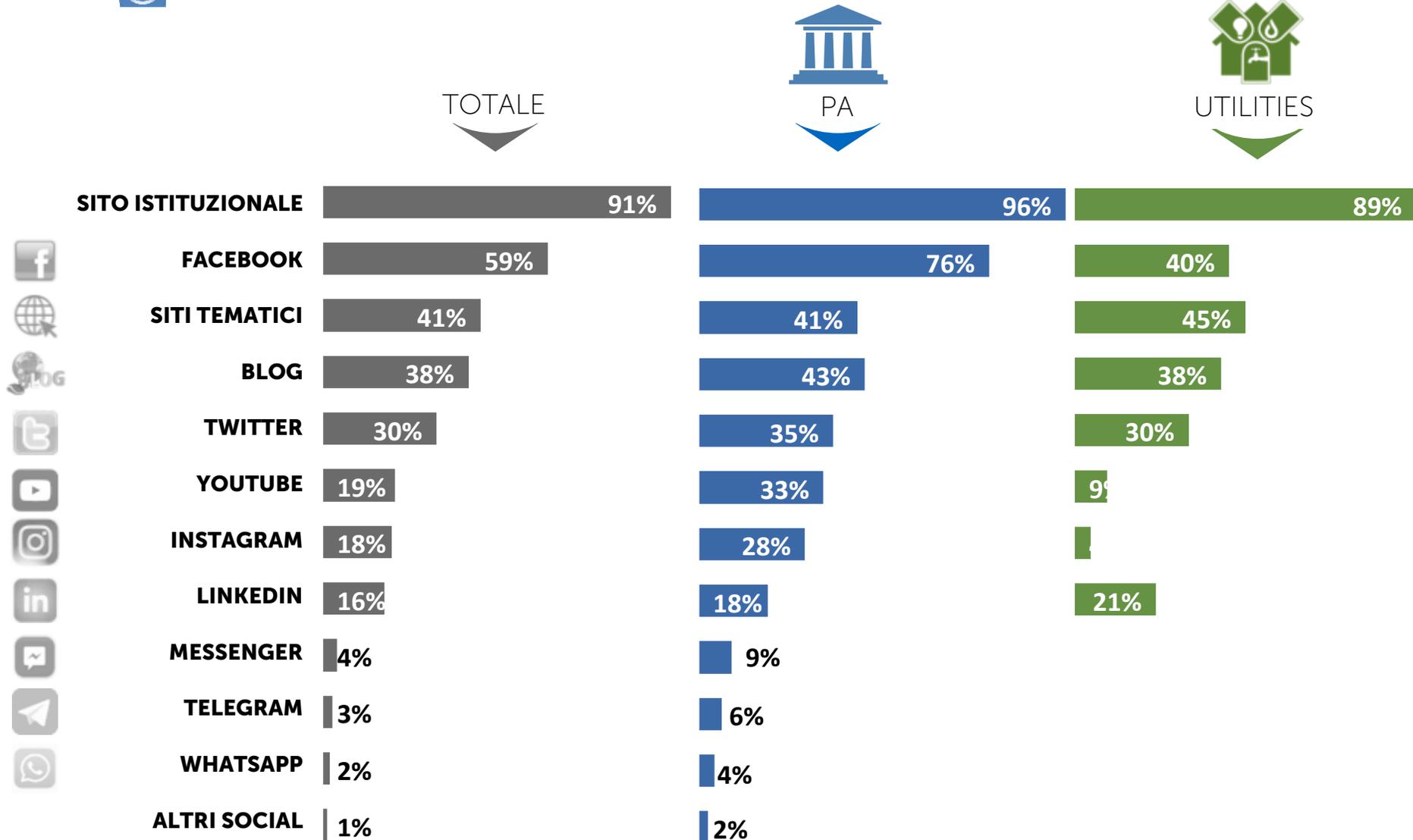
# I RISULTATI



ISTITUTO PIEPOLI

# LA PRESENZA SUI CANALI DIGITALI

In quali canali digitali è presente il suo Ente?



La totalità del campione intervistato è presente in almeno un canale digitale. Nella maggior parte dei casi si tratta del sito istituzionale (91%), di Facebook (59%) e siti tematici (41%). Il 38% fa ricorso ai Blog e un terzo usa Twitter. Da evidenziare che per quasi tutti i social network analizzati le percentuali sono più alte nel PA rispetto a quelle delle utilities.

# LA PRESENZA SUI CANALI DIGITALI

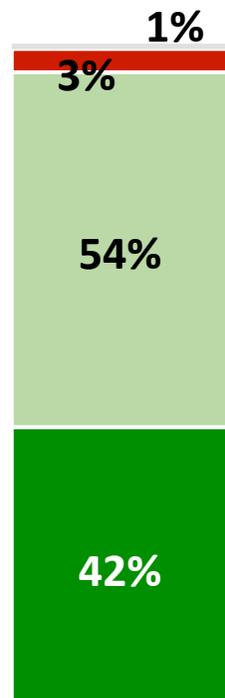
Negli ultimi anni la presenza nei social media del suo Ente è?

Per quanto riguarda la presenza nei social media si evidenzia una importante crescita negli ultimi anni.

Infatti il 42% del Campione dichiara di aver aumentato la presenza sui social network, e solo il 3% dichiara di averla diminuita, questo dato fa registrare un saldo positivo pari al 39% (% Aumentata - % Diminuita) del totale campione.

Analizzando la distribuzione delle risposte degli enti della PA si evidenzia un saldo più elevato e pari al 59%.

**+ 39%**



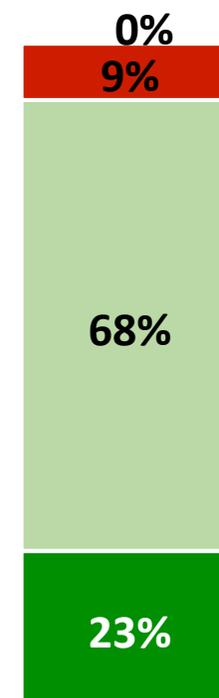
TOTALE

**+ 59%**



PA

**+ 15%**



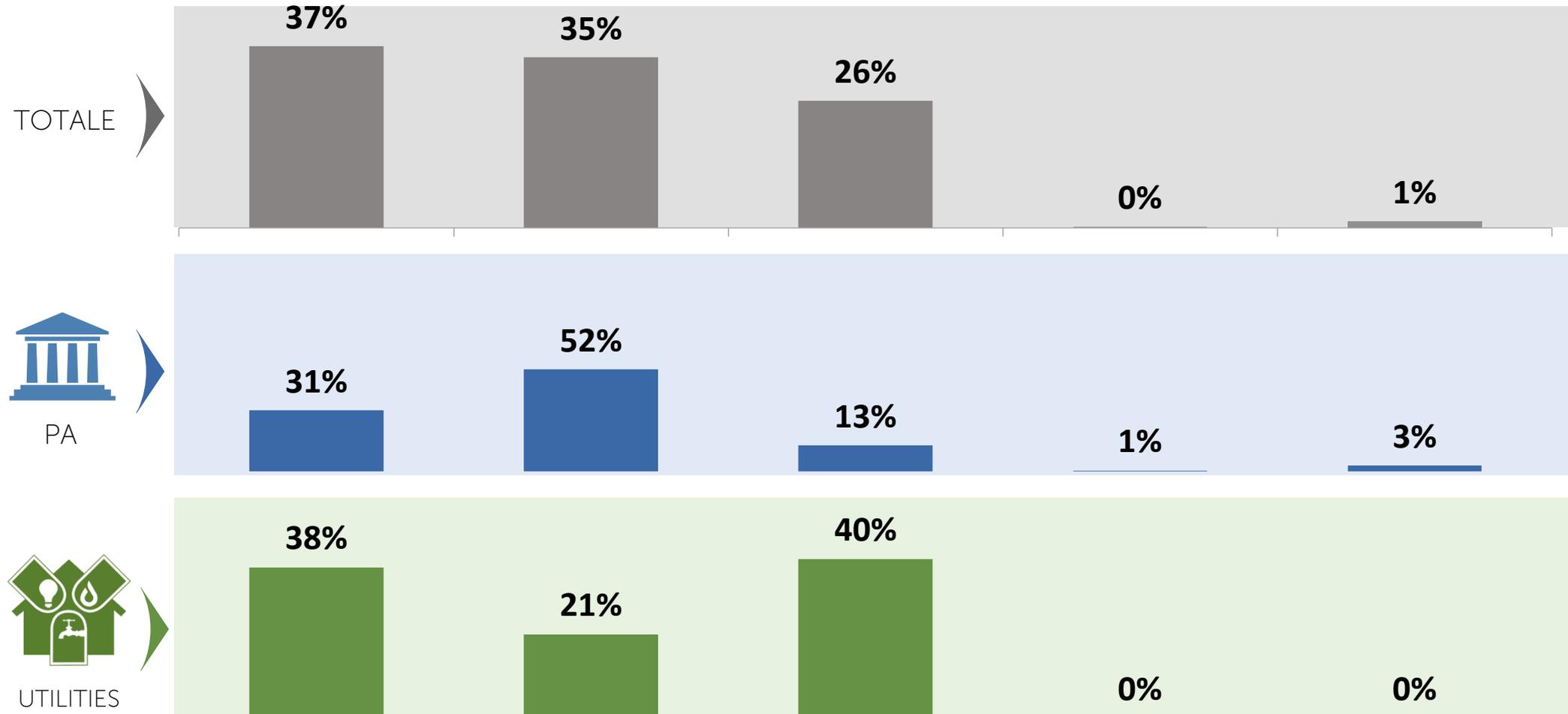
UTILITIES

 AUMENTATA
  RIMASTA UGUALE
  DIMINUITA
  NON INDICA

# L'INTERAZIONE CON GLI UTENTI

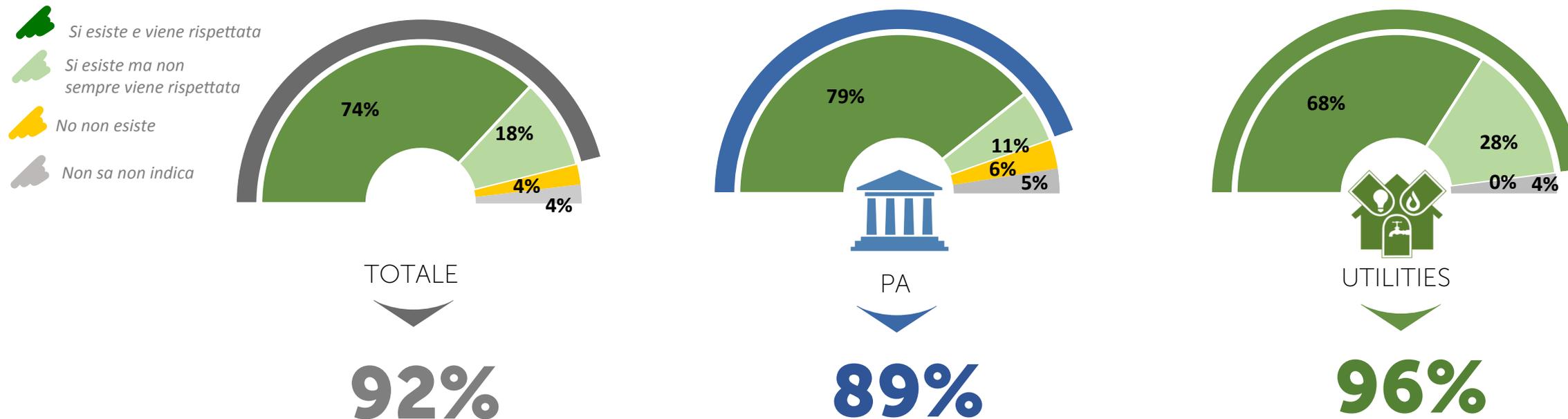
Mi può dire che tipo di interazione c'è con i cittadini/utenti attraverso i canali social e chat?

*Risposte occasionali*   *Risposte in tempo reale*   *C'è poca interazione*   *Altro specificare*   *Non sa non indica*



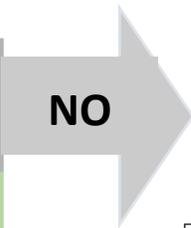
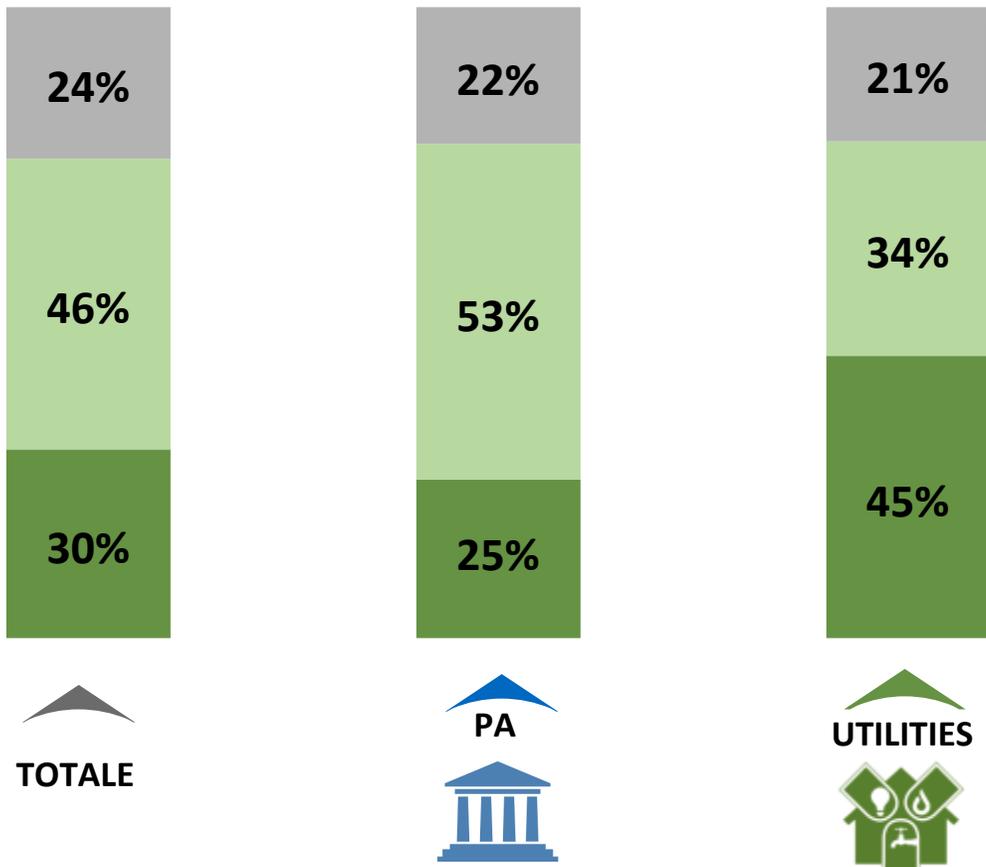
# LA SOCIAL MEDIA POLICY

Nel suo ente è vigente una Social media policy? Se sì, questa viene rispettata?

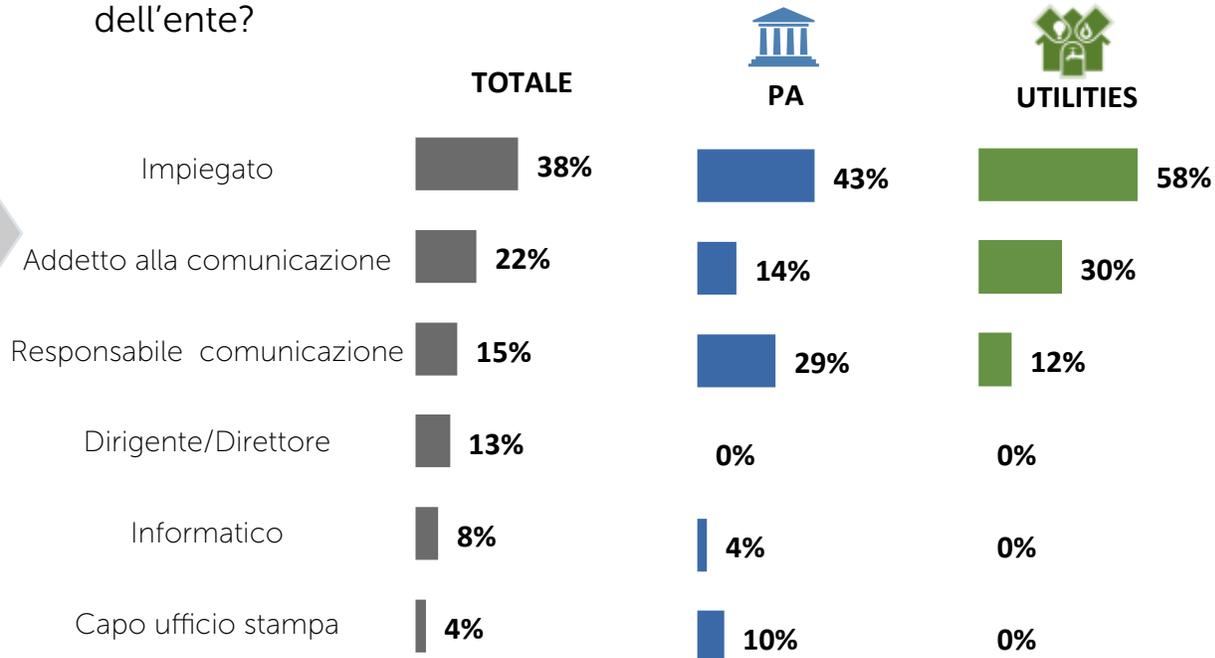


Lo scenario positivo sui social network è confermato anche dalla presenza della Social Media Policy. Quasi la totalità del campione (92%) dichiara la sua presenza all'interno dell'Ente, ma nel 18% dei casi questa non viene sempre rispettata. Solo nel 4% dei casi la Social media policy non è presente.

E' presente nel suo Ente la figura del Social Media Manager, cioè una persona incaricata esclusivamente di gestire il marketing e la comunicazione sui canali Social.



Chi si occupa di gestire la comunicazione digitale all'interno dell'ente?



Base: chi dichiara la non presenza di un social media manager

## PRESENZA SOCIAL MEDIA MANAGER

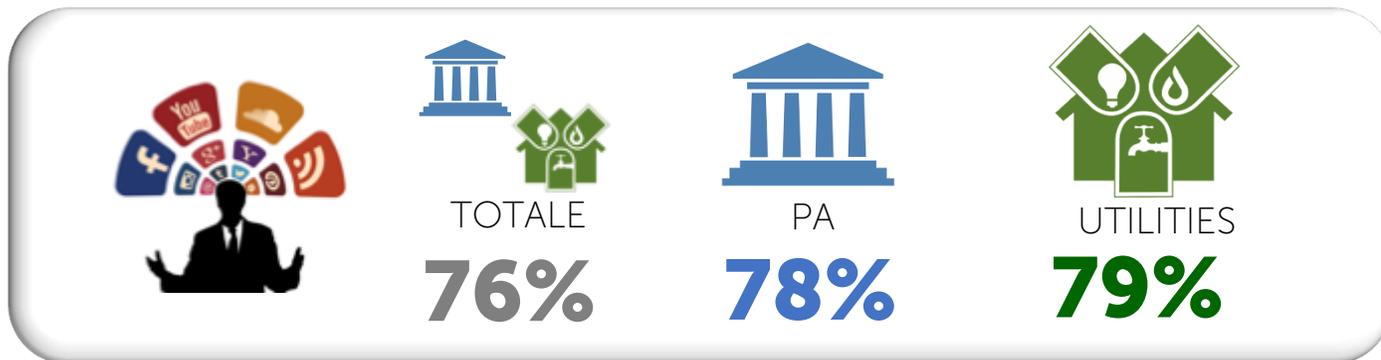


TOTALE  
**76%**

PA  
**78%**

UTILITIES  
**79%**

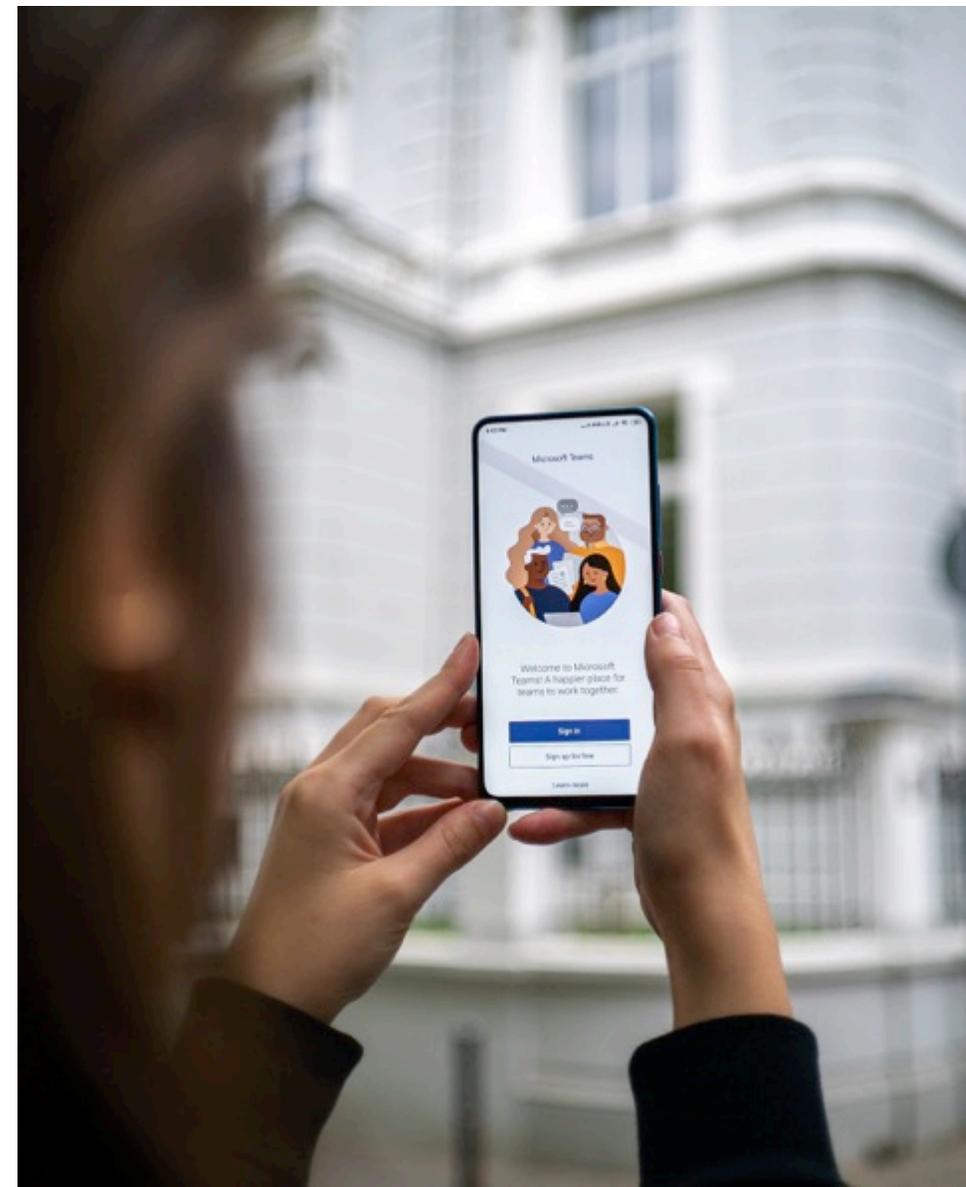
PRESENZA DI SOCIAL MEDIA MANAGER NELLE PA ITALIANE



SI STIMA DUNQUE LA  
PRESENZA DI CIRCA

**9.500**

**SOCIAL MEDIA MANAGER  
NELLE PA ITALIANE**



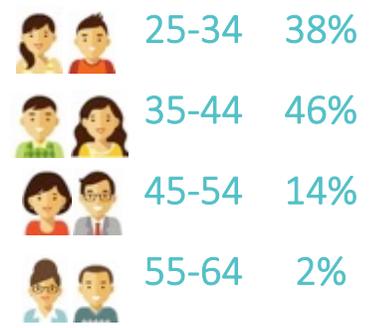
# L' IDENTIKIT DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

In particolare nelle Utilities la percentuale tra uomo e donna risulta più bilanciata (55% uomini e 45% donne)

Esperto di comunicazione e informazione digitale non iscritto ad albi specifici	70%
Giornalista iscritto all'albo	6%
Non sa non indica	23%



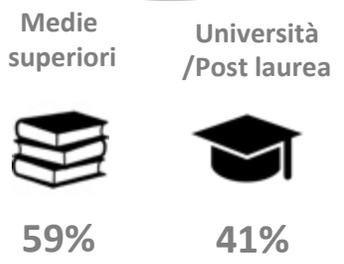
## CLASSE D'ETÀ



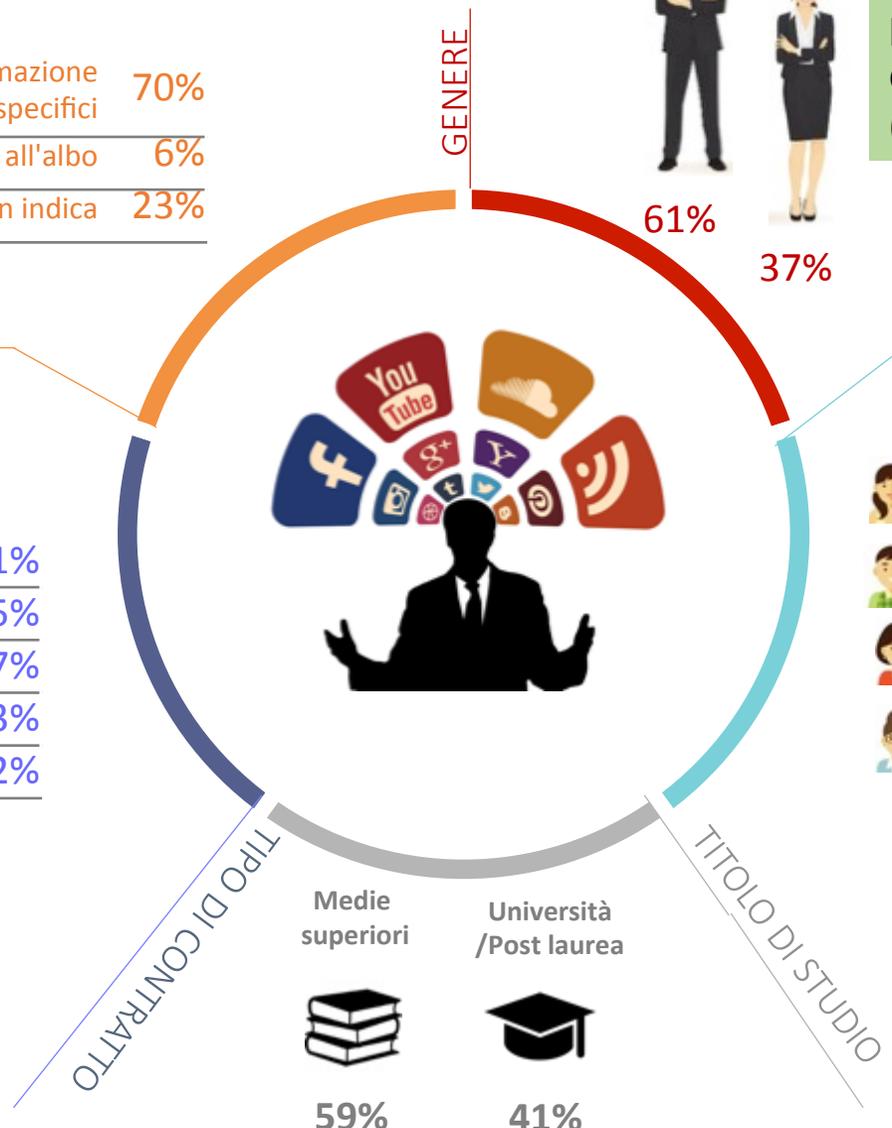
## SPECIFICA PROFESSIONALE

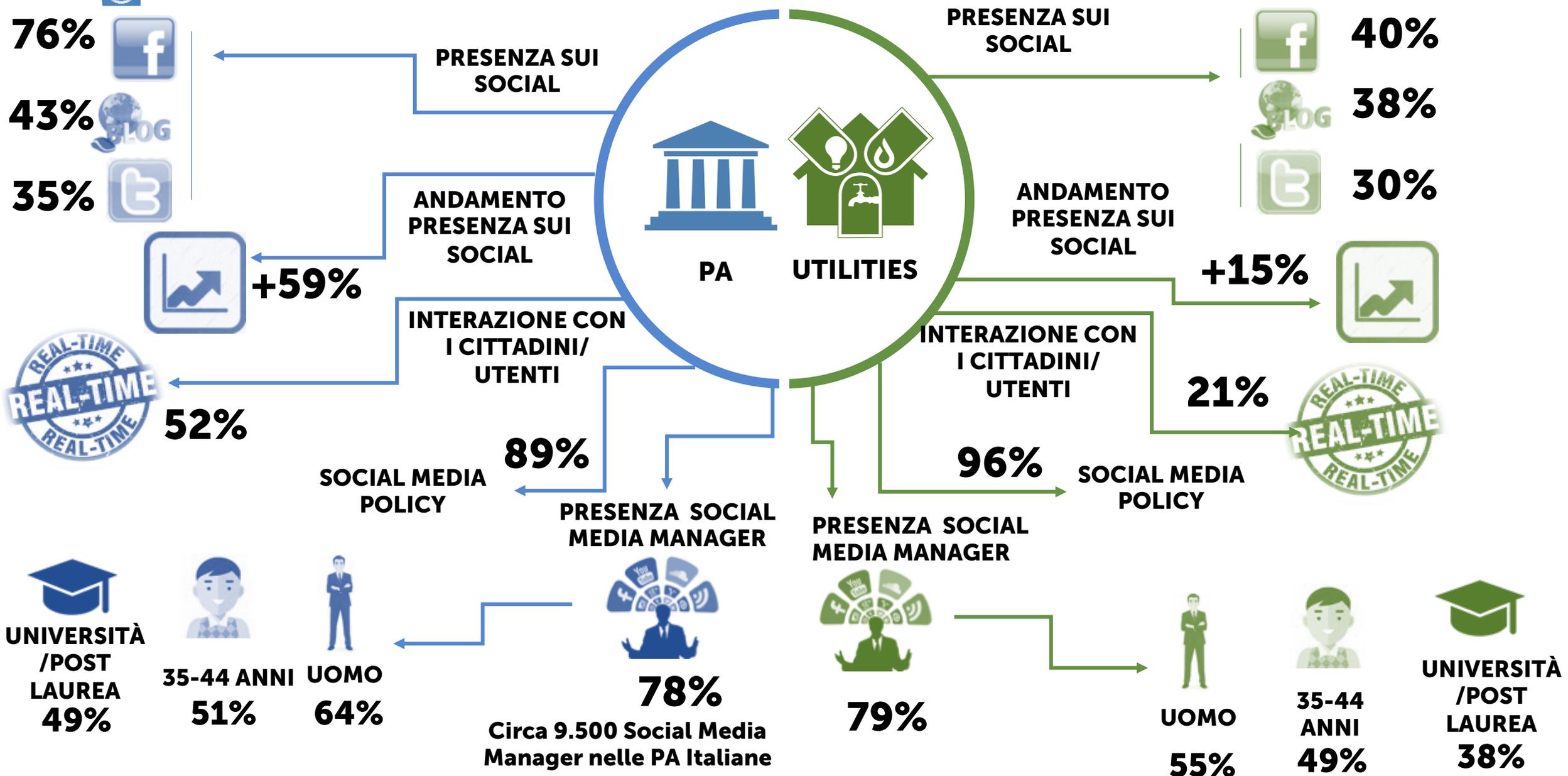
Dipendente a tempo indeterminato	41%
Collaboratore a tempo determinato	35%
Consulente / partita iva	17%
Società esterna	3%
Altro specificare	2%

## TIPO DI CONTRATTO



## TITOLO DI STUDIO







Via Benvenuto Cellini 2/A  
20129 Milano  
t. +39 02 5412 3098



Via di Ripetta 39  
00186 Roma  
t. +39 06 3211 0003



*www.istitutopiepoli.it*  
*istituto@istitutopiepoli.it*  
*P.IVA: 03779980964*



**ISTITUTO PIEPOLI**



Member of

**THE  
RESEARCH ALLIANCE**

**Grazie dell'attenzione**