

STEFANO SORIANI\*, ALESSANDRO CALZAVARA\*\*

## PRIME EVIDENZE SULLA PRESENZA IN RETE E NEI SOCIAL DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE DELLE PRINCIPALI CITTÀ DEL VENETO CENTRALE

1. INTRODUZIONE. – È ben noto come, al di là delle semplificazioni sull'indifferenza spaziale/ubiquitarie del digitale, la rete abbia un profondo ancoraggio urbano, sia come infrastruttura sia come espressione di un contesto e di una cultura urbana. La presenza di questa infrastruttura consente di parlare di *città aumentata* nella sua esperienza fruizionaria, o anche di *metropoli comunicazionale*, definizione che vive della/nella sua ambiguità polisemica di "metropoli comunicata" e di "luogo della comunicazione". Il problema di fondo è valutare se e in che modo questa infrastruttura configuri una sorta di *digital twin* a-topologico e quali relazioni si stabiliscano con la realtà urbana che la genera. In questa sede ci proponiamo di indagare, rispetto alla situazione del Veneto Centrale, quale sia la natura e il livello di corrispondenza tra il sistema territoriale e le comunità di utenti delle reti. L'indagine ha considerato i soli domini delle Pubbliche Amministrazioni (PA), limitatamente a Regione Veneto (RV), Città Metropolitana di Venezia (CmVE), Comuni di Venezia (CVE), Padova (CPD), Treviso (CTV), Vicenza (CVI) e Verona (CVR).

2. IL QUADRO DI RIFERIMENTO DIGITALE. – Il trend della digitalizzazione in Italia è in costante crescita: l'84,3% della popolazione usa internet, il 129,7% ha una connessione mobile, il 71,6% è attivo sui social. La media di uso di internet per utente è di 6h09m (il doppio rispetto alla televisione), mentre si passa 1h47m sui social media. Il 33,8% degli utilizzatori tra i 16 ed i 64 anni utilizzano mensilmente servizi finanziari (home banking, servizi assicurativi, ecc.), il 13,4% usano servizi di pagamento da *mobile* ed il 6,3% hanno una criptovaluta (Wearesocial.com, 2022). Gli accessi ai servizi ed alle *utility* fornite dalla PA sono ancora minoritari; il livello di interazione con la PA attraverso internet rimane in Italia e nell'area studio tra i più bassi in Europa (Eurostat, 2022).

Come misura della digitalizzazione sono disponibili gli indicatori elaborati da Istat-Eurostat relativi alla copertura delle diverse istituzioni pubbliche per tipologia di ICT utilizzate (Bernsten, 2021). La totalità della PA ha una presenza sul Web, mentre è completa la copertura sui social da parte di regioni e Città metropolitane (Cm) ma non dalle altre PA. Le applicazioni accessibili da *mobile* sono ancora poco diffuse, se si esclude il caso delle Regioni. I servizi di *cloud computing* sono molto diffusi in Regioni e Cm, meno negli altri Enti, i più interessati al telelavoro. Ancora poco diffusi risultano i settori più avanzati (Big data e IoT).

I dati forniti da ForumPA (2021) confermano per il Veneto un profilo molto disomogeneo, con diverse città nelle prime dieci, talvolta eccellenze in alcuni settori, come Verona (1° posto nei servizi on-line), o Padova (1° posto nelle App municipali), o Venezia (2° posto nei social): ciò può essere considerato come un segnale di come non vi sia una strategia digitale regionale, ovvero un approccio amministrativo complesso, che permetta una pervasiva crescita in tutti i settori e aree. La classifica finale (dove emerge Venezia, con il 13° posto) permette alcune considerazioni. L'*ICity Rank* pare più connesso con il totale dei redditi Irpef che con la dimensione demografica portando ad una prima, provvisoria conclusione del rapporto tra ricchezza prodotta e processi di digitalizzazione della PA. È possibile leggere il *ranking ICity* anche in "chiave metropolitana": la classifica può prestarsi a molte valutazioni (la forte coerenza di Milano, oppure la forte spinta al digitale di Cm come Firenze e Bologna, ecc.), ma dimensione di popolazione, ruolo urbano e propensione alla digitalizzazione non presentano una diretta correlazione, dimostrando una forte componente "volontaristica" nella costruzione della cittadinanza digitale.

Un altro set di indicatori considerabile è l'*EY Digital Infrastructure Index* (EY, 2021), composto da trenta indicatori che misurano il grado di digitalizzazione delle infrastrutture presenti nelle 107 province. Non emerge una divisione nord/sud della penisola, quanto una diffusione a macchia, con forti discontinuità di prossimità, oltre alla debolezza della dorsale adriatica. Nel Veneto si rileva il 18° posto di Venezia (ben al di sotto di molte altre Cm) ed il 24° posto di Padova (oltre al grave ritardo di Rovigo e Belluno). Valutando invece la



correlazione tra la connettività fissa/mobile e la diffusione di IoT/sensoristica si nota che solo Belluno, Vicenza e Venezia sono incluse nel cluster delle *smart land*, ma comunque al di sotto delle “metropoli iperconnesse” (cluster che raduna molte Cm).

L'ultimo indicatore preso in considerazione mette in relazione il *Digital Infrastructure Index* con il fatturato delle principali filiere produttive: solo Padova entra nel quadrante caratterizzato da alto fatturato ed alta infrastrutturazione, insieme con le principali Cm: il resto del Veneto, invece, sconta deficit digitali.

Un'ultima considerazione va fatta sulla distribuzione dei *data center*, che permettono di accedere ai servizi digitali. Per la loro individuazione sono state usate Infrapedia (2022) e Datacentermap (2022). A livello europeo, la distribuzione ricalca la *Blue Banana*, mentre ai nostri fini è possibile definire un'area centro-veneta di aggregazione di tali infrastrutture-servizi, nelle aree considerabili come di maggiore sviluppo, ovvero l'alta provincia trevigiana e l'asse autostradale E70. Siamo in presenza di una risorsa potenzialmente ubiquitaria, ma è anche vero che territori “avanzati” generano domande di servizio “avanzate”, che a loro volta cercano risposte “prossime”.

3. IL QUADRO DI RIFERIMENTO GRAVITAZIONALE. – Per quanto riguarda i flussi “fisici/materiali” nell'area di studio, non sono disponibili molte informazioni sulla matrice O/D della mobilità, fondamentali per definire modelli gravitazionali e per la gestione dei flussi: l'Istat (2020) ha partecipato con Eurostat allo sviluppo di una metodologia per la valutazione dell'attrattività dei comuni oltre i 50.000 abitanti, delle Cm e delle FUA (*Functional Urban Area*). Solo la FUA di Padova presenta una certa consistenza (in numero di comuni), e solo quelle di Padova, Treviso e Venezia presentano aree di reciproca sovrapposizione. Lo schema territoriale che ne deriva è di una certa aggregazione territoriale dei tre comuni capoluogo, confermata anche dalla valutazione (sempre Istat) della densità di popolazione non calcolata su base comunale. Anche in questo caso l'area centro veneta spicca come un'aggregazione ben individuabile, all'interno della quale emerge la PaTreVe (province di Padova, Treviso e Venezia), a lungo candidata quale entità amministrativa metropolitana (Soriani *et al.*, 2019). Lo schema interpretativo vede quindi una conferma di quello tradizionale, ovvero, oltre al nucleo centrale, l'isolamento del Bellunese e del Rodigino, l'autonomia del Veronese (incardinato sull'asse del Brennero) e l'area di transizione vicentina.

Le cinque province considerate appaiono demograficamente comparabili (900.000 abitanti); se consideriamo la percentuale di abitanti nelle rispettive FUA sugli abitanti provinciali le differenziazioni sono invece evidenti, in quanto la FUA veneziana ha circa due terzi della popolazione in diretto contatto con il capoluogo. Anche Padova e Verona presentano elevate polarizzazioni; seguono a grande distanza Vicenza e Treviso. Tali dati sono basati sugli spostamenti studio/lavoro, falsati dall'assenza dei dati turistici, che proietterebbero Venezia su un'altra scala.

4. L'ANALISI ATTRAVERSO GOOGLE TRENDS. – Google Trends fornisce un quadro delle ricerche effettuate dagli utenti online, utile per valutare le tendenze mondiali di ricerca, permettendo di conoscere quante volte un termine viene usato in un periodo di tempo e in una determinata area geografica, consentendo di compiere confronti con altri termini di ricerca; va ricordato che in Italia la quota di mercato di questo motore di ricerca è quasi il 95%. Si tratta quindi di un importante strumento per il SEO (Search Engine Optimization), in quanto permette di indicizzare un argomento e il suo posizionamento; in altre parole, contribuisce a definire la stessa esistenza digitale di una determinata tematica. I report delle *query* di Google Trends non restituiscono i numeri assoluti di interrogazioni, ma solo quelli percentuali rispetto al momento di massima specifica richiesta, evidenziando i trend.

Proprio per le sue caratteristiche è interessante utilizzare questo strumento per valutare il posizionamento della CmVE all'interno della *nuvola* delle *query* di ricerca. L'attività si è svolta nel mese di ottobre 2022. Analizzando l'intensità di ricerca del termine Città Metropolitana di Venezia dal 2004 ad oggi, emerge come l'interesse sia più elevato nel periodo antecedente alla sua formazione (caratterizzato da un ampio dibattito sul tema metropolitano, in particolare in riferimento alla PaTreVe), per poi scemare nel tempo, se non in qualche momento topico (formazione, votazione dello statuto, ecc.).

Mettendo a confronto gli interessi espressi per i termini “Città metropolitana di Venezia”, “Comune di Venezia” e “Regione Veneto”, emerge la forte distanza tra Regione e le altre PA, oltre all'estrema marginalità della CmVE. Viene confermato il generale e progressivo scemare dell'interesse per tutti i termini istituzionali, interesse che si ravviva solo in particolari situazioni (periodo pandemico, ad es.). Per capire se tale situazione sia rilevabile in altri contesti, si sono considerati i casi della Lombardia e dell'Emilia-Romagna. In questi

ambiti la situazione appare diversa: a fronte di un trend di interesse meno regressivo nel tempo, risulta confermata la graduatoria Regione-Comune-Cm; tuttavia, la reciproca distanza si riduce considerevolmente, tanto che in alcuni casi il comune (Milano/Bologna) compete con successo con la Regione, a conferma dell'assenza in Veneto di una "città capitale" e del minor dinamismo della CmVE.

È stato compiuto un ulteriore confronto all'interno della PaTreVe. Utilizzando il filtro "Giustizia e PA" emerge chiaramente Treviso su Venezia e Padova (fa premio la maggiore funzionalità "amministrativa" del sito di Treviso): analizzando tutti i termini di ricerca, invece, il ranking vede di nuovo Venezia al primo posto (grazie al ruolo "generalista" del termine "Venezia") e Treviso all'ultimo.

L'uso dei filtri di ricerca permette di avere un'idea sommaria dei diversi ruoli urbani, che sembrano condizionare i siti e le ricerche verso di essi. L'inserimento del filtro "Italia" e "Mondo" non provoca sostanziali differenziazioni; invece, selezionando le categorie "Turismo" o "Tempo libero" emerge chiaramente Venezia rispetto agli altri due comuni; selezionando la categoria "Lavoro" o "Acquisti" emerge Padova, mentre con "Alimenti e bevande" emerge Treviso. In sintesi, le *query* sembrano correlate con il ruolo reale o attribuito alla città, che genera contenuti più consoni alla sua immagine, rafforzandola. Comparando i cinque comuni analizzati, risulta un ranking (prima Verona, seguita da Padova, Venezia, Vicenza e Treviso) molto simile a quello della ricchezza prodotta nei diversi comuni. Il coefficiente di correlazione tra la percentuale di frequentazione media calcolata da Google Trends e il reddito Irpef complessivo (2020) è pari a 0,91; quello con la popolazione residente è pari a 0,85.

Analizzando la provenienza delle *query*, è stata rilevata una notevole convergenza con le FUA; in particolare si nota come con il filtro "amministrativo" i flussi interni (comune su comune) siano pari al 50% del picco massimo di interazione (tranne nel caso di Venezia, che presenta anche una significativa interazione con Treviso). Se, invece, non viene applicato alcun filtro di ricerca, si vede come solo Venezia mantenga un elevato flusso interno, e che generalmente la maggior parte degli scambi avvengano con i comuni di cintura.

Solo a margine di quanto fin qui analizzato, si propone un confronto sulle *keywords* "CmVE", "Provincia di Padova" e "Provincia di Treviso": applicando il filtro specifico PA, la Provincia di Treviso emerge significativamente (a grande distanza troviamo CmVE, sopravanzata anche da Padova), a riprova del ruolo di coordinamento tra amministrazioni che tale Provincia ha voluto darsi negli ultimi anni. Con il filtro "Tutte le categorie", invece, i trend delle *query* si mostrano congruenti per le due Province, sempre mantenendo a distanza la ricerca su CmVE: a conferma di come la debolezza istituzionale e la scarsa riconoscibilità della CmVE (Soriani *et al.*, 2019) si riverberino sulla sua immagine digitale e sul relativo livello di servizio.

5. SEMRUSH. – Semrush è tra i più diffusi SEO. Si tratta di una piattaforma SaaS (Software as a Service) che consente agli utenti di connettersi ad app basate sul *cloud* tramite Internet e usare tali app. La ricerca si è svolta per il mese di settembre 2022 (per un anno nel caso di CVE, CmVE e RV). È stato valutato solo il cosiddetto "traffico organico", ovvero quello proveniente da un motore di ricerca, escludendo il traffico a pagamento (*advertising*), i *backlink* e gli accessi diretti, valutabili solo dai gestori del sito. Sono state prese in considerazione: l'articolazione del dominio ("Domain Name System", DNS) nei suoi vari sottodomini, in modo da valutare la struttura, più o meno ordinata/organica, del sito e la sua impostazione gerarchica (ovvero l'importanza che si è voluta attribuire ad alcune funzioni); le URL (Uniform Resource Locator, ovvero l'indirizzo specifico di una determinata pagina o contenuto) a cui si è avuto accesso, al fine di comprendere i contenuti del sito che hanno un maggiore appeal; le *keywords* che sono state utilizzate per accedere alle risorse del sito, per comprendere bisogni che vengono implicitamente espressi dal visitatore.

Il CVR presenta un dominio con un elevatissimo numero di sottodomini (67 rilevati, i dieci maggiormente trafficati presentano il 92% del totale); tale articolazione corrisponde ad un'elevata specializzazione tematica. Il traffico appare consistente (312.213 frequentazioni), per i due terzi rivolto al sottodominio principale. Molto frequentati sono i sottodomini culturali ("casadigiulietta", ecc.) ed alcuni siti di servizio ("poliziale", "webcam"). Anche nel caso dell'articolazione per URL abbiamo una forte concentrazione del traffico (le prime 10 ne totalizzano il 56%). Anche qui predominano le pagine generaliste e culturali, ma emergono pagine di servizio (parcheggi, biblioteche) ed informative (elezioni). Queste tendenze sono confermate dalle *keywords*: un quarto delle ricerche ne utilizzano di generiche ("verona", "comune di verona"), mentre le altre prefigurano interessi culturali o la necessità di accedere a specifici servizi (anagrafe e bonus, oltre ai già visti Polizia locale, biblioteche e parcheggi).

Il CVI presenta un'articolazione più semplice: dei 6 sottodomini rilevati, il principale assorbe il 99% del traffico (87.000 accessi). L'accesso alle URL appare ancor più selettivo: le prime 10 assorbono il 62% del traffico,

pur manifestando una maggiore varietà (al 50% generalista si affiancano concorsi, anagrafe, appuntamenti e informazione). L'analisi delle *keywords* conferma quanto rilevato: alla maggioranza di accessi con *keywords* generiche ("vicenza", "comune di vicenza", "comune vicenza") si contrappone un frammentato panorama di domande specifiche, corrispondenti ad un'elevata quantità di servizi come concorsi, anagrafe, parcheggi, polizia locale, prenotazioni, mercati, asili, ecc., ma anche parole chiave legate all'informazione, anche istituzionale. La forte specificità delle domande potrebbe essere legata non solo alla semplice articolazione sul web, ma anche alla conoscenza precisa dei servizi erogati.

La presenza web del CTV rileva un modesto traffico (59.000 accessi) ed una debole articolazione in sottodomini (7): anche in questo caso il 99% del traffico è rivolto al sottodominio principale ed al suo sito clone (*mirror* del sito principale). L'analisi delle URL evidenzia come si acceda nei due terzi dei casi dalla pagina generale, mentre i servizi più gettonati rimangono i servizi demografici, polizia locale e concorsi, oltre alla rilevante domanda di informazione. Le prime 30 URL rilevate sono quasi esaustive del traffico totale (85%), per cui è possibile compiere una mappatura dei servizi più richiesti, ovvero (oltre a quelli citati) parcheggi, vaccinazioni, asili nido e manifestazioni.

Il CPD si distingue per l'elevato volume di traffico (345.561 accessi). Presenta una semplice strutturazione dei sottodomini: dei 7 rilevati, i primi 2 (padovanet.it e padovacultura.padovanet.it) gestiscono la pressoché totalità del traffico. L'analisi delle URL permette di rilevare che l'accesso "generico" si rivela molto più basso (solo il 16%), mentre molto frammentate (ma specificatamente indirizzate) risultano le altre frequentazioni (il campione è molto significativo, in quanto le prime 30 coprono il 75% del traffico). Le informazioni culturali e turistiche emergono con forza, insieme a servizi anagrafici, concorsi e parcheggi: mobilità collettiva e salute non erano state rilevate negli altri siti. La richiesta di informazione non è di tipo generalista (news, giornali, comunicazione istituzionale, ecc.), ma orientata ad eventi/mostre. Le *keywords* confermano che è presente una ricerca meno generica e più mirata, molto culturale (anche internazionale, vista la presenza di "padua" come chiave di ricerca).

Ben più complessa è l'articolazione dei sottodomini del CVE (33, anche se i primi 2 rilevano il 90% del traffico). Il traffico rilevato (353.689) è il più elevato tra tutti i siti comunali monitorati. L'analisi dell'indirizzo alle URL evidenzia la scarsità degli indirizzamenti generalisti: le URL indirizzate sono molto varie (50 quelle coprono il 67% del traffico). Emergono peculiarità legate a Venezia: numerose e molto frequentate sono le URL legate alle maree (la <https://www.comune.venezia.it/it/content/centro-previsioni-e-segnalazioni-maree> raccoglie da sola il 15% del traffico). Minoritarie sono le URL legate ai servizi (concorsi, anagrafe, farmacie, polizia municipale), mentre diffuse e varie sono quelle legate a spettacoli e informazione. Le *keywords* rispettano queste peculiarità (il 13% riguarda le condizioni di marea), ma permettono di rilevare anche altri peculiari interessi (il 6% ha ricerche con la parola "altana") o particolari provenienze (troviamo tra le prime posizioni "venice" e "venedig"). La distribuzione mensile del traffico vede i flussi variare tra i 320.000 e i 490.000 contatti mensili, con picchi a gennaio e luglio. In questo caso è stata compiuta anche la stima delle fonti principali generanti traffico: la percentuale di contatti diretti riguarderebbe quasi il 38% dei flussi principali, il rimanente viene considerato "traffico organico".

La CmVE presenta 35 sottodomini (alcuni abbandonati, vale a dire non più aggiornati o non più visitati), che rivelano una strategia di realizzazione di tanti siti tematici quante sono le funzioni amministrative attribuite all'ex Provincia. Importante sottolineare come il sito della CmVE rifletta la ancora non compiuta transizione dalla Provincia. Malgrado ciò, circa l'80% dei flussi passa per i due siti principali (www.cittametropolitana.ve.it e cittametropolitana.ve.it). Nel complesso il traffico indotto è estremamente modesto (17.212), marginale rispetto agli altri enti, segnale di una scarsa funzionalità del sito, ma anche della mancanza di un chiaro e distinguibile ruolo della città metropolitana, a conferma della difficile e incompiuta implementazione della Delrio (Soriani *et al.*, 2019). Una tale situazione si riflette sulle URL visitate: il 60% passa per la URL generale, mentre il resto è molto frammentato (concorsi, procedure abilitanti, edilizia scolastica, offerta formativa superiore/professionale, polizia provinciale). Questo viene evidenziato anche dalle *keywords* utilizzate (troviamo ancora "provincia di venezia"), che appaiono numerose, parcellizzate e con un limitatissimo numero di contatti. La distribuzione temporale nell'ultimo anno vede un minimo proprio a settembre 2022 (17.212) ed un massimo a luglio 2022 (31.945). Il percorso del traffico conferma la scarsa riconoscibilità dell'ente/sito: solo il 18% del traffico è diretto, ovvero senza passare attraverso motori di ricerca.

Come visto in precedenza, RV è un forte accentratore di traffico (1.475.414). Il sottodominio principale gestisce il 42% del traffico, il rimanente è suddiviso in altri 56 sottodomini, che perseguono la strategia di una differenziazione non per struttura burocratica, ma per servizio, fatto che permette anche una classificazione delle priorità definite. Oltre un quarto del traffico è gestito dal sottodominio vaccinovicid.regione.

veneto.it, conferma dell'importante ruolo della Regione durante la pandemia. Al terzo posto (con il 15% del traffico) si trova salute.regione.veneto.it, ma sono numerosi gli altri sottodomini "sanitari", fatto che rileva le competenze (e le attenzioni) specifiche regionali. Significativo è il quarto posto di bur.regione.veneto.it, a sottolineare la funzione regionale.

Le 50 URL monitorate coprono il 74% del totale, segno di forti livelli di specializzazione nella ricerca/accesso. Emerge l'importanza della pandemia da Coronavirus (<https://vaccinicoVID.regione.veneto.it> da solo copre il 24% del traffico), a conferma di una polarizzazione che coinvolge tutta la tipologia "sanitaria", tanto da spostare al 4° posto il generalista <https://www.regione.veneto.it>, con solo il 4% del traffico. Seguono tutta una serie di servizi specialistici: tra i rilevanti troviamo bollo auto, l'energia (la certificazione energetica degli edifici fa capo alla Regione), la scuola ed il settore concorsi in generale. L'analisi delle *keywords* dimostra l'estrema frammentazione della ricerca (le 50 prime parole chiave coprono solo il 32% del traffico) e l'estrema polarizzazione sulla pandemia (26 parole su 50 riguardano tale tematica). La distribuzione del traffico presenta il già rilevato picco di inizio estate (mesi di giugno e luglio), ma il massimo viene toccato nel novembre 2021 (traffico 2.401.480), seguito da un minimo nel dicembre dello stesso anno (traffico 1.257.880). La peculiarità del traffico regionale è evidente anche nei percorsi di traffico utilizzati: quasi il 44% è composto da traffico diretto, senza passaggio attraverso la mediazione di motori di ricerca, segno di una frequentazione assidua che genera conoscenza diretta delle diverse URL.

6. I SOCIAL. – Per l'analisi della presenza della PA sui social è stato utilizzato Semrush; l'indagine si è svolta nel mese di ottobre 2022, monitorando Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. L'analisi è stata limitata a RV, CmVE e CVE, in modo da permettere una comparazione territoriale diretta, basata sui seguenti indicatori: a) numero dei *fans/followers* (iscritti ad un canale, considerati come "frequentatori abituali"), pesati sulla dimensione della popolazione; un tale "tasso di penetrazione" non tiene conto di *fans* non geograficamente congruenti, ma si tratta di errore sistemico e, quindi, comunque indicativo di rapporto; b) il numero di post o tweet prodotti nel mese preso in considerazione, dato utile per vedere il volume informativo o la presenza sul canale; c) l'*engagement* totale pesato sul numero dei *followers*, ovvero il numero totale delle reazioni/risposte che i *post/tweet* hanno stimolato, dato che rende la responsività dell'utenza coinvolta (presupponendo che ogni *fan* dia una sola replica al post); d) l'*engagement* medio, ovvero il numero di reazioni che mediamente un *post/tweet* ha generato, ovvero l'efficacia della comunicazione attivata; e) nel caso di YouTube sono stati presi in considerazione solo il numero di contenuti postati/giorno ed il numero di visualizzazioni/giorno (indicatore di successo).

Come si vede (Tab. 1), tutte le amministrazioni sono presenti ma l'uso di questi canali sembra essere essenzialmente locale, nel senso che solo il CVE raggiunge performance elevate in tutti gli indicatori, mentre

Tab. 1 - La presenza nei social

		% followers/abitanti	Post/giorno	Engagement totale/ follower	Engagement medio per post
Facebook	RV	0,02	2,7	2,5	38,0
	CVE	0,31	11,3	14,5	33,2
	CmVE	0,01	2,0	9,7	10,1
Instagram	RV	0,01	1,8	9,0	93,1
	CVE	0,21	11,8	107,8	161,0
	CmVE	0,0005	0,4	14,73	44,5
Twitter	RV	0,01	3,2	0,004	3,73
	CVE	0,18	20,8	0,124	11,3
	CmVE	0,01	1,7	0,073	5,9
			Post/giorno	Visualizzazioni/giorno	
YouTube	RV		0,07	4,4	
	CVE		0,5	85,3	
	CmVE		0,07	6,5	

appaiono quasi irrilevanti per RV e, soprattutto, per CmVE. La performance costante in tutti i canali permette di rilevare una precisa strategia nella comunicazione “veloce” da parte del Comune (particolarmente su Instagram, più frequentato dai giovani, dove dimostra un’elevata reattività), una tipologia che mal si adatta ad istituzioni quali la Regione (anche se questa presenta buone performance su Facebook, canale più adatto a popolazioni di età non giovane), mentre la CmVE sembra non puntare molto su tale comunicazione. Modesta appare la presenza su Twitter, fatto che non stupisce, visto il forte “personalismo” di tale canale. Altro caso a parte è quello di YouTube, che, visto l’approccio essenzialmente “visuale”, richiede uno sforzo di produzione più elevato: malgrado ciò, anche in questo caso il CVE raggiunge ragguardevoli risultati, soprattutto in termini di performance.

7. CONCLUSIONI. – I primi risultati dell’indagine confermano la debolezza digitale delle principali PA del Veneto, soprattutto se rapportata al dinamismo economico della regione e al maggior sviluppo del digitale nelle PA di altre regioni del Nord Italia. Non si tratta solo di sotto-infrastrutturazione ma anche di una debole offerta di servizi “digitalmente nativi”. A fronte di un’esplosione della presenza nei social media, rimangono infatti importanti carenze nel campo dei Big data e dell’IoT.

L’analisi dei flussi di traffico digitale riflette alcuni tratti di fondo del quadro regionale: si evidenzia il forte ruolo della Regione, in assenza di una vera e propria “città capitale”; il quadro si caratterizza per una pluralità di città, Padova, Verona, Venezia, molto specializzate economicamente, che presentano una struttura di flussi digitali che ricalca le rispettive FUA; al pari delle FUA, anche il traffico delle *query* danno ragione di un’area di forte contiguità e connessione, corrispondente con le aree gravitanti su Padova, Treviso e Venezia; l’importanza di quest’area funzionalmente “centrale”, pur nella sua pluralità, viene confermata dalla distribuzione dei *data center*; la consistenza dei flussi di *query* appare fortemente correlato con la ricchezza prodotta dalla città, più che con la consistenza demografica; in questo contesto emerge la debolezza, anche digitale, della CmVE, limitata nei servizi offerti ed incapace di costruire quel “cittadino metropolitano” che è fondamentale nell’evoluzione di un sistema di governance metropolitana.

Il quadro digitale sembra quindi confermare quello “fisico” (nel ranking, nelle specializzazioni e nelle funzioni, ecc.), segno di un forte “ancoraggio” al (o di una forte inerzia del) territorio e delle sue componenti. Il problema che si pone (oltre alla mancanza di innovazione, ovvero del pieno utilizzo delle potenzialità offerte dalla digitalizzazione) è quello delle possibili ulteriori esclusioni/marginalizzazioni territoriali (potenzialmente amplificate dal *digital divide*) e quello delle mancate integrazioni tra aree e funzioni, che invece potrebbero essere favorite dal digitale. Ma per affrontare queste problematiche servirebbero una chiara visione, un complesso ed articolato sistema di azioni ed una governance adeguata, oggi del tutto assenti.

RICONOSCIMENTI. – Contratto di ricerca Dipartimento di Economia, Università Ca’ Foscari Venezia. Rep. 230/2022.

## BIBLIOGRAFIA

- Bernsten E. (2021). *Istat. Censimenti permanenti. Evoluzione digitale della PA*. Evento virtuale del 15/12/2021.
- Datacentermap (2022). Dati disponibili all’indirizzo: <https://www.datacentermap.com>.
- Eurostat (2022). Dati disponibili al sito: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_r\\_gov\\_i/default/map?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_r_gov_i/default/map?lang=en) (consultato il 14.05.2023).
- EY (2021). Dati disponibili al sito: [https://www.ey.com/it\\_it/news/2020/12/digital-infrastructure-index](https://www.ey.com/it_it/news/2020/12/digital-infrastructure-index) (consultato il 14.05.2023).
- Forum PA (2021). *Report “ICity Rank”*. Testo disponibile al sito: [https://profilo.forumpa.it/doc/?file=2021/RAPPORTO\\_ICR\\_2021.pdf&confirm=yes](https://profilo.forumpa.it/doc/?file=2021/RAPPORTO_ICR_2021.pdf&confirm=yes) (consultato il 14.05.2023).
- Infrapedia.com (2022). Dati disponibili al sito: <https://www.infrapedia.com> (consultato il 14.05.2023).
- Istat (2020). Dati disponibili al sito: <https://www.istat.it/it/informazioni-territoriali-e-cartografiche/cities-and-functional-urban-areas#:~:text=> (consultato il 14.05.2023).
- Istat (2022). Dati disponibili al sito: <https://www.istat.it/it/archivio/139381> (consultato il 14.05.2023).
- Soriani S., Calzavara A., Pioletti M. (2019). *Riordino territoriale e governance metropolitana. Il caso veneziano nel contesto europeo*. Bologna: Pàtron.
- wearesocial.com (2022). *Digital 2022. I dati italiani*. Testo disponibile al sito: <https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani> (consultato il 14.05.2023).

RIASSUNTO: L'articolo offre i primi risultati di un'indagine sulla diffusione del digitale nelle principali pubbliche amministrazioni del Veneto Centrale, basata sull'analisi dei flussi di interrogazione (*query*) attraverso l'utilizzo di strumenti SEO, Search Engine Optimization. I primi risultati confermano tre elementi: la debolezza della struttura digitale della Pubblica Amministrazione; la gerarchia dei flussi di interrogazione ricalca l'organizzazione funzionale, confermando i tradizionali bacini di pendolarismo; evidente è sia l'integrazione esistente tra Padova, Treviso e Venezia sia il forte ruolo accentratore della Regione.

SUMMARY: *First results of a survey on the presence in the web and in social media of the public administration sector in main Central Veneto's cities.* By applying SEO, Search Engine Optimization tools this work provides a first picture of the information flows based on queries that characterize the main public administrations in Central Veneto. The survey confirms that the digital structure of the considered public administrations has still important weaknesses. Important to note is that the hierarchy of the information flows (queries) reflects the functional organization of the investigated areas, confirming the existing commuting structure. As regards the flows and direction of queries, it is confirmed the high level of integration between Padua, Treviso and Venice as well as the attractive capacity played by the Regional Government.

*Parole chiave:* digitale, Veneto, province, città metropolitana, Venezia

*Keywords:* digital, Veneto, provinces, metropolitan city, Venice

\*Università Ca' Foscari Venezia, Dipartimento di Economia; [soriani@unive.it](mailto:soriani@unive.it)

\*\*Istituto Nazionale di Urbanistica; [sandro@calzavara.net](mailto:sandro@calzavara.net)