

LA PRESENZA DIGITALE DELLE  
ISTITUZIONI PUBBLICHE ITALIANE

**2018**

## INDICE

<b>1 - Presentazione dello studio</b> .....	<b>2</b>
<b>2 – L’uso dei social networks</b> .....	<b>3</b>
<b>3 – Analisi web: SEO e Page Speed</b> .....	<b>4</b>
<b>4 – Versione mobile, si o no?</b> .....	<b>5</b>
<b>5 – Conclusioni</b> .....	<b>5</b>
<b>6 – Tools e metodologia di analisi</b> .....	<b>6</b>

## Presentazione dello studio

Negli ultimi anni abbiamo visto crescere esponenzialmente il mondo digitale e osservato come aziende e utenti abbiano partecipato attivamente e siano diventati attori fondamentali, spesso anche pedine di vitale importanza, nell'evoluzione di Social Networks e motori di ricerca.

Le istituzioni pubbliche, però, spesso hanno mostrato un adattamento più lento all'evoluzione rapida del digitale ed è per questo che in Numeroassistenza.it abbiamo voluto portare a termine un'analisi per conoscere la situazione attuale di alcune delle più importanti istituzioni italiane. Lo studio è stato eseguito su 22 portali di istituzioni pubbliche italiane elencate di seguito:

Consiglio Nazionale Forense	<a href="http://www.consiglionazionaleforense.it/">http://www.consiglionazionaleforense.it/</a>
Antitrust	<a href="http://www.agcm.it/">http://www.agcm.it/</a>
Corte dei conti	<a href="http://www.corteconti.it/">http://www.corteconti.it/</a>
Consiglio Superiore della Magistratura	<a href="https://www.csm.it/">https://www.csm.it/</a>
Presidenza della Repubblica	<a href="http://www.quirinale.it/">http://www.quirinale.it/</a>
Corte costituzionale	<a href="https://www.cortecostituzionale.it/default.do">https://www.cortecostituzionale.it/default.do</a>
Parlamento italiano	<a href="http://www.parlamento.it/home">http://www.parlamento.it/home</a>
Governo italiano	<a href="http://www.governo.it/">http://www.governo.it/</a>
Sito della giustizia amministrativa (T.A.R. e Cons. di Stato)	<a href="https://www.giustizia-amministrativa.it/cdsintra/cdsintra/index.html">https://www.giustizia-amministrativa.it/cdsintra/cdsintra/index.html</a>
Corte di cassazione	<a href="http://www.cortedicassazione.it/corte-di-cassazione/">http://www.cortedicassazione.it/corte-di-cassazione/</a>
Aranagenzia.it	<a href="http://www.aranagenzia.it/">http://www.aranagenzia.it/</a>
Ministero della Giustizia	<a href="https://www.giustizia.it/giustizia/">https://www.giustizia.it/giustizia/</a>
Rapporti con il Parlamento	<a href="http://www.rapportiparlamento.gov.it/">http://www.rapportiparlamento.gov.it/</a>
Affari regionali	<a href="http://www.affariregionali.it/">http://www.affariregionali.it/</a>
Coesione territoriale e Mezzogiorno	<a href="http://www.coesionemezzogiorno.it/it/">http://www.coesionemezzogiorno.it/it/</a>
Affari Esteri e Cooperazione Internazionale	<a href="https://www.esteri.it/mae/it/">https://www.esteri.it/mae/it/</a>
Interno	<a href="http://www.interno.gov.it/it">http://www.interno.gov.it/it</a>
Istruzione, Università e Ricerca	<a href="http://www.miur.gov.it/">http://www.miur.gov.it/</a>
Difesa	<a href="http://www.difesa.it/Pagine/default.aspx">http://www.difesa.it/Pagine/default.aspx</a>
Ambiente e Tutela del Territorio e del Mare	<a href="http://www.minambiente.it/">http://www.minambiente.it/</a>
Senato	<a href="http://www.senato.it/home">http://www.senato.it/home</a>
Camera dei deputati	<a href="http://www.camera.it/leg18/1">http://www.camera.it/leg18/1</a>

Per lo studio sono stati analizzati i social networks preferiti e più usati dalle istituzioni e le piattaforme social come mezzo di comunicazione diretto con gli internauti. Oltre all'attività nelle Reti Sociali, abbiamo analizzato l'esistenza o meno di altri canali digitali di comunicazione - la newsletter per esempio - usati per rimanere in contatto con i cittadini, e abbiamo osservato lo stato dell'ottimizzazione SEO di ogni pagina web. Non solo, anche l'adattamento alla generazione mobile e alla nuova tendenza Smartphone è stato un punto di nostro interesse.

## L'uso dei social networks

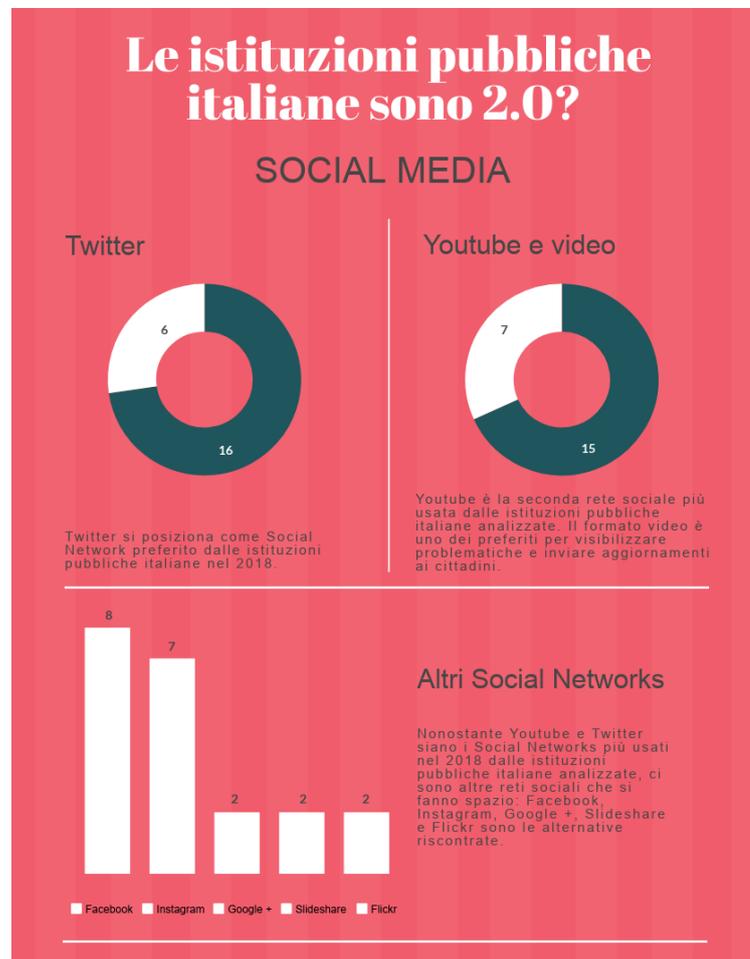
Strano ma vero! Il Social Network più amato dalle istituzioni pubbliche italiane è Twitter e non Facebook. Questa piattaforma di microblogging che dal 2006 riempie la rete di cinguettii è usata da ben 16 delle istituzioni analizzate.

L'istituzione più seguita su Twitter, con più di 570 mila followers, è il Governo con il profilo di Palazzo Chigi ([https://twitter.com/Palazzo\\_Chigi](https://twitter.com/Palazzo_Chigi)). Qui possiamo osservare un'interazione costante e giornaliera, alcuni RT a politici e la diffusione di immagini, video e articoli istituzionali.

È interessante sottolineare che tutti i profili Twitter, che abbiano più o meno followers, sono curati e aggiornati in modo attento, a differenza di uno solo, l'unico non aggiornato dal 2017, quello della Corte dei Conti che pubblicava con frequenza articoli in modo quasi automatico, senza immagini e poco adattato alla piattaforma.

Da Twitter passiamo ai video. YouTube è la seconda rete sociale più usata dalle istituzioni italiane. Aggiornare il cittadino è l'obiettivo principale delle istituzioni online e della loro presenza in rete, quindi non ci stupiamo vedendo che i canali video, Youtube il principale, seguito da Vimeo, sono usati da ben 15 portali istituzionali.

Il canale di YouTube più seguito, con più di 17.000 iscritti, è quello della Camera dei Deputati che utilizza il video anche per trasmissioni in diretta, offrendo in questo modo la possibilità al cittadino di seguire gli aggiornamenti in modo costante e immediato.



Sebbene il canale della Camera dei Deputati <https://www.youtube.com/user/cameradeideputati/> sia quello con maggiori iscritti, è Il Quirinale, con il Canale della Presidenza della repubblica <https://www.youtube.com/user/presidenzarepubblica>, che raggiunge il maggior numero di visualizzazioni (6.215.558 visualizzazioni totali contro le 1.849.177 visualizzazioni totali della Camera dei Deputati).

Di tutti gli account video solo uno, quello del Ministero dell'Ambiente <https://vimeo.com/user22513757>, è stato creato su Vimeo, piattaforma alternativa a Youtube lanciata nel 2004 negli Stati Uniti e che ancora oggi negli USA ha il volume maggiore di utenti registrati.

Il video è usato dalle istituzioni pubbliche come vetrina per i propri content, e quindi ha un valore informativo per i cittadini, così come abbiamo visto per Twitter. Sembra quasi che tutte le istituzioni vogliano comunicare molto, ma non non vogliano però ascoltare troppo, o almeno è ciò che traspare dalla tipologia di pubblicazioni che generano commenti e dibattiti nei quali però le istituzioni non prendono parte attiva.

Oltre a Twitter e Youtube, abbiamo identificato l'uso di altri canali social. Facebook e Instagram seguono alle prime due reti sociali, con 8 e 7 iscritti, Flickr, Slideshare e Google + con 2 istituzioni iscritte rispettivamente.



Delle 22 istituzioni analizzate, ebbene sì, ce ne sono alcune che non usano i Social e sono: Consiglio Superiore della Magistratura, Parlamento italiano, Corte di cassazione, Agenzia per la Rappresentanza Negoziabile delle Pubbliche Amministrazioni, e Affari regionali.

## Analisi web: SEO e Page Speed

Dopo Social Networks, video e comunicazione con il cittadino, passiamo ad un'analisi SEO dei siti delle istituzioni. Per poter gestire in modo più rapido l'audit che presentiamo, ci siamo appoggiati ad una tool online (SEO tester online) con la quale abbiamo ottenuto una visione globale dell'ottimizzazione SEO: elementi on page e off page, fattori di velocità del sito e ottimizzazione a livello tecnico e semantico.

Il risultato non è dei più positivi. Solo 6 pagine web di istituzioni pubbliche raggiungono la sufficienza, mentre 16 hanno ancora molto lavoro da fare per poter ottenere un sito SEO friendly. La migliore, con un punteggio di 6.5, è la web di Giustizia amministrativa (T.A.R. e Cons. di Stato)

A quanto pare la visibilità nei motori di ricerca (SEO) non è una delle priorità dei siti analizzati, anche se sarebbe molto utile per il cittadino, che non sapendo di cosa si occupa ogni istituzione pubblica troverebbe chiarimenti facilmente. Il miglioramento SEO aiuterebbe molto l'internauta nei casi in cui, non sapendo a chi rivolgersi, troverebbe informazioni con una semplice ricerca su Google.it.

Anche la Page Speed dei siti è un fattore di miglioramento da rivedere dato che solo 4 pagine delle analizzate raggiungono livelli soddisfacenti: Parlamento italiano, Sito della giustizia amministrativa (T.A.R. e Cons. di Stato), Aranzia.it, Ministero dell'Interno sono le uniche che passano l'esame di velocità.

La Page Speed, oltre ad essere un fattore SEO importante, è anche un elemento di usabilità da non tralasciare. L'indice di abbandono di un sito e la tasso di rimbalzo sono spesso molto alti a causa di un sito lento. Capite quindi l'importanza che assume questo fattore, vero?

Sempre a livello SEO abbiamo però anche buone notizie. Un 10! per quanto riguarda l'Authority dei domini, tutti molto popolari anche grazie al fatto che si tratta di portali istituzionali. Il merito quindi non è solamente del lavoro di ottimizzazione, ma anche della natura stessa del sito che è virale e d'interesse per gli internauti italiani.

## Versione mobile, si o no?

No, non ci siamo. Google indica che solo 12 dei 22 siti analizzati sono adattati alla versione mobile, cosa che non ci sorprende. Nonostante la tendenza Mobile Friendly, annunciata più volte da Google - che ha addirittura battezzato Mobile-geddon una delle sue aggiornamenti di algoritmo - l'ottimizzazione dei portali delle istituzioni pubbliche per i dispositivi mobili è ancora un punto da portare a netto miglioramento.

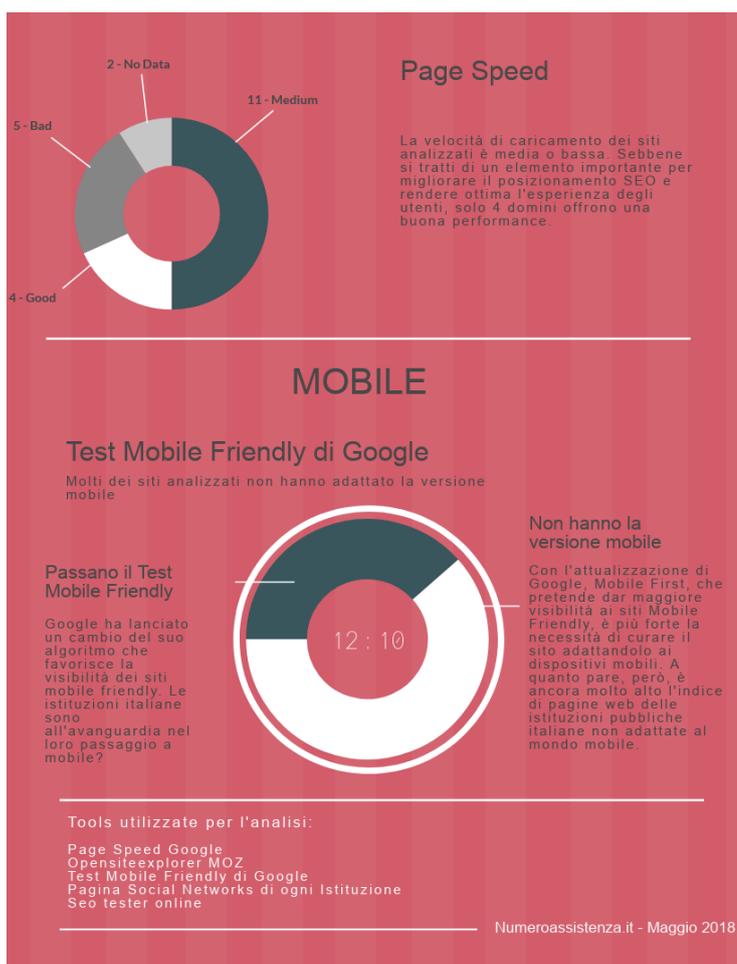
## Conclusioni

Come si comportano quindi le Istituzioni pubbliche online? Diciamo bene, ma con molte aree ancora da migliorare notevolmente. I Social Networks sono senza dubbio i territori all'interno dei quali abbiamo trovato maggiore destrezza e presenza, mentre se parliamo di velocità di caricamento, tecnologia mobile, uso della newsletter e ottimizzazione SEO dei portali siamo ancora in alto mare. Possiamo affermare che l'interesse e lo sforzo per crescere nel digitale è molto forte anche se non è del tutto raggiunto dati i punti ancora da sviluppare e nei quali crescere.

La nostra pagella quindi:

### **Social Networks – 6,5**

Sebbene le Reti Sociali utilizzate siano gestite in modo quasi sempre soddisfacente, sono molti i Social che mancano all'appello e potrebbero aumentare la visibilità e l'interazione con gli utenti. Migliorare il dialogo sui Social è un elemento di cui le istituzioni dovrebbero tener conto dato che spesso comunicano in una sola direzione senza ascoltare.



## **SEO – 5**

C'è parecchio lavoro da fare, e solo 6 portali raggiungono la sufficienza. Inoltre, uno degli elementi chiave del posizionamento, la Page Speed, è trascurato e migliorabile. Nonostante questo, la Page Authority dei domini è molto buona, il che aiuta ad alzare il voto finale che se no sarebbe un 4. La visibilità su Google non si può trascurare così!

## **Mobile – 5**

12 portali passano il test Mobile quindi più del 50%, ma si tratta di un numero ancora troppo basso data l'importanza di questo aspetto ormai dai molti mesi annunciato come elemento chiave da parte del motore di ricerca. Inoltre, l'uso del cellulare è costante nella vita di una persona tenendo conto che in media gli utenti controllano il loro dispositivo dalle 47 alle 86 volte al giorno a seconda dell'età. Quindi, siete davvero convinti di non dover velocizzare l'adattamento a questa tendenza?

## **Tools e metodologia di analisi**

Per poter affrontare l'analisi in modo rapido ed efficace, abbiamo inizialmente scelto un numero limitato di portali web da analizzare e che potessero essere rappresentativi della tipologia di istituzioni pubbliche italiane.

Abbiamo ispezionato l'uso dei social networks visitando i profili di ogni istituzione e quindi verificandone l'uso e la configurazione.

Per l'analisi SEO abbiamo utilizzato una tool online <https://www.seotesteronline.com/> che ha permesso di portare a termine una valutazione SEO globale.

Per quanto riguarda la Page Speed è stata utilizzata la tool di Google <https://developers.google.com/speed/> mentre per la verifica della adattamento del site alla versione mobile è stato impiegato un altro strumento, ma sempre di Google: <https://search.google.com/test/mobile-friendly>.

I punti di analisi selezionati sono dovuti alla nostra esperienza online e quindi sono stati definiti per poter avere una visione globale della presenza online delle istituzioni italiane.

Le fonti di informazione aggiuntive che sono state utilizzate per il nostro studio sono le seguenti:

<https://www.digitalic.it/tecnologia/diffusione-smartphone-nel-mondo-2017>

<https://moz.com/researchtools/ose/>

Per qualsiasi domanda o approfondimento potete scrivere a [marketing@numeroassistenza.it](mailto:marketing@numeroassistenza.it).

