

IL RUOLO DEI SOCIAL IN ITALIA: TRA ISTITUZIONI E IMPRESE



Documento redatto per:

Ricerca n. 117-2016
Settembre 2016



Istituto Piepoli S.p.A.

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917

www.istitutopiepoli.it istituto@istitutopiepoli.it P.IVA: 03779980964 REA 1701566



PREMESSA E OBIETTIVI

- ① Il Gruppo ItaliaCamp (nella sua triplice articolazione di Associazione, Fondazione e Società) nasce nel giugno 2010, con la fondazione dell'Associazione ItaliaCamp, che promuove e sostiene l'innovazione sociale per colmare la distanza tra la nascita di un'idea e la sua realizzazione.
- ① Proprio allo scopo di fornire a ItaliaCamp informazioni utili per incrementare il proprio business verso lo sviluppo di servizi innovativi di impatto (tra i quali quelli realizzabili tramite social networks) alle Pubbliche Amministrazioni e al mondo dell'impresa, Istituto Piepoli ha realizzato uno studio su i social network, intesi non solo come strumento di comunicazione ma come veicolo di cambiamenti e di miglioramenti dei servizi offerti tanto per la PA, quanto per il settore privato.

METODOLOGIA E CAMPIONE

Il percorso di ricerca:

- ⊙ **Analisi desk:** Per conoscere quali social networks sono utilizzati dalla PA e con quale diffusione. Sono state censite le principali PA del Paese che sono presenti con le loro attività, come da progetto, su Facebook e Twitter. In aggiunta si è scelto di analizzare anche l'attività delle istituzioni su YouTube.
- ⊙ **Analisi quantitativa presso l'Opinione Pubblica:** sono state effettuate 500 interviste telefoniche con metodo C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) su un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, segmentato per sesso, classe di età, ampiezza centri e area geografica territoriale. L'indagine è stata effettuata nel mese di settembre 2016.
- ⊙ **L'obiettivo della fase quantitativa è stato quello di analizzare le percezioni e gli atteggiamenti della popolazione, per capire come utilizzano i social nella comunicazione con la PA.**
- ⊙ **Norme:** Il presente sondaggio è stato eseguito rispettando il codice deontologico ASSIRM ed ESOMAR.

ANALISI DESK



METODOLOGIA

⌚ Per effettuare l'analisi desk sui social utilizzati dalle principali PA sono state analizzate le seguenti Pubbliche Amministrazioni:

- **Presidenza della Repubblica**
- **Presidenza del Consiglio dei Ministri**
- **Ministeri**
- **Regioni**
- **Comuni capoluogo di Regione**
- **Comuni capoluogo di Provincia**

Per un totale di 154 soggetti.

Per ogni singola Pubblica Amministrazione si è verificata la presenza dei social network più comuni quali: Facebook, Twitter e YouTube. Sono stati registrati inoltre per ogni social network i relativi follower/iscritti.

Sono stati presi in considerazione solo i profili social presenti sui siti istituzionali delle PA. La rilevazione è stata effettuata nel mese di settembre 2016.

ELENCO DELLE PA ANALIZZATE

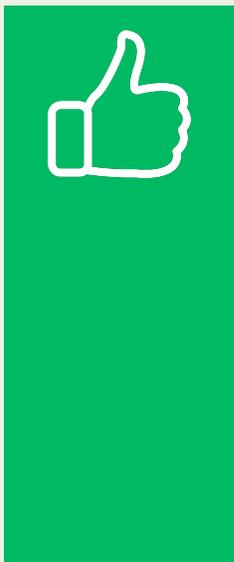
Presidenza della Repubblica	Regione Puglia
Presidenza del Consiglio dei Ministri	Regione Sardegna
Camera dei Deputati	Regione Sicilia
Senato della Repubblica	Regione Toscana
Ministero Affari Esteri	Regione Trentino-Alto Adige
Ministero Interno	Regione Umbria
Ministero Difesa	Regione Valle d'Aosta
Ministero economia e finanze	Regione Veneto
Ministero sviluppo economico	Comune L'Aquila
Ministero politiche agricole	Comune Potenza
Ministero ambiente	Comune Catanzaro
Ministero infrastrutture e trasporti	Comune Napoli
ministero del lavoro	Comune Bologna
Ministero istruzione	Comune Trieste
Ministero beni culturali	Comune Roma
Ministero salute	Comune Genova
Regione Abruzzo	Comune Milano
Regione Basilicata	Comune Ancona
Regione Calabria	Comune Campobasso
Regione Campania	Comune Torino
Regione Emilia-Romagna	Comune Bari
Regione Friuli-Venezia Giulia	Comune Cagliari
Regione Lazio	Comune Palermo
Regione Liguria	Comune Firenze
Regione Lombardia	Comune Trento
Regione Marche	Comune Perugia
Regione Molise	Comune Aosta
Regione Piemonte	Comune Venezia

ELENCO PA ANALIZZATE

Comune Agrigento	Comune Ferrara	Comune Padova	Comune Tortoli
Comune Alessandria	Comune Foggia	Comune Parma	Comune Trani
Comune Andria	Comune Forlì	Comune Pavia	Comune Trapani
Comune Arezzo	Comune Frosinone	Comune Pesaro	Comune Treviso
Comune Ascoli Piceno	Comune Gorizia	Comune Pescara	Comune Udine
Comune Asti	Comune Grosseto	Comune Piacenza	Comune Urbino
Comune Avellino	Comune Iglesias	Comune Pisa	Comune Varese
Comune Barletta	Comune Imperia	Comune Pistoia	Comune Verbania
Comune Belluno	Comune Isernia	Comune Pordenone	Comune Vercelli
Comune Benevento	Comune La Spezia	Comune Prato	Comune Verona
Comune Bergamo	Comune Lanusei	Comune Ragusa	Comune Vibo Valentia
Comune Biella	Comune Latina	Comune Ravenna	Comune Vicenza
Comune Bolzano	Comune Lecce	Comune Reggio Calabria	Comune Villacidro
Comune Brescia	Comune Lecco	Comune Reggio Emilia	Comune Viterbo
Comune Brindisi	Comune Livorno	Comune Rieti	
Comune Caltanissetta	Comune Lodi	Comune Rimini	
Comune Carbonia	Comune Lucca	Comune Rovigo	
Comune Caserta	Comune Macerata	Comune Salerno	
Comune Catania	Comune Mantova	Comune Sanluri	
Comune Cesena	Comune Massa	Comune Sassari	
Comune Chieti	Comune Matera	Comune Savona	
Comune Como	Comune Messina	Comune Siena	
Comune Cosenza	Comune Modena	Comune Siracusa	
Comune Cremona	Comune Monza	Comune Sondrio	
Comune Crotone	Comune Novara	Comune Taranto	
Comune Cuneo	Comune Nuoro	Comune Tempio Pausania	
Comune Enna	Comune Olbia	Comune Teramo	
Comune Fermo	Comune Oristano	Comune Terni	

ANALISI DESK – LE PA E I SOCIAL

103



Numero PA con almeno un social (tra Facebook, Twitter e YouTube)

51



Numero PA con nessun Social

NUMERO DI PA PRESENTI SU

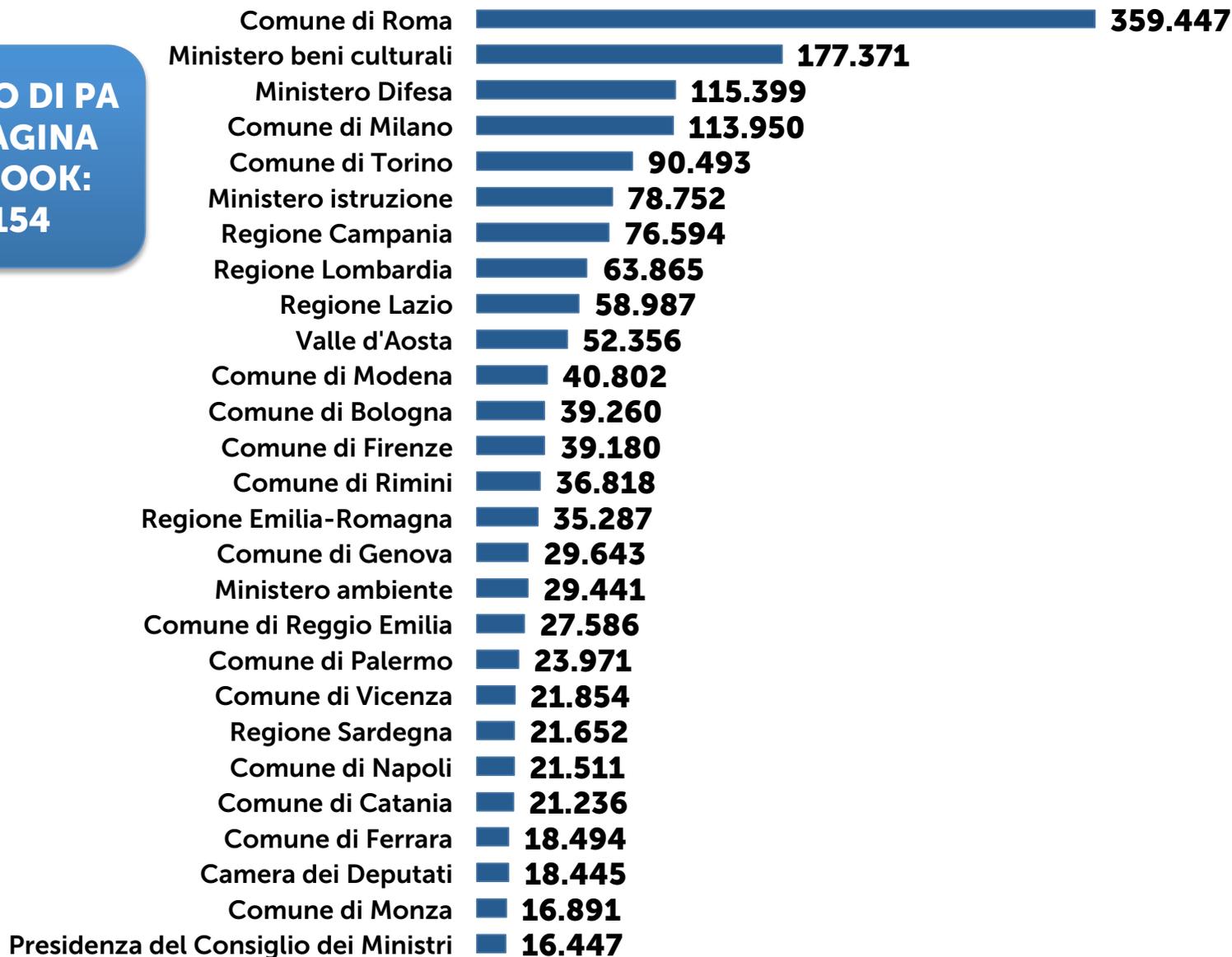


NUMERO DI PA PRESENTI SU TUTTI E 3 I SOCIAL

58/154

**NUMERO DI PA
CON PAGINA
FACEBOOK:
90/154**

PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "LIKE"



ANALISI DESK

PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "LIKE"

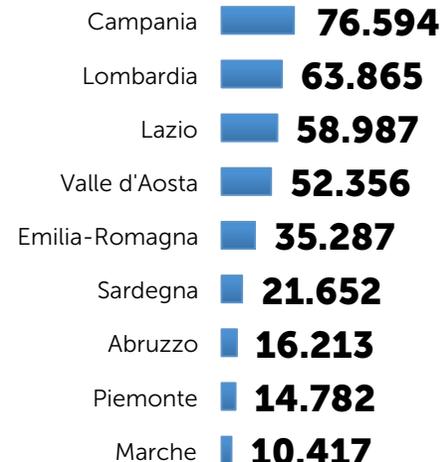
"ALTE ISTITUZIONI"

**ALTE
ISTITUZIONI
CON
PAGINA
FACEBOOK:
9/16**



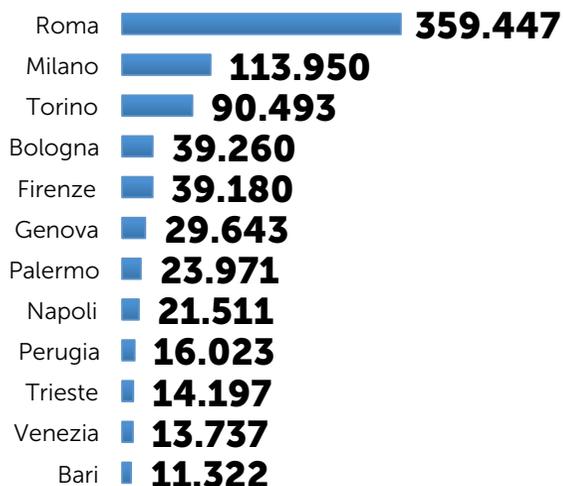
"REGIONI"

**REGIONI
CON
PAGINA
FACEBOOK:
13/20**



"CAPOLUOGHI DI REGIONE"

**CAPOLUOGHI
DI REGIONE
CON PAGINA
FACEBOOK:
18/20**



"CAPOLUOGHI DI PROVINCIA"

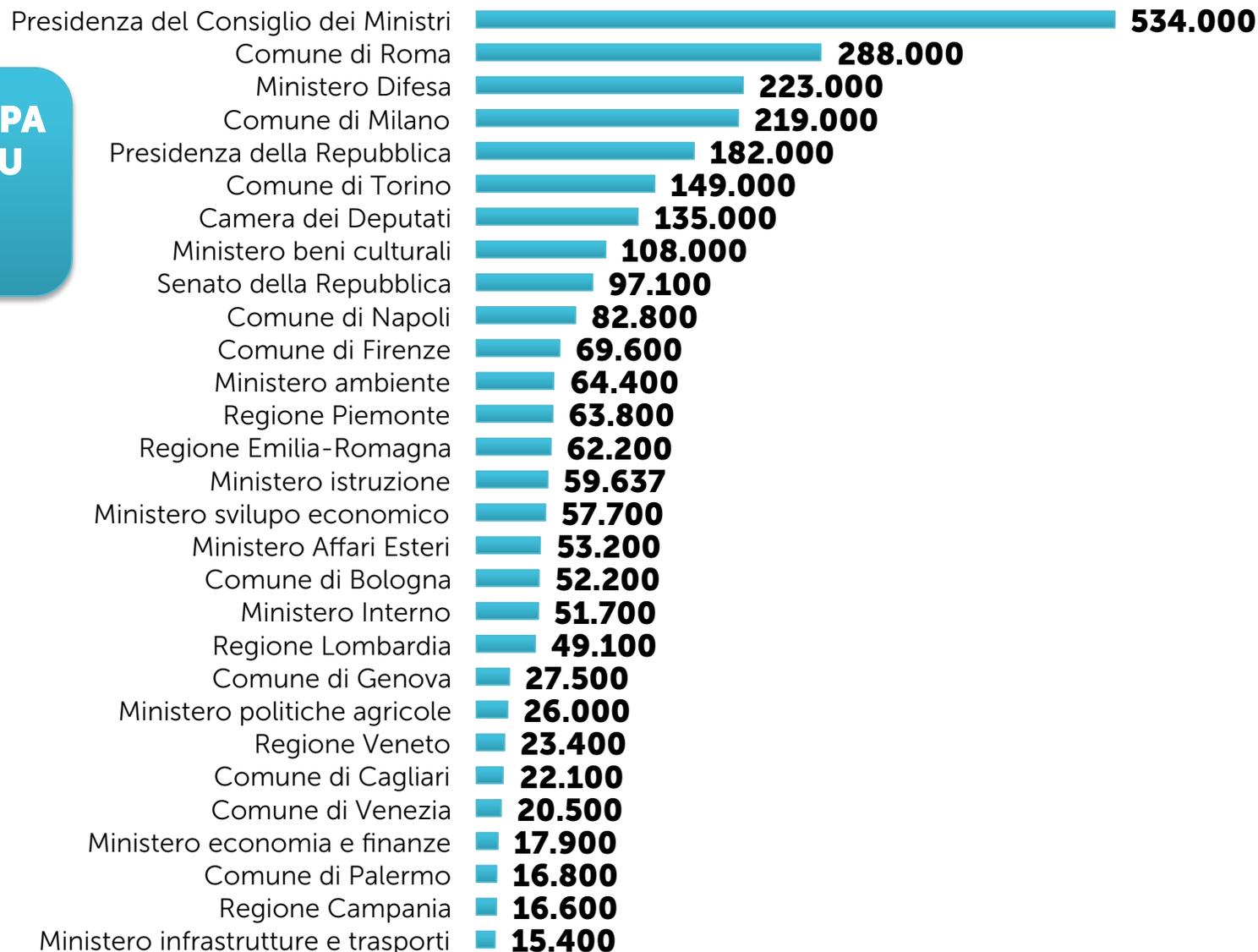
**CAPOLUOGHI
DI PROVINCIA
CON PAGINA
FACEBOOK:
50/98**





PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "FOLLOWER"

**NUMERO DI PA
PRESENTI SU
TWITTER:
88/154**





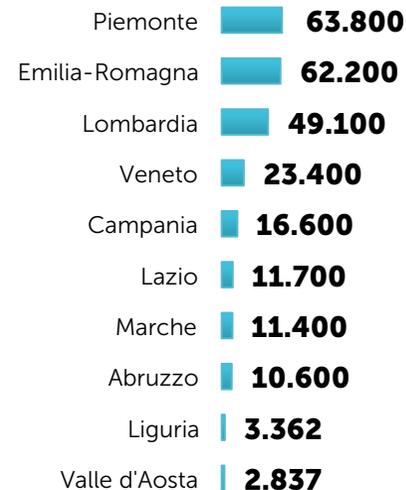
PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "FOLLOWER"

"ALTE ISTITUZIONI"



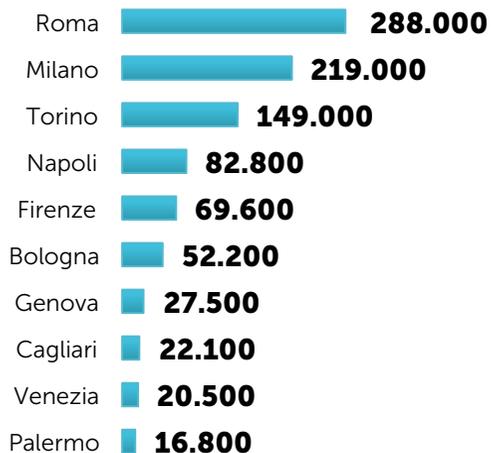
**ALTE
ISTITUZIONI
CON
TWITTER:
16/16**

"REGIONI"



**REGIONI
CON
TWITTER:
11/20**

"CAPOLUOGHI DI REGIONE"



**CAPOLUOGHI
DI REGIONE
CON TWITTER:
18/20**

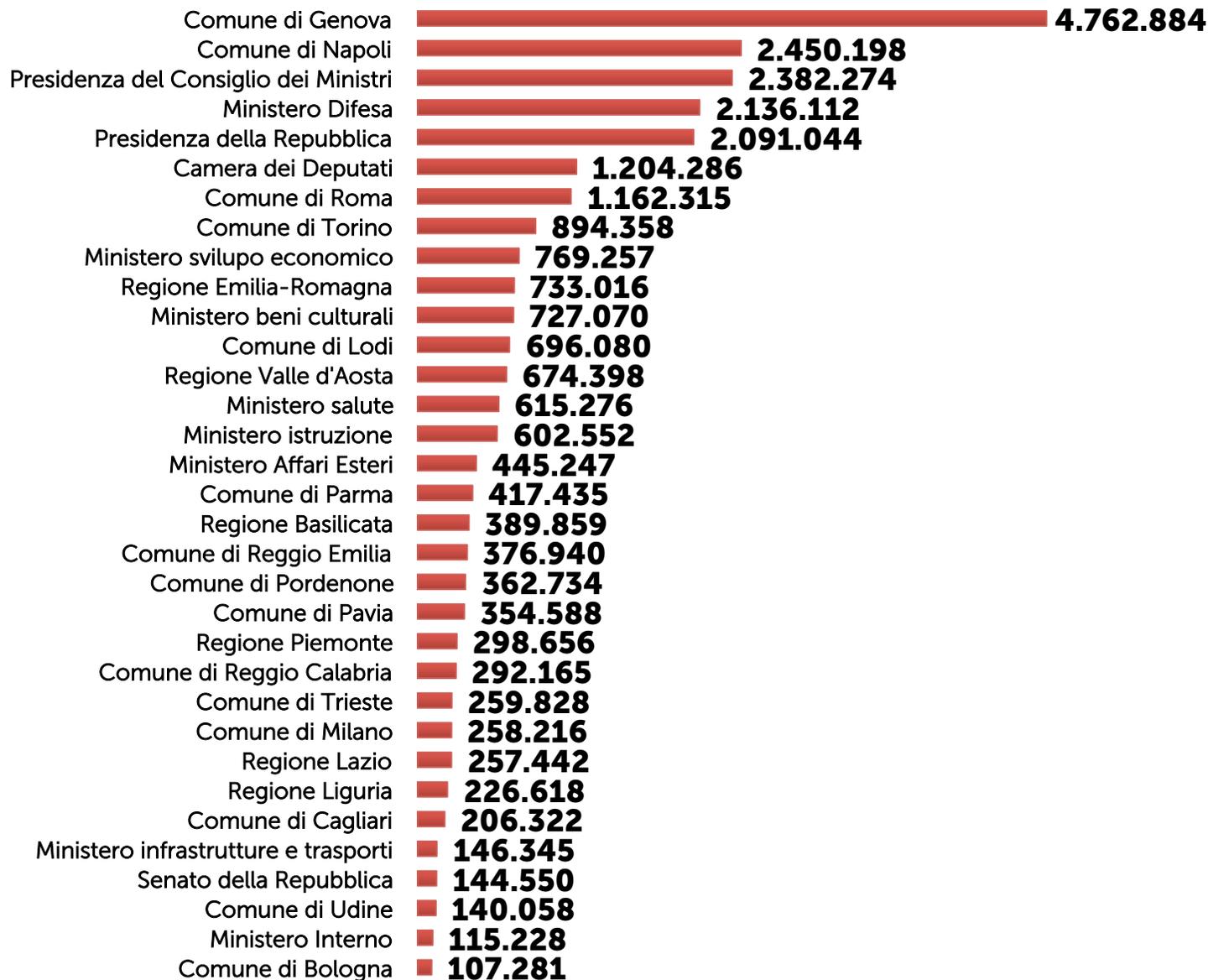
"CAPOLUOGHI DI PROVINCIA"



**CAPOLUOGHI
DI PROVINCIA
CON TWITTER:
43/98**

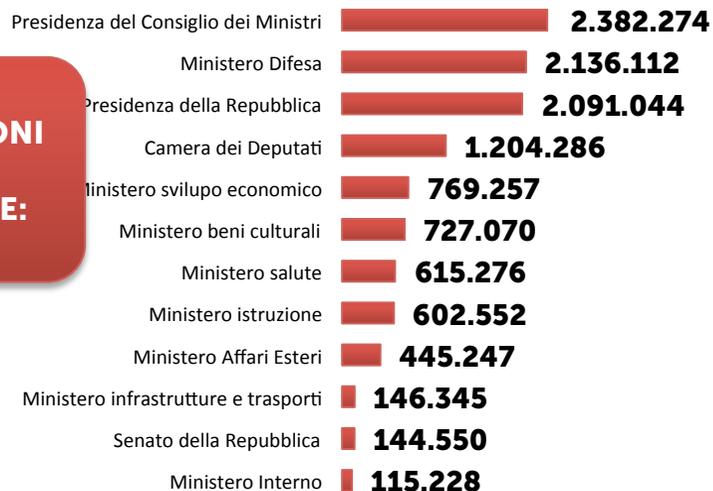
PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "VISUALIZZAZIONI"

**NUMERO DI
PA PRESENTI
SU YOUTUBE:
76/154**



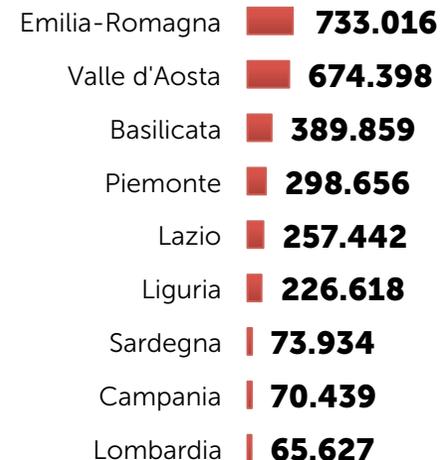
PA CON IL NUMERO PIU' ELEVATO DI "VISUALIZZAZIONI"

"ALTE ISTITUZIONI"



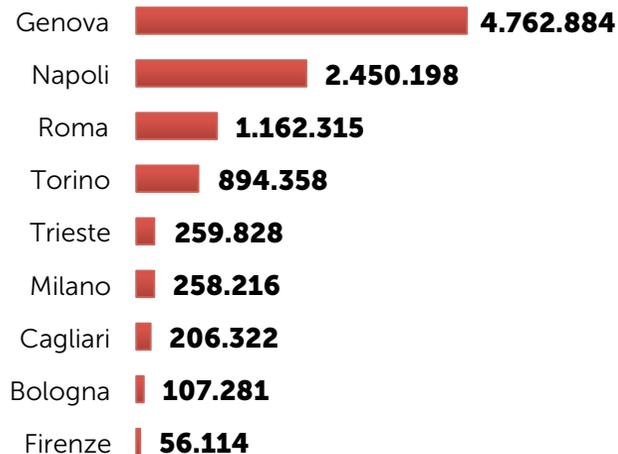
**ALTE
ISTITUZIONI
CON
YOUTUBE:
16/16**

"REGIONI"



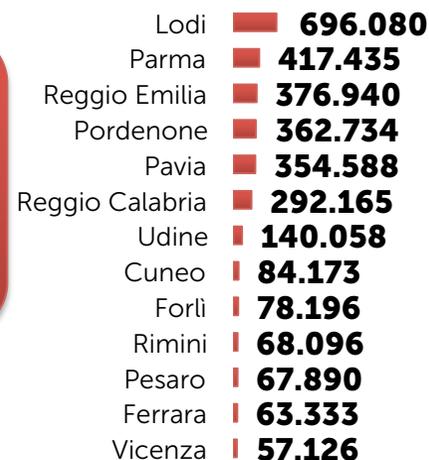
**REGIONI
CON
YOUTUBE:
12/20**

"CAPOLUOGHI DI REGIONE"



**CAPOLUOGHI
DI REGIONE
CON
YOUTUBE:
16/20**

"CAPOLUOGHI DI PROVINCIA"



**CAPOLUOGHI
DI PROVINCIA
CON
YOUTUBE:
32/98**

ANALISI QUANTITATIVA PRESSO L'OPINIONE PUBBLICA

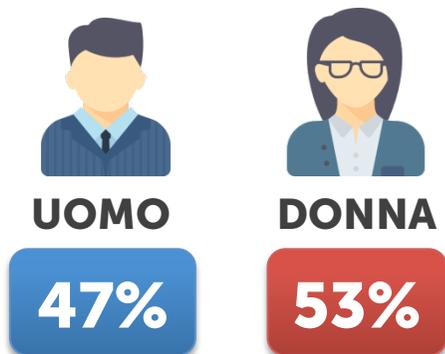


ISTITUTO
PIEPOLI

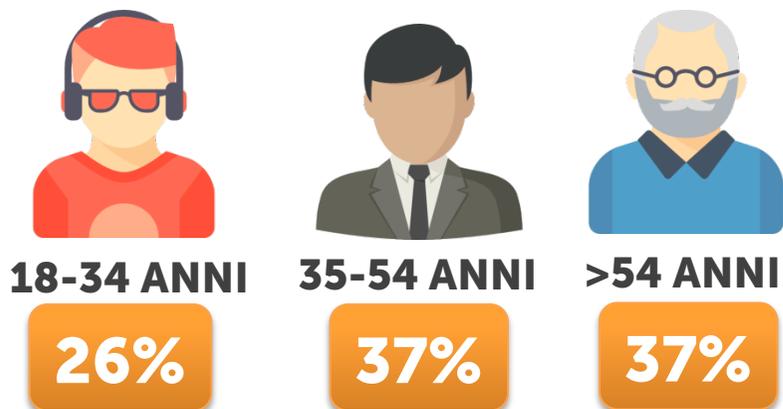


IL CAMPIONE

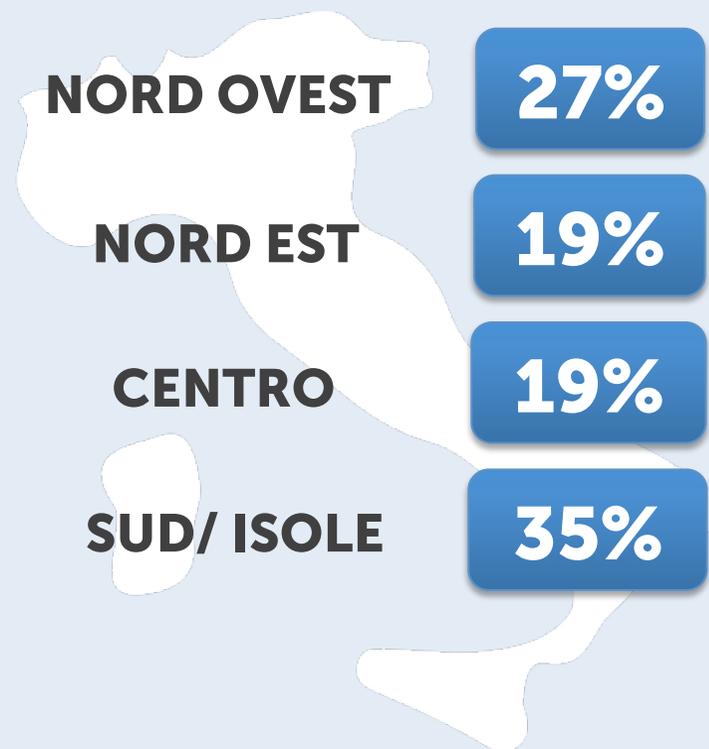
GENERE



CLASSE DI ETÀ

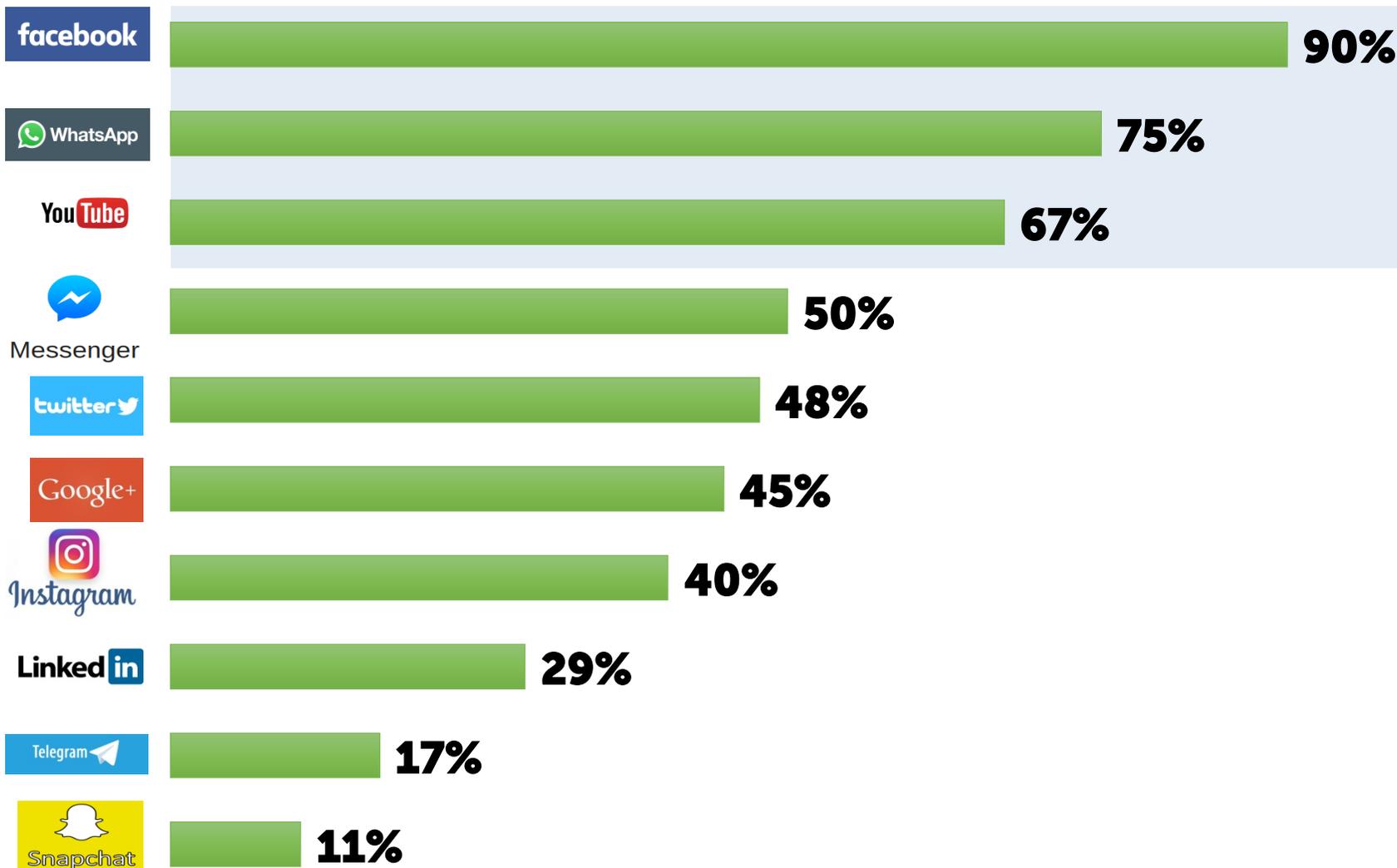


AREA TERRITORIALE



LA CONOSCENZA DEI SOCIAL NETWORK: Facebook, Whatsapp e YouTube i social più conosciuti

Quali di questi Social Network conosci nel senso che li hai utilizzati almeno una volta?
(domanda a risposta multipla)



Base: totale campione

LA CONOSCENZA DEI SOCIAL NETWORK

Dettaglio per genere ed età



UOMO



DONNA



18-34 ANNI



35-54 ANNI



>54 ANNI

facebook 90%

WhatsApp 75%

You Tube 67%

Messenger 50%

twitter 48%

Google+ 45%

Instagram 40%

Linked in 29%

Telegram 17%

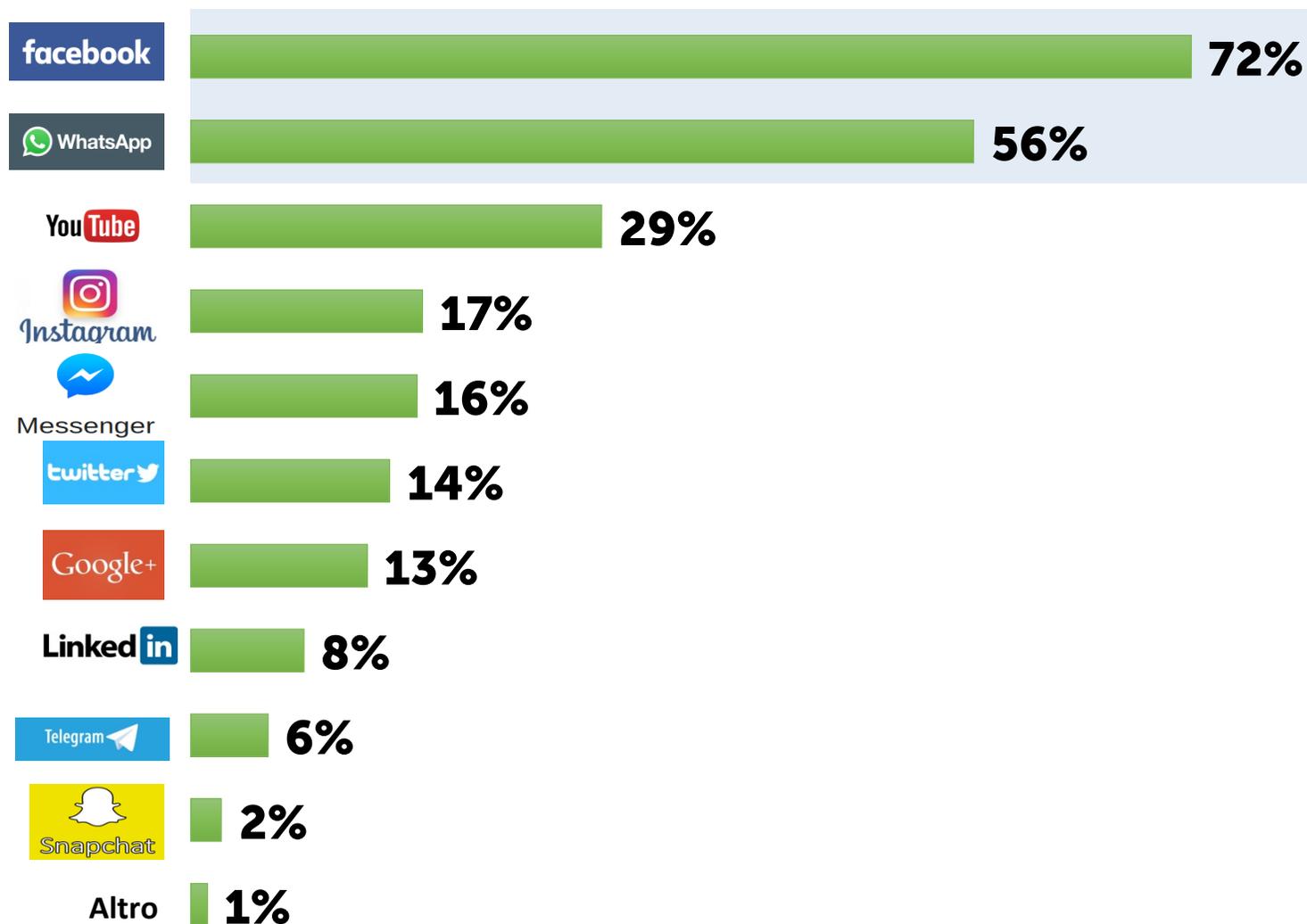
Snapchat 11%

	UOMO	DONNA	18-34 ANNI	35-54 ANNI	>54 ANNI
facebook	89%	92%	93%	92%	87%
WhatsApp	76%	75%	79%	76%	71%
You Tube	70%	65%	76%	70%	59%
Messenger	49%	51%	58%	50%	45%
twitter	47%	48%	55%	51%	38%
Google+	49%	41%	45%	47%	43%
Instagram	35%	45%	58%	37%	32%
Linked in	34%	23%	36%	27%	25%
Telegram	20%	14%	31%	16%	7%
Snapchat	11%	10%	22%	7%	6%

L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

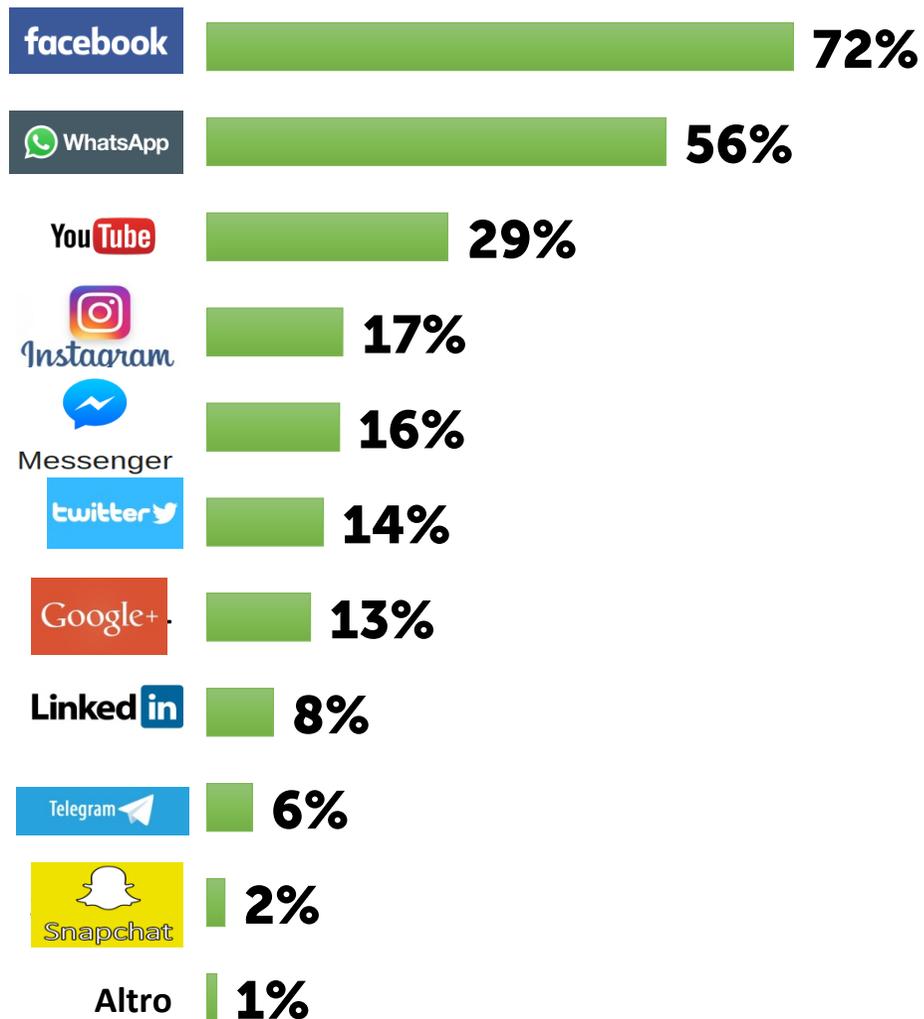
Facebook e Whatsapp i social più utilizzati

E quali di questi Social Network Lei utilizza prevalentemente? (domanda a risposta multipla)



L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

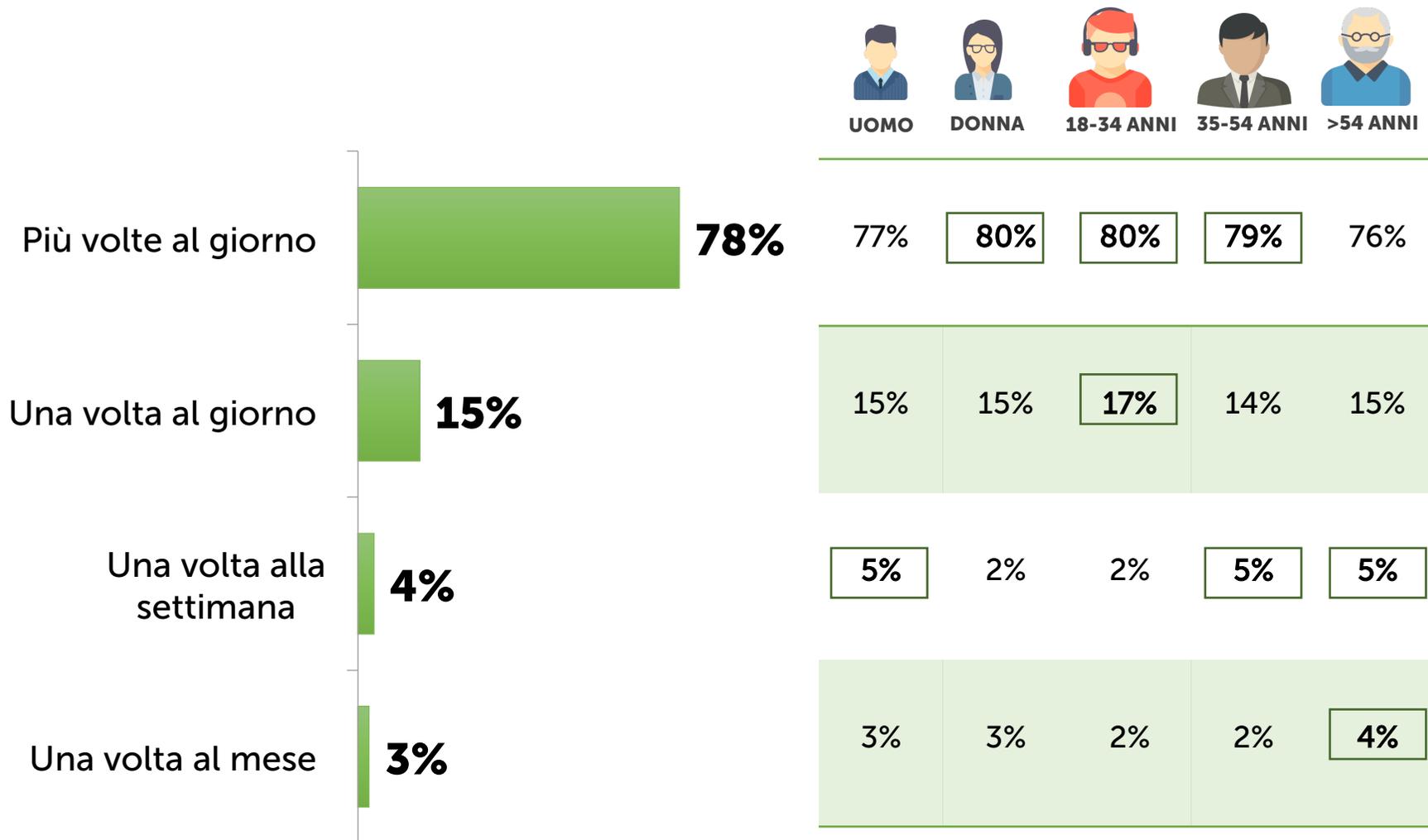
Dettaglio per genere ed età



	UOMO	DONNA	18-34 ANNI	35-54 ANNI	>54 ANNI
facebook	69%	74%	81%	75%	62%
WhatsApp	58%	55%	62%	58%	50%
YouTube	33%	27%	38%	28%	25%
Instagram	13%	20%	31%	14%	10%
Messenger	16%	17%	20%	17%	13%
twitter	15%	14%	13%	17%	12%
Google+	14%	11%	9%	8%	19%
Linked in	11%	6%	11%	9%	6%
Telegram	7%	4%	13%	5%	2%
Snapchat	3%	1%	7%	-	1%

LA FREQUENZA DI UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK: 8 italiani su 10 si "connettono" ai social più volte al giorno

Con quale frequenza utilizza questi social network?



I MOTIVI PRINCIPALI DI UTILIZZO DEI SOCIAL: il 79% utilizza i social prevalentemente per rimanere in contatto con gli amici e fare nuove amicizie

Per quali motivi principalmente Lei utilizza i social network? *(domanda a risposta multipla)*

Restare in contatto con gli amici/trovarne di nuovi **79%**

Cercare informazioni sugli eventi della città **35%**

Passare il tempo nei "momenti morti" curiosando sulle pagine/i profili altrui **33%**

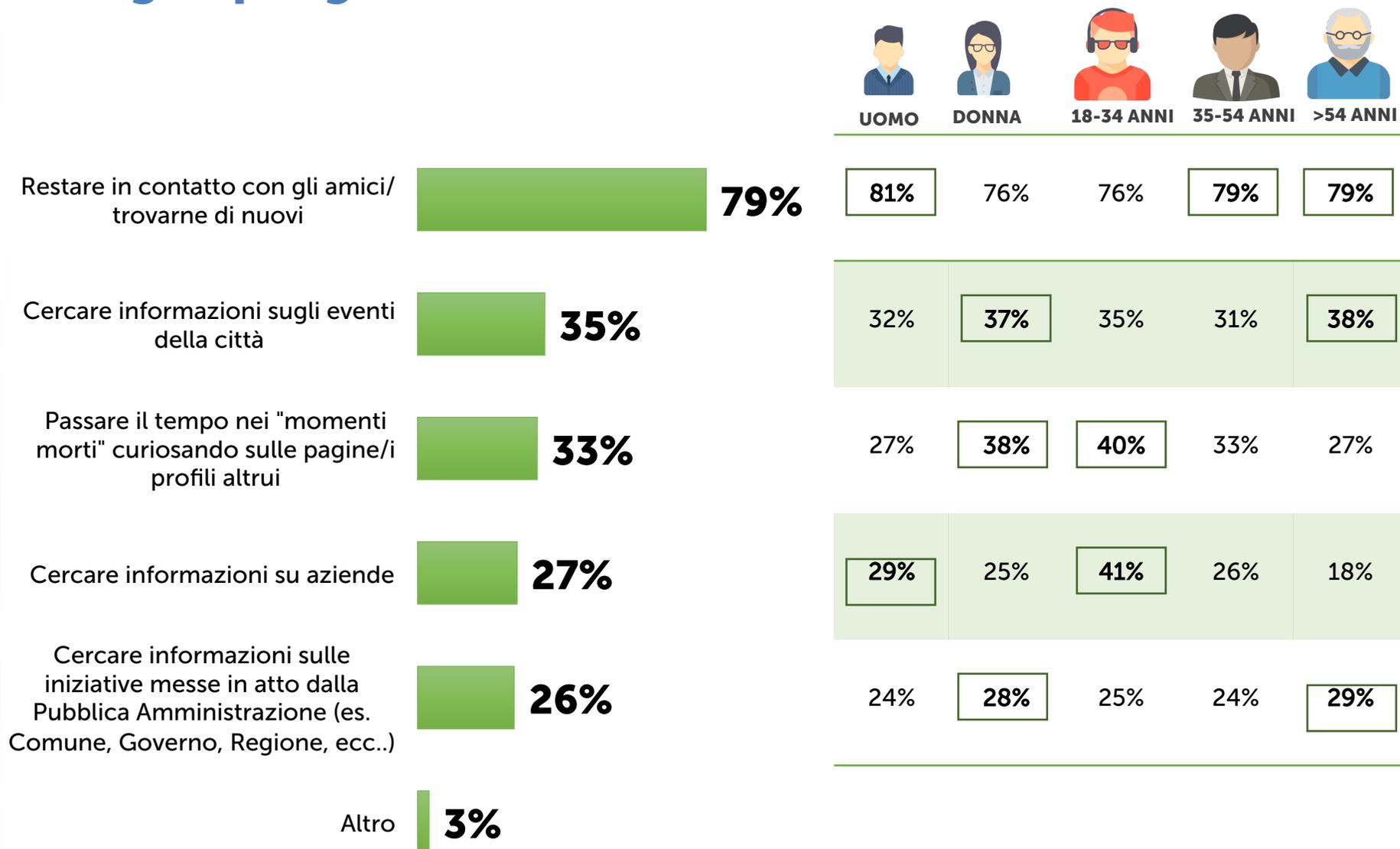
Cercare informazioni su aziende **27%**

Cercare informazioni sulle iniziative messe in atto dalla Pubblica Amministrazione (es. Comune, Governo, Regione, ecc..) **26%**

Altro **3%**

I MOTIVI PRINCIPALI DI UTILIZZO DEI SOCIAL

dettaglio per genere ed età



UTILITA' DEI SOCIAL

secondo gli intervistati i social aiutano le aziende a migliorare i propri servizi e a incrementare il fatturato

Le leggerò ora una serie di affermazioni fatte da persone intervistate prima di lei. Per ognuna mi dovrebbe dire quanto è d'accordo, se molto, abbastanza, poco, per nulla



Base: totale campione

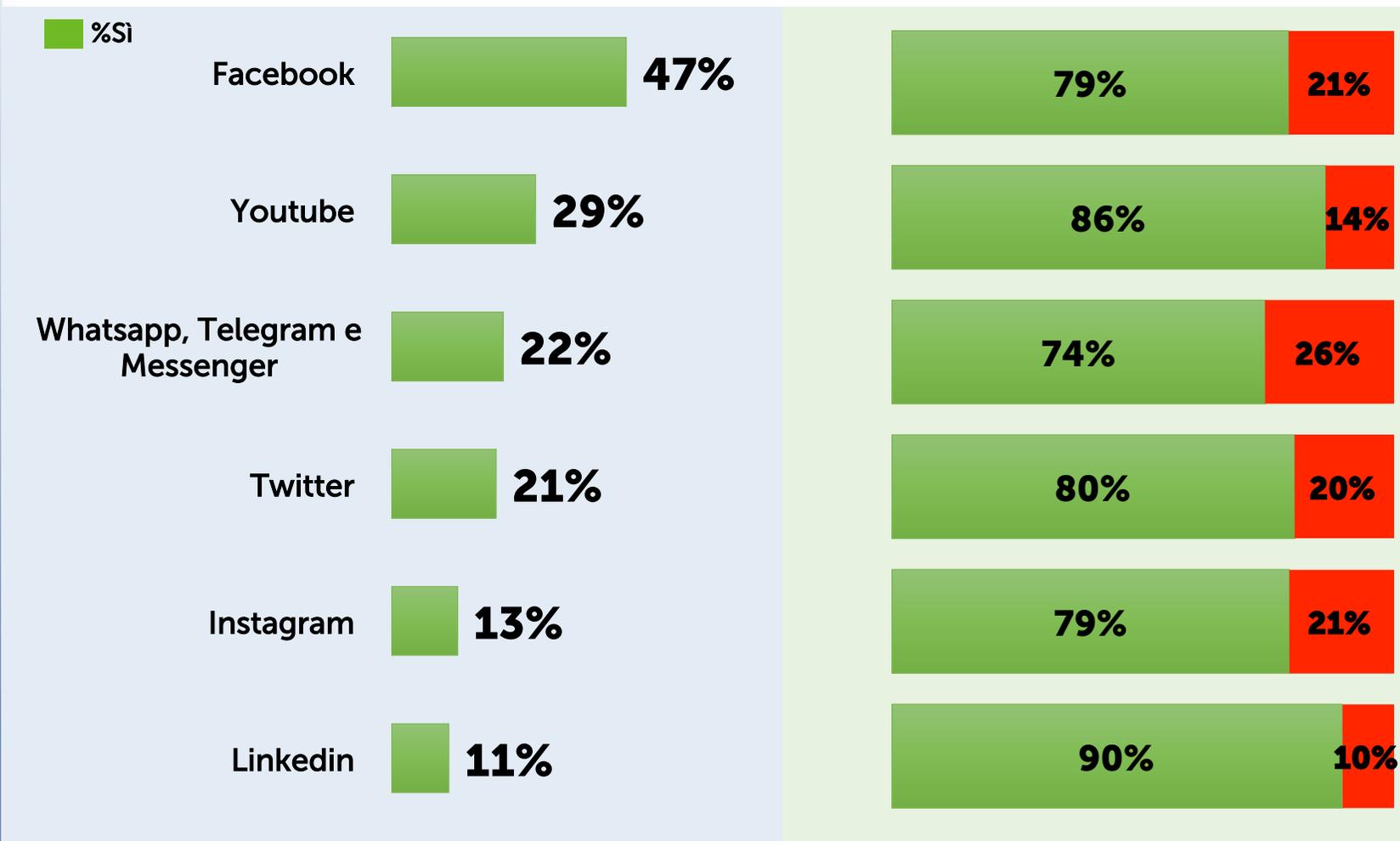
LE INFORMAZIONI DELLA PA SUI SOCIAL:

facebook è il social network più utilizzato per reperire informazioni della PA. LinkedIn quello ritenuto più facile nel reperire informazioni

Le è mai capitato di cercare informazioni relative alla Pubblica amministrazione (es. Comuni, Regioni, ecc...)?

Da 1 a 10, quanto è stato facile reperire informazioni della Pubblica Amministrazione su...

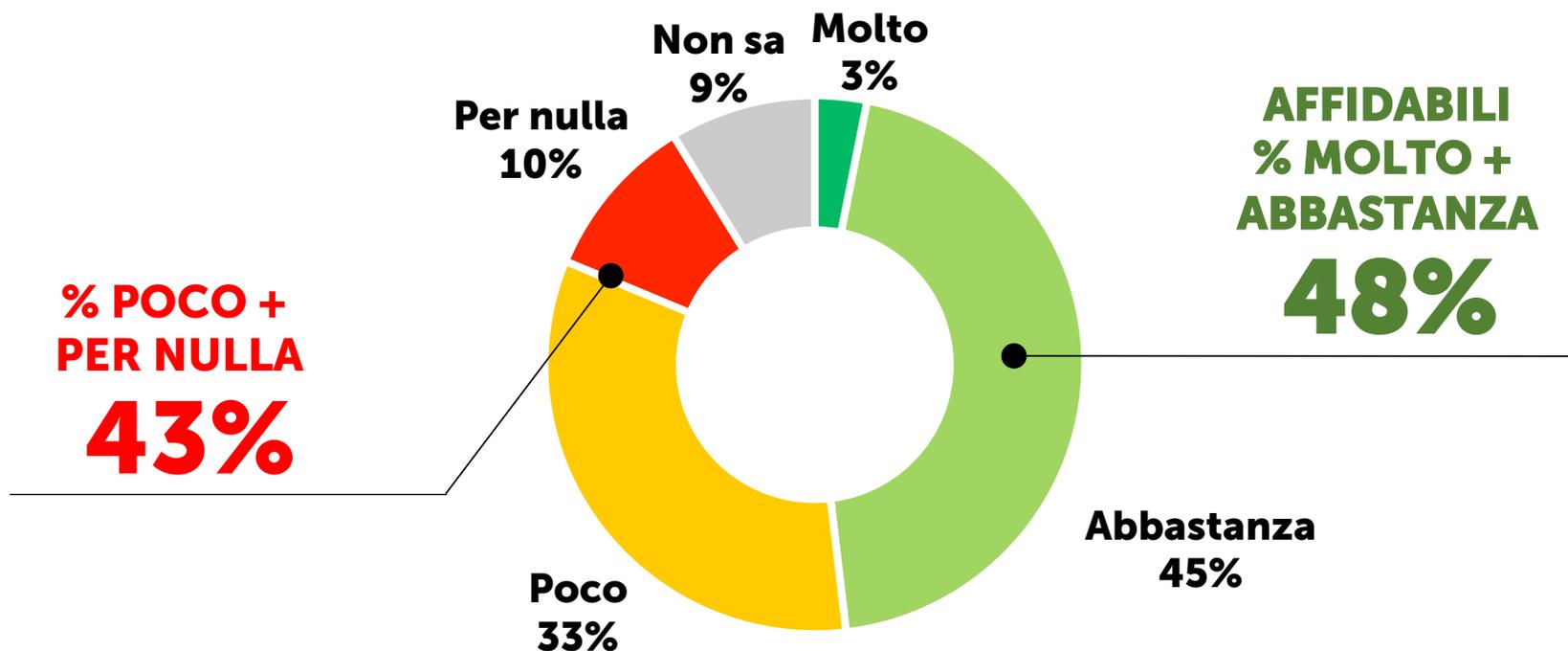
■ Facile (da 6 a 10) ■ Non Facile (da 1 a 5)



AFFIDABILITA' DELLE INFORMAZIONI DELLA PA

la metà degli italiani giudica affidabili e credibili le informazioni della PA pubblicate sui propri social

In generale, quanto trova affidabili/credibili le informazioni pubblicate dalla Pubblica Amministrazione sui propri Social Network?



POSSIBILI ATTIVITA' E SERVIZI DELLA PA EROGATI TRAMITE SOCIAL NETWORK

Parliamo ora in particolare dell'utilizzo dei social network legati alla Pubblica Amministrazione. Le leggerò ora alcune attività che potrebbero essere erogate tramite i social network. Per ognuna mi dovrebbe dire quanto la gradisce (utilizzi per favore una scala da 1 a 10 dove 10 è molto gradito e 1 è per nulla gradito)

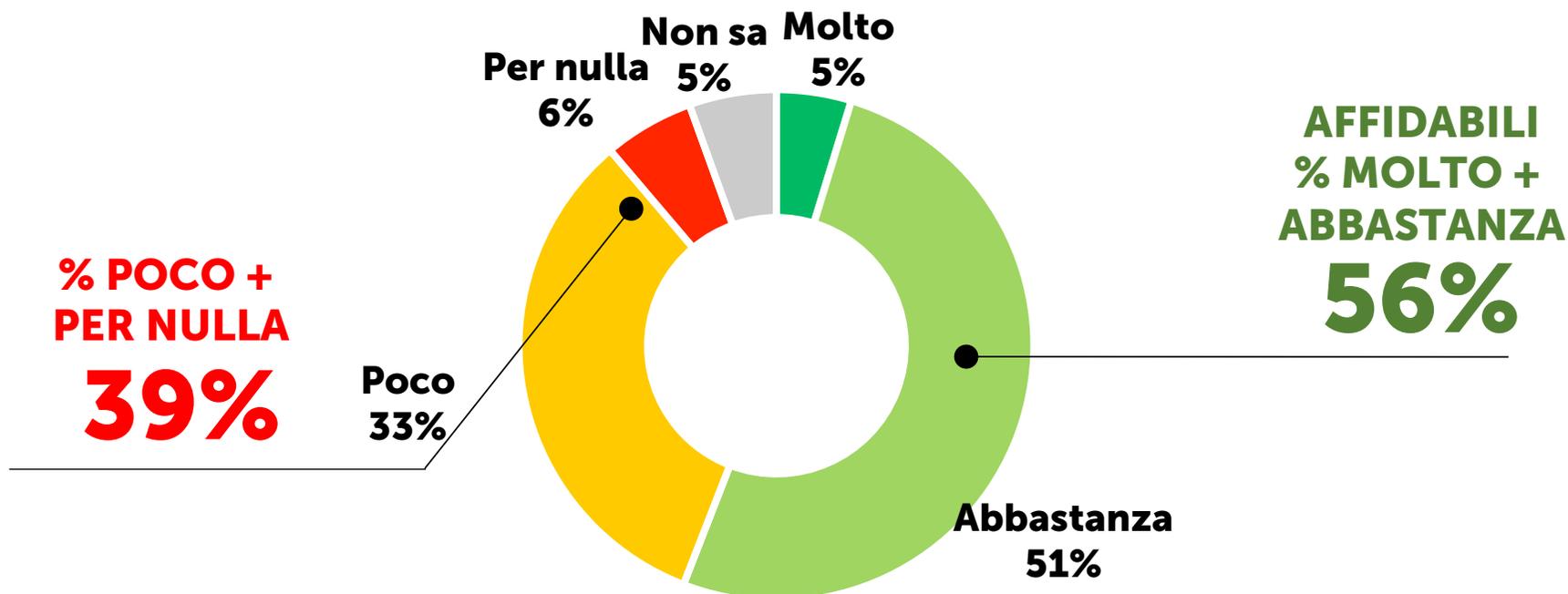
Attraverso i Social Network...



AFFIDABILITA' DELLE INFORMAZIONI DELLE AZIENDE

il 56% giudica affidabili e credibili le informazioni delle Aziende pubblicate sui propri social

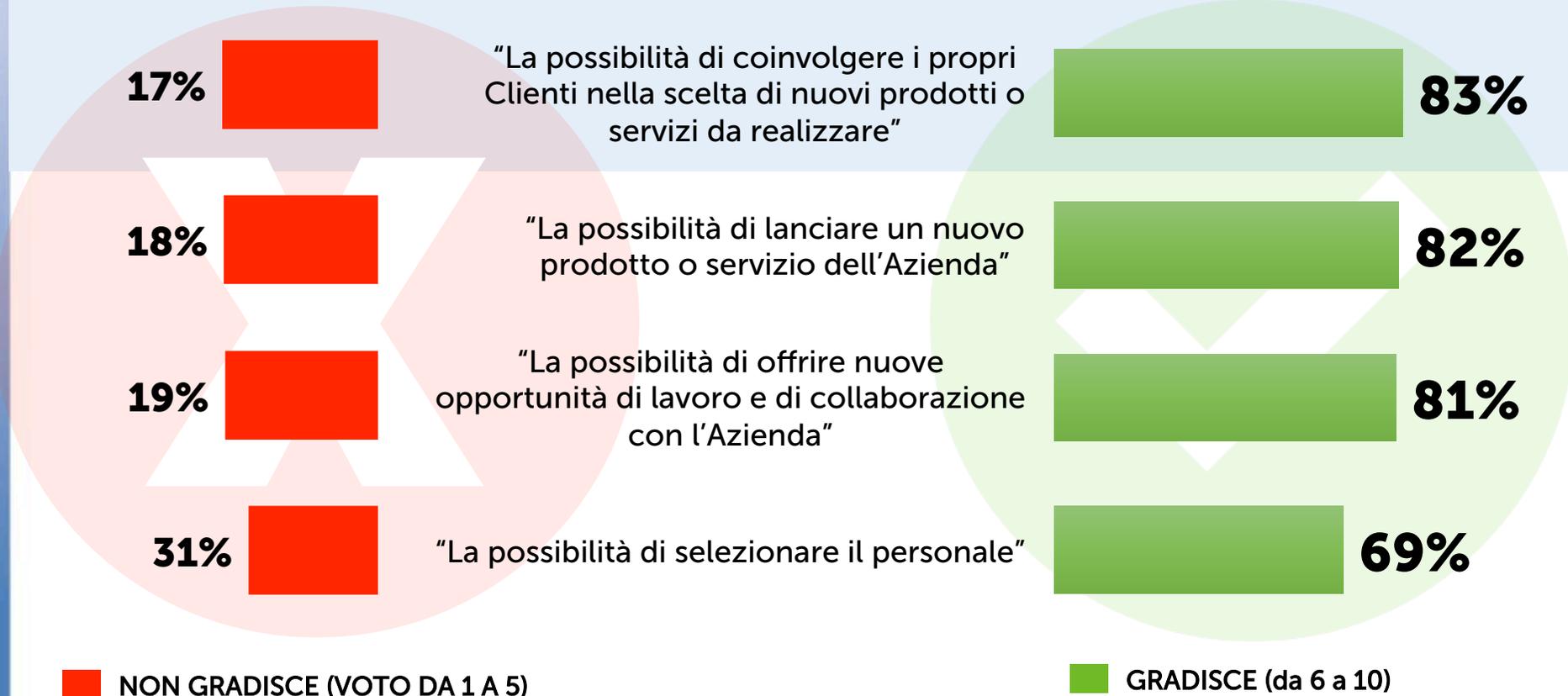
Parliamo ora invece, dell'utilizzo dei social network legati al mondo delle Aziende pubbliche e private. In generale, quanto trova affidabili/credibili le informazioni pubblicate dalle Aziende sui propri Social Network?



POSSIBILI ATTIVITA' E SERVIZI DELLE AZIENDE EROGATI TRAMITE SOCIAL NETWORK

Le leggerò alcune attività delle Aziende che potrebbero essere connesse ai social network. Per ognuna mi dovrebbe dire quanto la gradisce (utilizzi per favore una scala da 1 a 10 dove 10 è molto gradito e 1 è per nulla gradito)

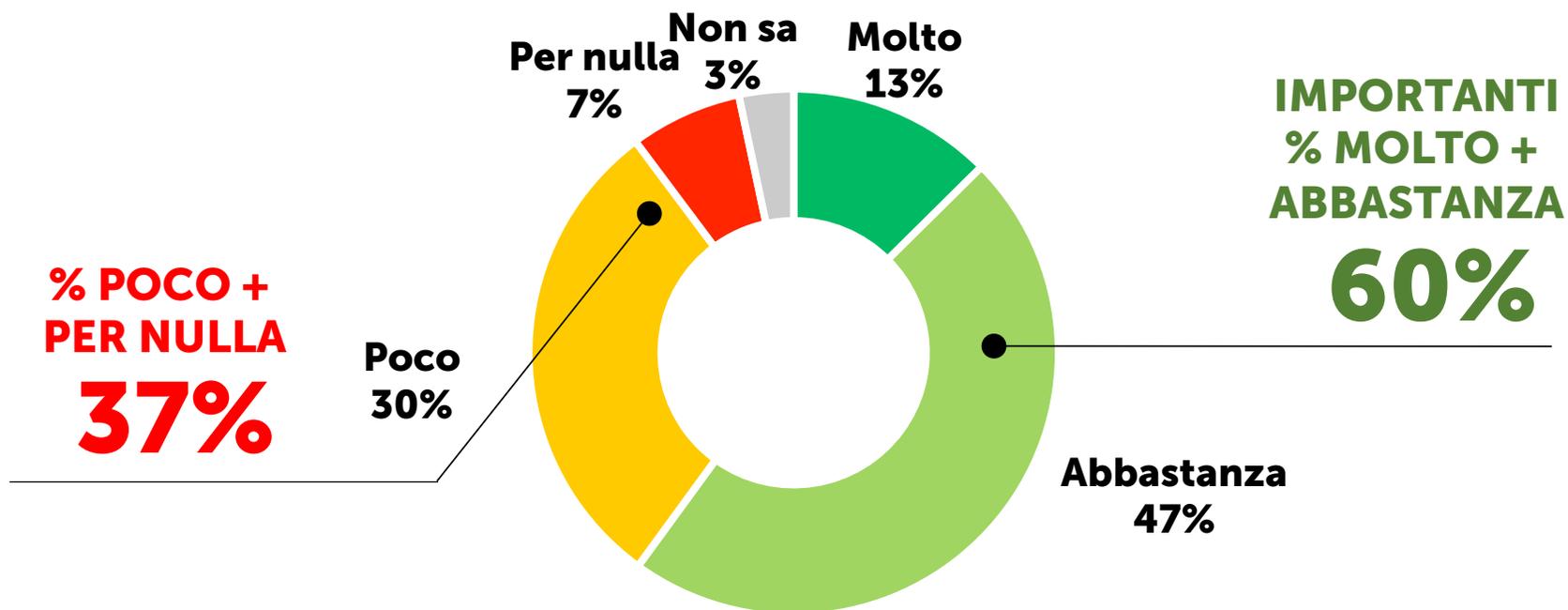
Attraverso i Social Network...



I SOCIAL COME OPPORTUNITA' DI LAVORO

6 italiani su 10 considerano i social network importanti occasioni professionali

Secondo lei quanto sono importanti i social come occasione professionale e di lavoro?

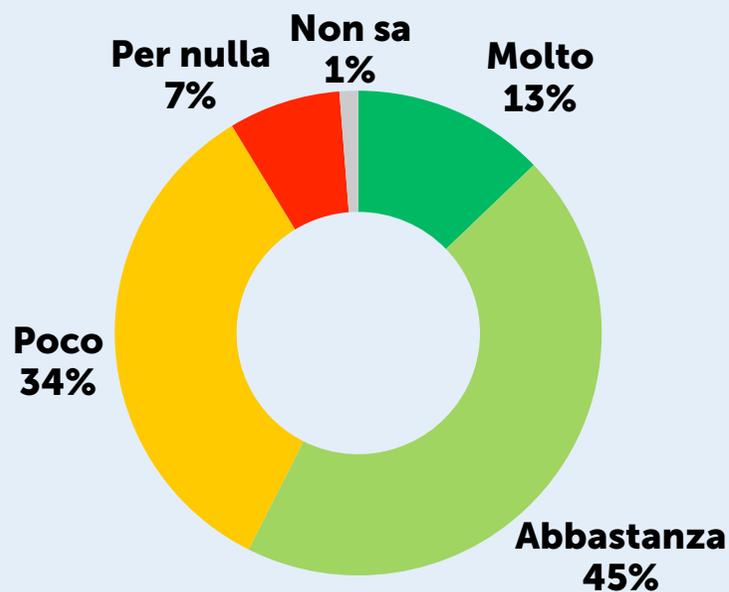


I SOCIAL COME OPPORTUNITA' DI LAVORO

Dettaglio per genere



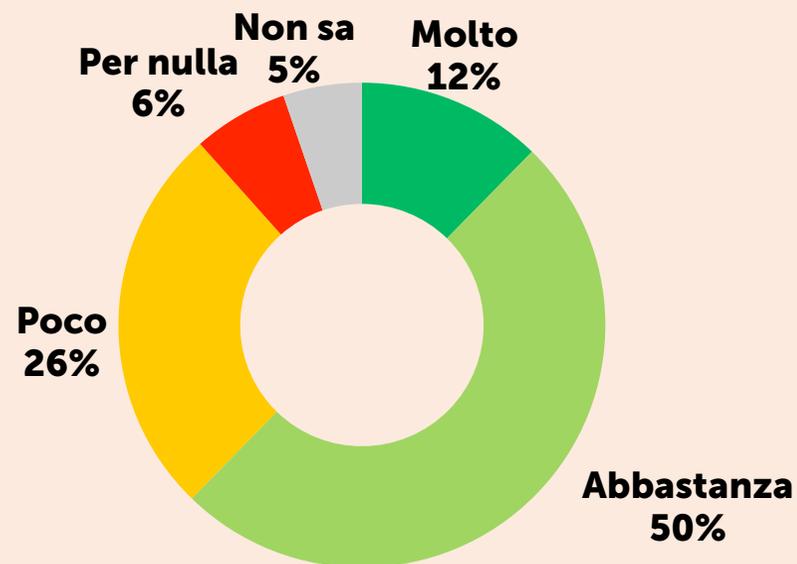
UOMO



**IMPORTANTI
% MOLTO +
ABBASTANZA
58%**



DONNA



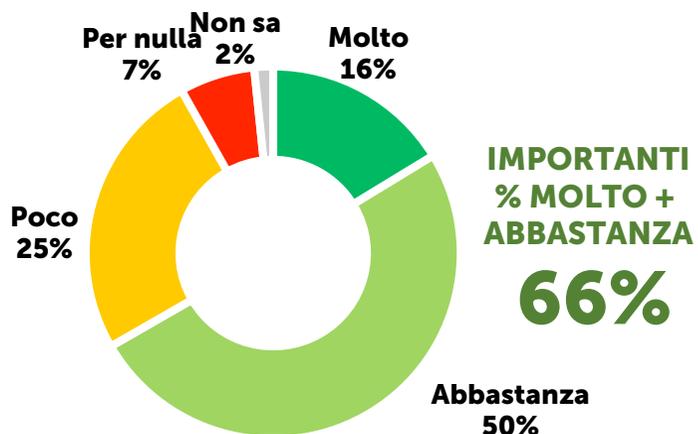
**IMPORTANTI
% MOLTO +
ABBASTANZA
62%**

I SOCIAL COME OPPORTUNITA' DI LAVORO

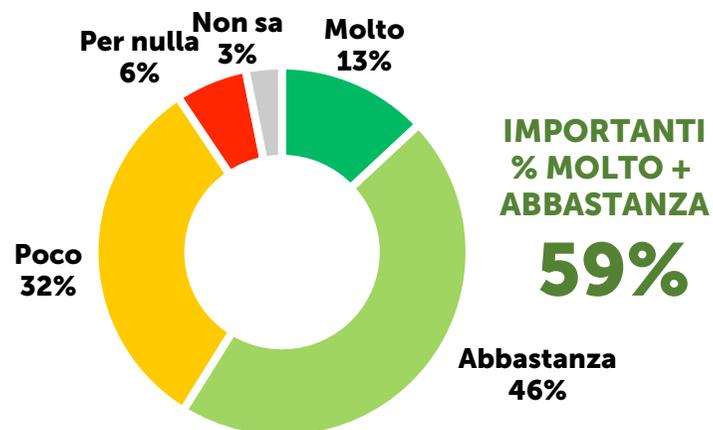
Dettaglio per età



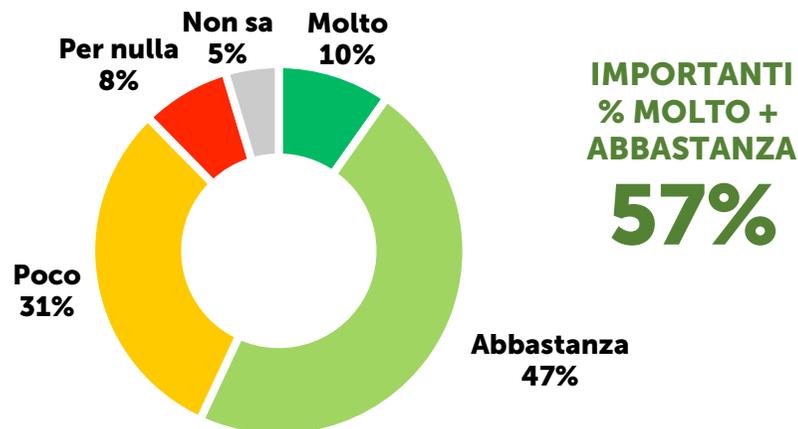
18-34 ANNI



35-54 ANNI



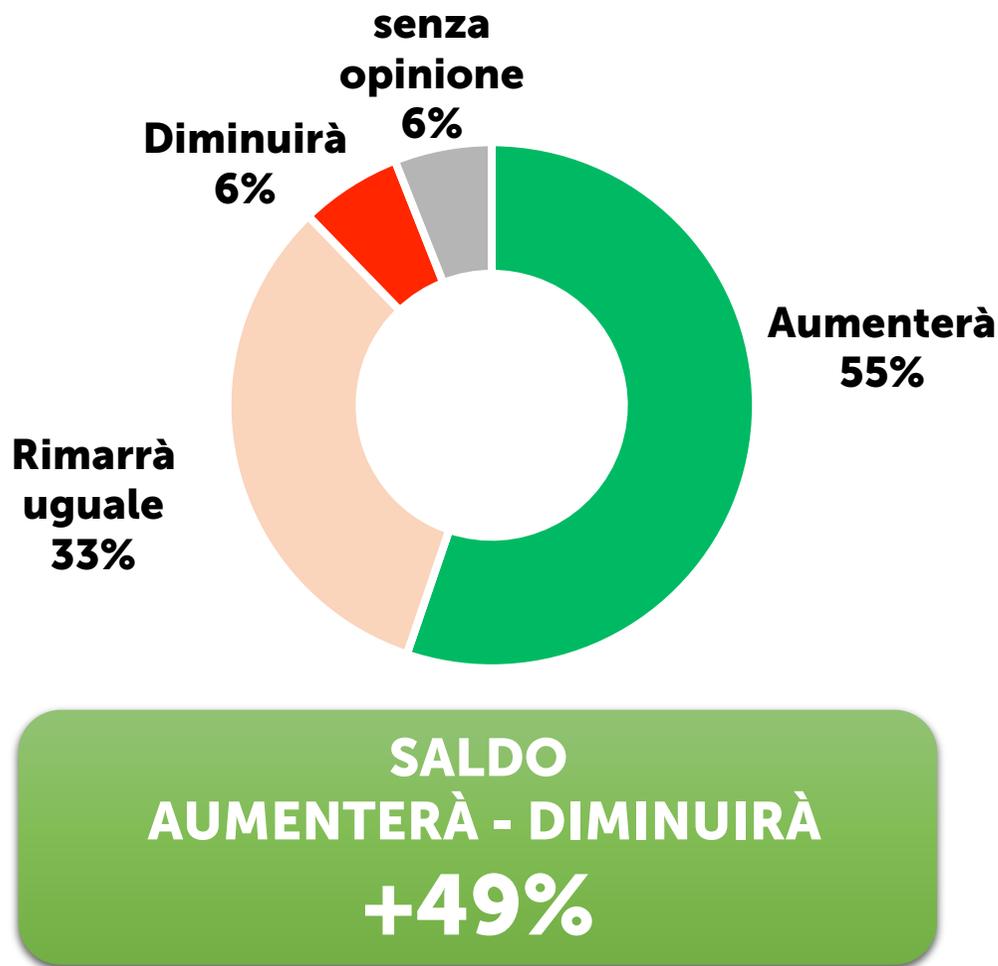
55 ANNI E PIÙ



I SOCIAL IN FUTURO

per il 55% l'importanza dei social come occasione professionale aumenterà sempre di più

E secondo lei in futuro l'importanza dei social come occasione professionale di lavoro...

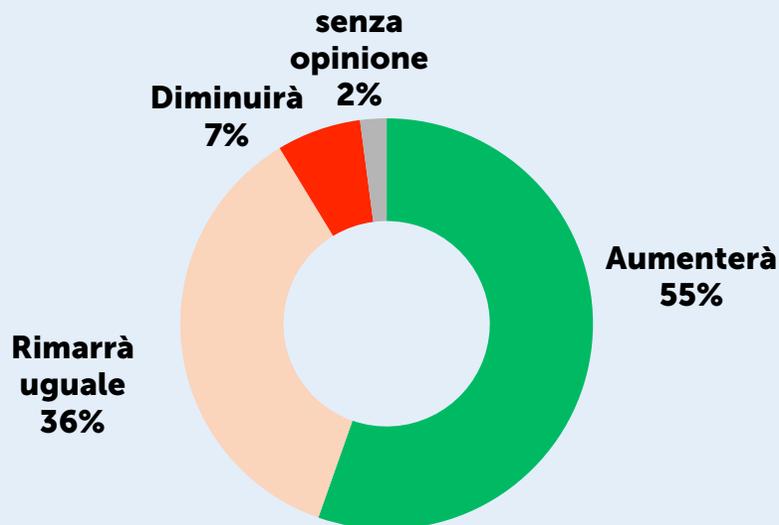


I SOCIAL IN FUTURO

Dettaglio per genere



UOMO

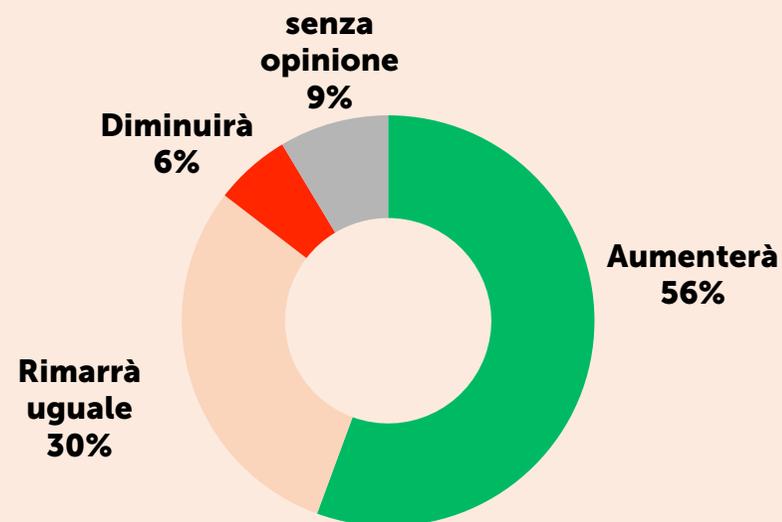


SALDO
(%aumentata-
diminuita)

+48%



DONNA



SALDO
(%aumentata-
diminuita)

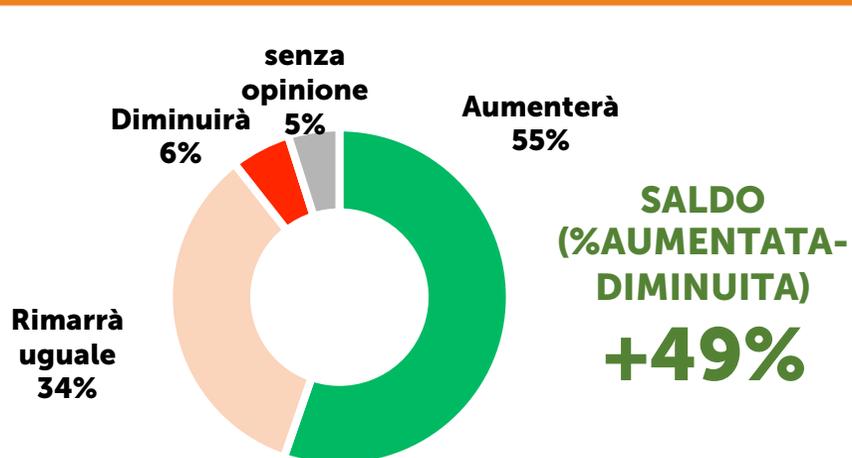
+50%

I SOCIAL IN FUTURO

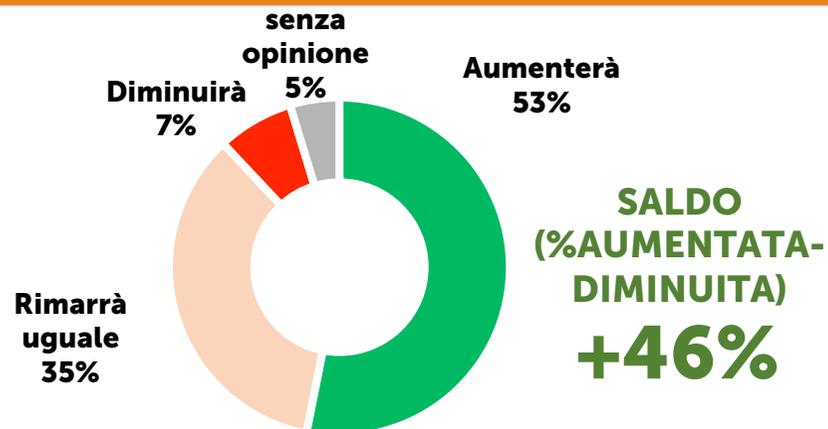
Dettaglio per età



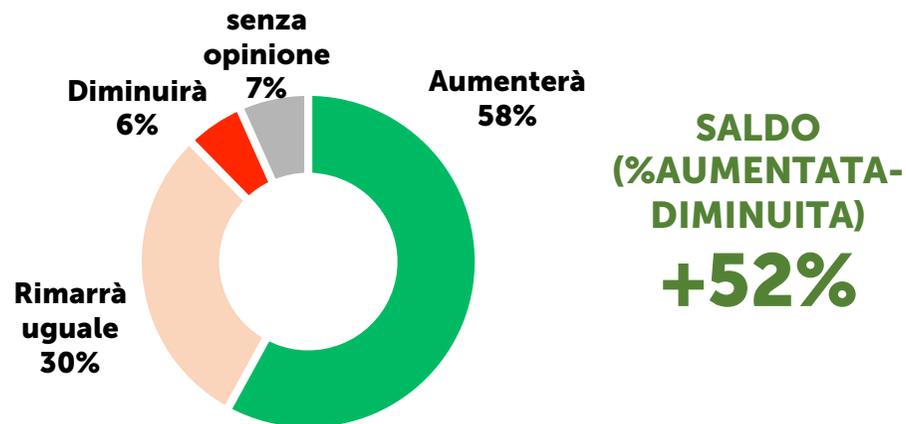
18-34 ANNI



35-54 ANNI



55 ANNI E PIÙ



GRAZIE DELL'ATTENZIONE



UFFICIO DI MILANO

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493



UFFICIO DI ROMA

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917



ISTITUTO PIEPOLI

www.istitutopiepoli.it | istituto@istitutopiepoli.it | P.IVA: 03779980964 | REA 1701566

