**Analisi attività social media 2021: Automobile Club d’Italia primo per engagement**

***Ottime le performance di molti enti e organizzazioni***

L’Istituto Piepoli ha realizzato un’analisi considerando 25 grandi entità, tra le quali grandi enti pubblici italiani, paragonabili per la tipologia di lavoro svolto e grandi associazioni senza scopo di lucro. Sono stati analizzati enti che erogano servizi per la collettività in ambito sportivo, della mobilità, finanziario, di ricerca, ecc.

L’analisi ha riguardato l’ultimo trimestre del 2021 dei social media principali - Facebook, Instagram, Linkedin e Twitter - e le organizzazioni tra le quali si è svolto il confronto sono presenti in alcuni o in tutti i social esaminati. Sono state incluse esclusivamente le organizzazioni che hanno pubblicato in media almeno un post a settimana nel corso dell’ultimo trimestre del 2021 e, pertanto, vengono considerate attive sul canale.

L’Automobile Club d’Italia risulta primo per capacità di engagement in tutti i social media analizzati, con una capacità di generare interazioni (likes, commenti, ecc.) decisamente più elevata rispetto alle altre organizzazioni. L’attività social di Aci evidenzia un lavoro intenso che si distingue per l’efficacia, ossia per la capacità di sviluppare engagement tra i suoi follower, soprattutto nel confronto con altri grandi enti pubblici.

**Facebook**

ACI evidenzia un engagement rate per post (indice univoco tra i social ottenuto dividendo i follower per il numero di interazioni e per il numero di post) tre volte superiore a LILT, seconda organizzazione della graduatoria.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Organizzazione** | **Social** | **Engagement rate univoco** |
| **ACI Automobile Club d'Italia** | **FACEBOOK** | 2,70% |
| Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori | FACEBOOK | 0,81% |
| INFN - Istituto Nazionale di Fisica Nucleare | FACEBOOK | 0,52% |
| CONI | FACEBOOK | 0,50% |
| Istituto Superiore di Sanità | FACEBOOK | 0,40% |
| Accademia Nazionale dei Lincei | FACEBOOK | 0,39% |
| INAF | FACEBOOK | 0,41% |
| INPS per la Famiglia | FACEBOOK | 0,38% |
| Gruppo Cassa Depositi e Prestiti | FACEBOOK | 0,18% |
| Agenzia delle Entrate | FACEBOOK | 0,17% |
| AIFA Agenzia Italiana del Farmaco - pagina ufficiale | FACEBOOK | 0,14% |
| Autodromo Nazionale Monza | FACEBOOK | 0,12% |
| Agenzia per l'Italia Digitale | FACEBOOK | 0,10% |
| Agenzia Spaziale Italiana | FACEBOOK | 0,09% |
| ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo | FACEBOOK | 0,09% |
| Anas SpA | FACEBOOK | 0,09% |
| Inail | FACEBOOK | 0,07% |
| CNR Consiglio Nazionale delle Ricerche | FACEBOOK | 0,07% |
| Accademia della Crusca | FACEBOOK | 0,07% |
| ENEA - Agenzia nazionale | FACEBOOK | 0,07% |
| ISTITUTO ITALIANO DI TECNOLOGIA | FACEBOOK | 0,07% |
| SIAE | FACEBOOK | 0,06% |
| CAI - Club Alpino Italiano | FACEBOOK | 0,06% |
| Istat - Censimenti giorno dopo giorno | FACEBOOK | 0,05% |
| INGVterremoti | FACEBOOK | 0,05% |
| Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo | FACEBOOK | 0,05% |

**Instagram**

L’engagement rate registrato da Aci nell’ultimo trimestre del 2021 è cinque volte superiore al secondo ente della graduatoria INFN che, a sua volta, ha un engagement rate due volte superiore al Club Alpino Italiano, presente al terzo posto.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Organizzazione** | **Social** | **Engagement rate univoco** |
| **ACI Automobile Club d'Italia** | INSTAGRAM | **24,18%** |
| INFN - Istituto Nazionale di Fisica Nucleare | INSTAGRAM | 4,69% |
| Club Alpino Italiano | INSTAGRAM | 2,33% |
| Istituto Superiore di Sanità | INSTAGRAM | 1,59% |
| Agenzia Spaziale Italiana | INSTAGRAM | 1,52% |
| GRUPPO CDP ( Cassa Depositi e Prestiti) | INSTAGRAM | 1,27% |
| CONI | INSTAGRAM | 0,79% |
| INAIL | INSTAGRAM | 0,54% |
| INPS | INSTAGRAM | 0,27% |
| ISTAT | INSTAGRAM | 0,16% |

**LinkedIn**

Anche Linkedin, il terzo social considerato, vede Aci in testa alla classifica, seguita dall’Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia e dall’Agenzia Spaziale Italiana

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Organizzazione** | **Social** | **Engagement rate univoco** |
| **ACI Automobile Club d'Italia** | LINKEDIN | **0,60%** |
| INGV | LINKEDIN | 0,39% |
| ASI | LINKEDIN | 0,31% |
| AIFA | LINKEDIN | 0,27% |
| CDP | LINKEDIN | 0,09% |
| ISTAT | LINKEDIN | 0,04% |
| ENEA | LINKEDIN | 0,03% |

**Twitter**

Su questo social l’ACI mostra un engagement rate univoco pari a nove volte quello evidenziato dal secondo ente in graduatoria (sempre INFN, organizzazione anch’essa molta attiva sui social media).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Organizzazione** | **Social** | **Engagement rate univoco** |
| **ACI Automobile Club d'Italia** | **TWITTER** | 1,53% |
| INFN - Istituto Nazionale di Fisica Nucleare | TWITTER | 0,17% |
| Istituto Superiore di Sanità | TWITTER | 0,08% |
| AIFA | TWITTER | 0,08% |
| MEDIA INAF | TWITTER | 0,07% |
| CONI | TWITTER | 0,06% |
| CNR Consiglio Nazionale delle Ricerche | TWITTER | 0,06% |
| ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo | TWITTER | 0,06% |
| LILT | TWITTER | 0,04% |
| Agenzia Entrate | TWITTER | 0,04% |
| Club Alpino Italiano | TWITTER | 0,03% |
| Inail | TWITTER | 0,03% |
| AGID | TWITTER | 0,03% |
| Cassa Depositi e Prestiti | TWITTER | 0,03% |
| INGVterremoti | TWITTER | 0,03% |
| SIAE | TWITTER | 0,03% |
| Accademia della Crusca | TWITTER | 0,03% |
| Agenzia Spaziale ITA | TWITTER | 0,02% |
| ENEA | TWITTER | 0,01% |
| IIT | TWITTER | 0,01% |
| AICS Cooperazione\_it | TWITTER | 0,01% |
| Istat | TWITTER | 0,01% |
| INPS | TWITTER | 0,01% |
| Viabilità Anas | TWITTER | 0,0% |