

## L'Aquila: bocciato il sito del Comune come non social

Maria Cattini | 11/03/2013 | Qua e là'

---

Nella ricerca pubblicata oggi su Chefuturo.it, sull'utilizzo della rete e l'affezione degli italiani ai social network, il sito istituzionale del Comune dell'Aquila non viene neanche citato. Dopo essere stato considerato il peggior sito istituzionale dei 20 capoluoghi di regione italiani dal Forum Pa, oggi arriva un'altra "bocciatura" per il sito istituzionale, il cui restyling risale al giugno 2011.

Il monitoraggio, che affronta la questione dell'utilizzo della rete e l'affezione degli italiani ai social network anche verso le Pubbliche amministrazioni, è stato condotto grazie allo strumento di analisi Social Analytics di Blogmeter nell'arco di tre mesi (1 novembre 2012 - 31 gennaio 2013) sulla presenza dei comuni capoluogo su Facebook e Twitter.

Se è vero che dai dati del monitoraggio viene fuori che la presenza dei comuni capoluogo sui social media risulta ancora molto limitata, poco più di uno su due e il 52%, quelli che hanno una pagina ufficiale su Facebook, mentre su Twitter la percentuale di presenti scende al 37%, L'Aquila, capoluogo di regione, non viene neanche presa in considerazione. Eppure i dati di accesso al portale, diffusi in più occasioni dall'amministrazione, hanno parlato di numeri e accessi eccezionali. Alla data odierna, i dati forniti dall'amministrazione comunale indicano 1.643.010 visitatori con una media giornaliera dal 23 giugno 2011, di 2.616 visite, comprese le domeniche e i festivi, quando il calo è fisiologico, mentre le pagine visitate: sono 8.320.123 con una media giornaliera dal 23 giugno 2011, di 13.245.

Di sicuro il sito del Comune non ha un'integrazione social sulle sue pagine, non ci sono pulsanti Facebook, Twitter, Google+ e altri tra i più utilizzati. Non possiede una pagina Facebook né un profilo Twitter, né un canale Youtube. La comunicazione istituzionale troppo spesso è demandata a notizie postate dai singoli amministratori tra i quali il più attivo su Facebook è il sindaco, Massimo Cialente.

O onor del vero il sito del Comune dell'Aquila soddisfa 41 su 42 requisiti dalla Bussola della Trasparenza dei siti web, un portale del Ministero per la Pa e la semplificazione che si basa sulle "Linee guida per i siti web della Pa" quale strumento per il miglioramento continuo della qualità dei siti web pubblici. Il dato negativo riguarda l'Urp che effettivamente ancora non è stato istituito e che è una maglia nera nella comunicazione istituzionale del Comune.

La bussola della trasparenza dei siti web che consente di effettuare una verifica in tempo reale su tutti i contenuti minimi previsti per legge sui siti web, non risparmia neanche il sito del Comune di Pescara e quello di Teramo che non hanno ancora il dominio governativo (es. [www.comune.pescara.gov.it](http://www.comune.pescara.gov.it)), o ancor di più il sito della Regione Abruzzo che presenta solo 7 su 42 dei requisiti richiesti soddisfatti.

Ma quando si parla di trasparenza e partecipazione forse si dovrebbe considerare anche l'aspetto social, peraltro contemplato anche dalle Linee Guida del Ministero, seppur senza alcun obbligo normativo. Se è vero che la trasparenza è un pilastro importante di un nuovo rapporto tra cittadino e pubbliche amministrazione, è innegabile che gli spazi di social networking rappresentano una grande opportunità per la Pa, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini.

Essere presenti e attivi nei siti di social networking è per la Pa una scelta. Sviluppare una presenza attiva sui social network da una parte consente al cittadino di ricevere un servizio complessivamente migliore, dall'altra permette alla Pa di innalzare il rapporto di efficienza/efficacia delle prestazioni erogate.

Per Salvatore Santangelo, esperto di social media marketing, «alla luce del recente pronunciamento della Corte dei Conti secondo il quale a L'Aquila vi sarebbe un vigoroso aumento di interesse della collettività alla corretta, trasparente ed economica gestione delle risorse pubbliche, appare paradossale la mancanza di attenzione nei confronti dei social network e di una complessiva strategia di social media marketing da parte di un'amministrazione che vorrebbe fare della partecipazione un fiore all'occhiello. Presidiare i social network - conclude Santangelo - non è solo un problema di comunicazione ma di attenzione e trasparenza nei confronti dei cittadini».

Laquilablog.it, 11 marzo 2013