



Regioni & Città - Palazzi social: Nuovi follower, la Farnesina cala il tris

Roma - 15 feb 2024 (Prima Notizia 24) **Tre podi per il Ministero degli Esteri. Primo su Facebook, Instagram e X per crescita di utenti supporter. Le performance digitali degli account istituzionali sotto la lente di ingrandimento di Arcadia.**

Nella seconda metà dello scorso anno la pagina Facebook della Farnesina è quella che in termini assoluti è cresciuta di più. "Un dato comprensibile - si legge nell'abstract Arcadia Mood - alla luce degli eventi in Medio Oriente". Nell'ultima rilevazione semestrale della società di comunicazione Arcadia relativa alle performance digitali degli account istituzionali, nella Top 10 dell'interazione ai post, invece, è primo il Ministero del Lavoro (1,7%), secondo il MIUR (1,5%) e terzo il MEF (0,36%). Degno di nota è anche il trend dei Ministeri del Lavoro, della Cultura e del Turismo. Per quanto riguarda Instagram, ad incassare le percentuali più alte di interazioni e di coinvolgimento è l'account del Ministero del Sport. Relativamente al dato dei nuovi follower, come già rilevato con Facebook, a crescere maggiormente in termini assoluti è l'account della Farnesina, seguito da quelli del Ministero della Cultura e della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Infine X. Il popolo ex Twitter premia alcuni degli account esclusi da Instagram e da Facebook come ad esempio il Dipartimento per la Famiglia, il Dipartimento degli Affari Regionali e il Ministero dell'Interno. Nel censimento dei nuovi follower, c'è da registrare il tris, per crescita assoluta, ottenuto dall'account della Farnesina che si aggiudica la prima posizione anche su X. Mentre, nella classifica degli incrementi percentuali dei nuovi follower, in testa alla classifica troviamo gli account del Dipartimento per il Sud, della Famiglia, dei Rapporti con il Parlamento e degli Affari Regionali. L'engagement, lo ricordiamo, è la media numerica delle interazioni ai post per follower per singolo giorno. Il dato mostra quanto un account riesce a spingere i follower a interagire. Dividendo il risultato per il numero dei follower, l'engagement diventa indipendente dall'ampiezza del fandom. Fonte Arcadia, periodo di riferimento giugno-dicembre 2023.

(Prima Notizia 24) Giovedì 15 Febbraio 2024