

3 Analisi comparativa

Il confronto comparativo è una sintesi dei risultati, che fornisce una vista d'insieme dello stato delle regioni su diversi aspetti, come la distribuzione dei servizi e il loro livello di sofisticazione, l'eDemocracy e gli strumenti di interazione utilizzati, l'accessibilità e la visibilità.

Tali ambiti fanno riferimento alle nuove disposizioni del MiPAI ed hanno l'obiettivo di descrivere:

- ✓ il livello dei servizi erogati online;
- ✓ il ricorso a strumenti di e-partecipation;
- ✓ il livello di accessibilità;
- ✓ la quantità e la distribuzione degli accessi.

3.1 Contenuti dei portali e online sophistication

Nell'analisi della distribuzione dei servizi erogati online, è stato verificato il grado di copertura dei contenuti rispetto alle aree tematiche (Figura 3.1) e le modalità di distribuzione dei servizi a maggior livello di interazione⁶ (Tabella 2.1e Figura 3.2).

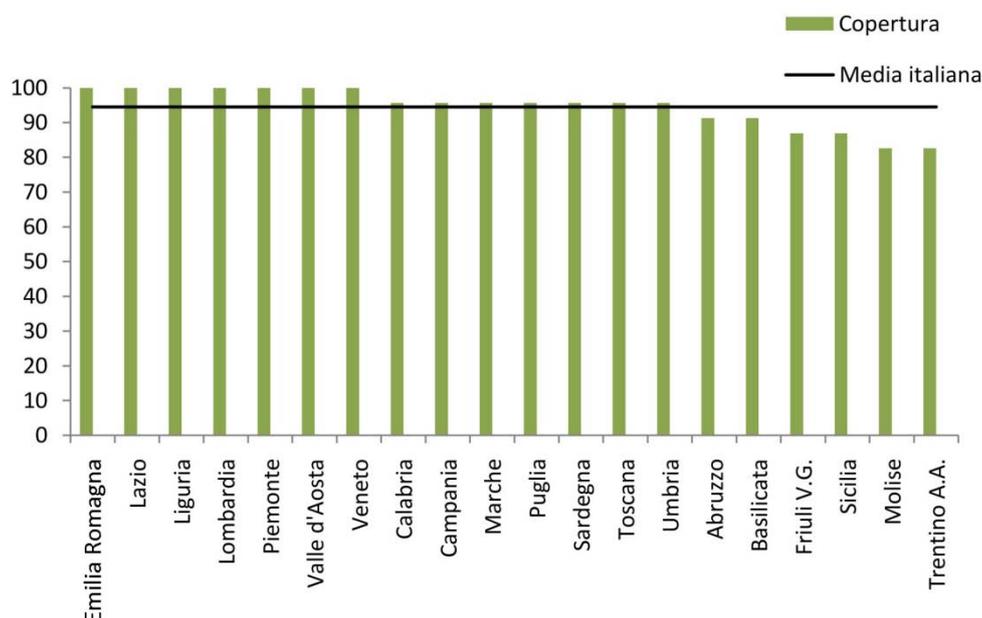


Figura 3.1: Grado di copertura dei contenuti

Come evidente dal grafico in Figura 3.1 le regioni hanno predisposto contenuti che coprono tutte le aree tematiche relative alla loro competenza. Tali contenuti sono almeno presenti a livello informativo. Il grafico e' da

⁶ Oggetto della valutazione sono i servizi aventi un grado di interazione almeno pari a quello interattivo bidirezionale.

leggere sia nella dimensione di copertura dei contenuti tipici sia in relazione alle competenze e all’assetto socio-politico regionale (es. regioni a statuto speciale): le motivazioni delle regioni con copertura al di sotto della media non sono solo da addebitarsi a mancanza di contenuti o scarsità di contenuti multimediali e del web 2.0 (es. i portali di Abruzzo, Basilicata, Friuli V.G. e Molise), ma anche al fatto che per regioni come il Trentino Alto Adige le competenze regionali sono ridotte e in parte trasferite alle provincie autonome. In questo secondo caso (e quindi per tutte le regioni a statuto speciale) sarebbe necessario effettuare una normalizzazione al fine di rendere il grafico paragonabile.

La distribuzione dei servizi intende invece evidenziare (Tabella 3.1 e Figura 3.2), le aree sulle quali si concentrano i maggiori sforzi delle Amministrazioni Regionali.

Servizi \ Regioni	Regioni																			
	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli V. G.	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino A. A.	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto
Sicurezza										o		x								
E-procurement					o	o		o	o				o			o				
Sociale		o			x	x	x								x			x		x
Tributi		o		o			o	o		x						o	o	o		o
Ambiente	o		o		x	x			x				x			o	o	o	x	x
E-learning					o	o	o	o	o		o				o	o	o		o	o
Sanità		x			x				x	x			x						x	
Lavoro			x			x			x				x	x		x				
Imprese/attività produttive		x													o	o			x	
E-democracy		x	x	x	x					x	x	x	x	x	x	x			o	o
Lavori pubblici		o	o					o		o	o	o			x					o
Turismo						x	x						x				x	x	x	x
					o											o				o

Tabella 3.1: Distribuzione dei servizi a maggior livello di interazione (legenda: o=servizio transazionale, x= servizio informativo bidirezionale)

In tal modo e’ possibile individuare le cosiddette “aree strategiche”:

- eDemocracy e Amministrazione 2.0 (85%), per una migliore e più attiva partecipazione dei cittadini alla vita politica. I principali servizi riguardano la consultazione dei cittadini attraverso la possibilità di esprimere un parere o di aprire una discussione, la possibilità di consultare gli atti ufficiali del governo regionale e suggerire una nuova iniziativa come anche la possibilità di seguire le sedute del Consiglio Regionale in diretta video. Un esempio di eccellenza è rappresentato dal portale di eParticipation dell’Assemblea Regionale Siciliana, unico nel suo genere, il quale consente la consultazione, secondo criteri differenti, dei lavori dell’assemblea,

permette di esprimere in merito un parere personale (assenso / dissenso, argomentare il proprio parere) e consultare gli altri pareri espressi. Sempre la Regione Siciliana da' la possibilità di inviare suggerimenti e iniziative ai consiglieri regionali (indicati come sul portale come deputati regionali).

- Attività produttive (75%), al fine di velocizzare i rapporti tra imprese e regione. In tal senso l'impegno è rivolto all'informatizzazione di alcuni servizi o procedure, come lo Sportello Unico per le attività produttive (SUAP) con la presentazione di domande telematiche, il pagamento degli oneri ed anche la richiesta e il rilascio di certificazione. Per esempio il portale del Friuli Venezia Giulia attraverso il SUAP consente la generazione di domande telematiche e il pagamento degli oneri; mentre il portale del Piemonte sempre attraverso il SUAP permette la compilazione di domande di finanziamento e rendicontazione.
- Lavoro (75%), i cui principali servizi sono identificati in: Borsa Lavoro, per facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro; Comunicazioni Obbligatorie online (CO), il quale costituisce il punto di accesso unico per l'invio on-line delle comunicazioni di instaurazione, proroga, trasformazione, cessazione di un rapporto di lavoro, secondo i modelli unificati definiti dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, da parte di tutti i soggetti obbligati e abilitati. Per esempio il portale del Lazio offre, oltre al servizio di CO e di BorsaLavoro, la gestione dei tirocini formativi e un servizio telematico per la connessione di tutti i Centri per l'impiego

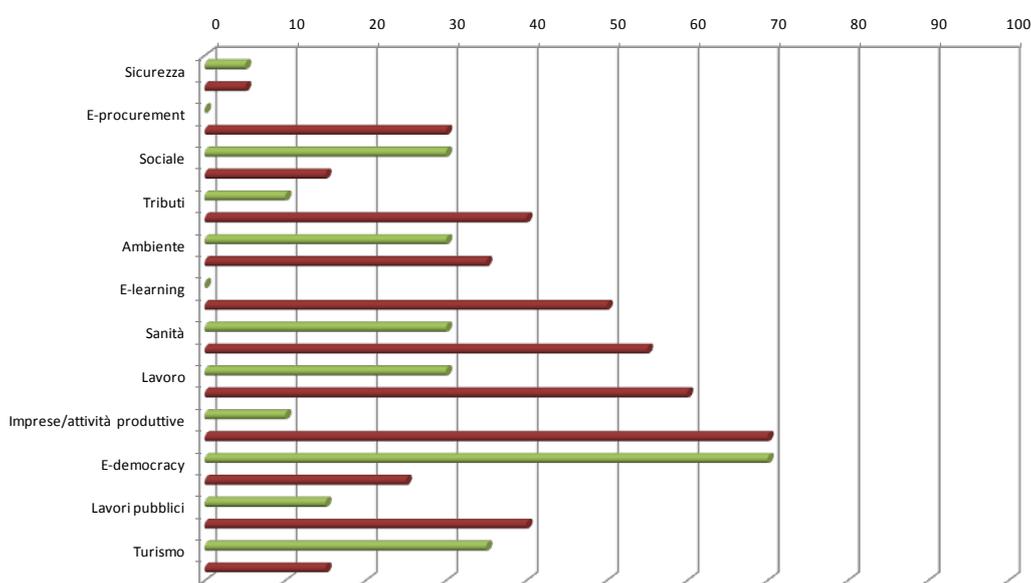


Tabella 3.2: Distribuzione dell'online sophistication (leg.: verde - informativo bidirezionale, rosso - transazionale)

Sono queste le tre aree strategiche in cui più del 70% delle regioni italiane eroga almeno un servizio ad un grado di interazione almeno pari al terzo. E' da notare che per servizi come e-procurement o l'e-learning ha senso considerare solo il livello transazionale.

Più in basso, con una percentuale di copertura di poco inferiore al 60% troviamo i servizi sanitari, sicuramente critici dal punto di vista sociale e della semplificazione dell'iter amministrativo ma ancora non abbastanza diffusi. I

servizi principalmente informatizzati riguardano la prenotazione delle prestazioni sanitarie online e la consultazione online del fascicolo sanitario, il pagamento del ticket.

Le categorie a minore concentrazione riguardano invece i servizi dedicati al tema della sicurezza dei cittadini (10%) e all'e-procurement (25%), ancora troppo poco presenti sui portali regionali, salvo qualche caso molto raro. Alcuni esempi di successo riguardano i portali di Lombardia, Friuli V.G. e Liguria i quali offrono una piattaforma avanzata di e-procurement per la PA.

L'analisi dei contenuti delle singole aree tematiche mostra come ogni singola regione abbia interpretato la propria competenza in modo individualizzato sia nei contenuti che nel livello di sofisticazione. Per esempio le Regioni Lazio e Lombardia propongono per le attività produttive il SUAP con servizi di tipo transazionale. Diversamente i portali della regione Puglia e Abruzzo riportano osservatori regionali sul commercio e riferimenti a portali tematici da cui si può scaricare modulistica o servizi puramente informativi. In queste regioni invece i servizi transazionali sono concentrati su altri temi come ; l'e-procurement, i lavori pubblici per la Puglia o l'ambiente per l'Abruzzo.

Utilizzando la Tabella 2.6 per l'analisi del livello di sofisticazione dei servizi (Figura 3.6) si evidenzia che nessuna delle regioni eroga servizi di tipo personalizzato e adattivo (fascia del grafico compresa tra 900 e 1000)

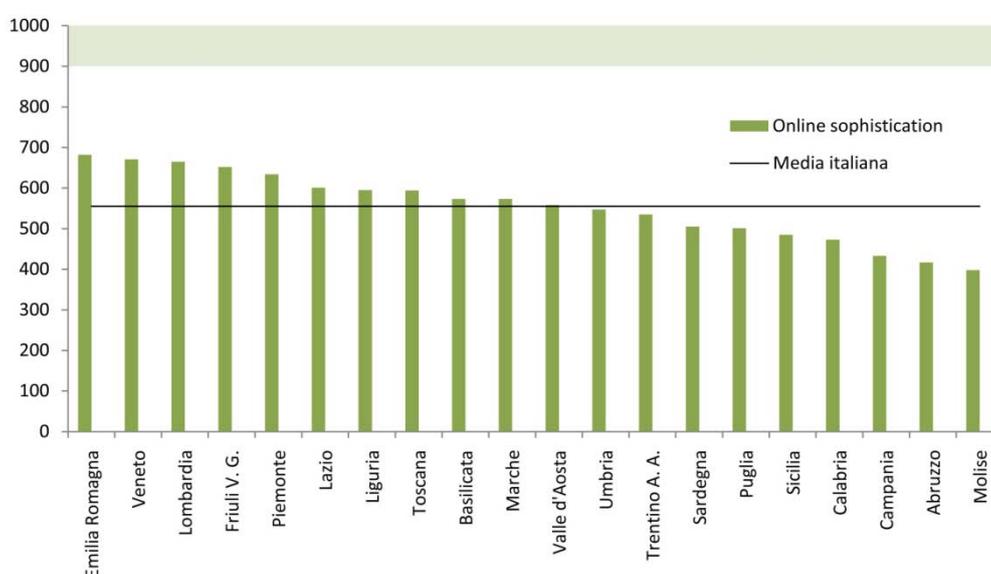


Figura 3.2: Sofisticazione online dei portali regionali

La prima posizione nel *ranking* è occupata dalla regione Emilia Romagna (682), che dimostra un ottimo livello di sofisticazione, al quale seguono Veneto (671), Lombardia (665), Friuli Venezia Giulia (652) e Piemonte (634). Le prime cinque regioni hanno uno scostamento di soli 48 punti e dimostrano un'elevata attenzione all'erogazione di servizi di tipo transazionale come pagamenti online e richiesta e rilascio online di certificazione, anche se distribuiti su differenti aree tematiche.

Esiste ancora un notevole divario nei livelli di sofisticazione dei servizi erogati (con uno scostamento di circa 300 punti).

Il nord-est è la macroarea che raggiunge i migliori risultati in termini di sofisticazione dei servizi, con tre regioni tra le prime cinque nel ranking nazionale.

In coda, nelle ultime cinque posizioni, troviamo invece solo regioni del Mezzogiorno, quali Sicilia (485), Calabria (473), Campania (433), Abruzzo (417) e Molise (398), i cui portali presentano pochi servizi oltre il terzo grado di interazione, nonostante alcune, come Molise e Abruzzo, presentino una interfaccia grafica gradevole e di impatto. Degno di nota il risultato della Basilicata (573) che si posiziona al primo posto tra le regioni del Mezzogiorno e al nono posto a livello nazionale, tra Toscana (594) e Marche (573), dimostrando molta attenzione nella digitalizzazione del servizio pubblico.

Tra i servizi informativi è presente omogeneità nei risultati: in linea generale l'unica area tematica poco ricca è quella sui "Lavori pubblici", fatta eccezione per Friuli Venezia Giulia e Umbria dove è possibile prendere visione dei progetti realizzati con i relativi dettagli tecnici e finanziari, avere informazioni sullo stato dei progetti in corso e informazioni sui progetti da realizzare.

Rispetto ai requisiti minimi dettati della normativa la Figura 3.3 mostra il posizionamento di ciascuna regione dimostrando in linea generale un'evidente carenza.

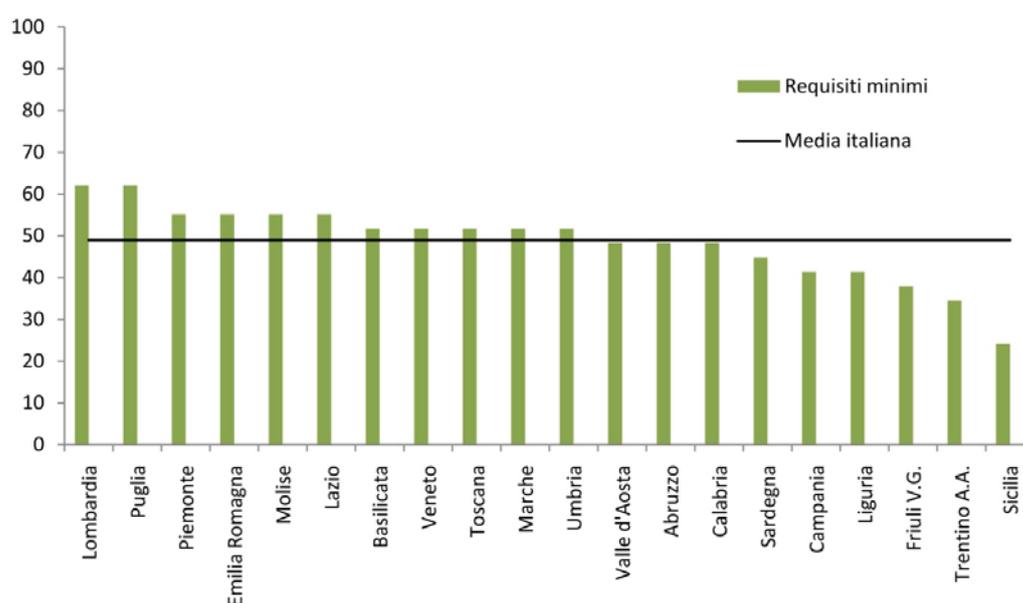


Figura 3.3: Rispondenza delle Regioni ai requisiti minimi individuati dalla Direttiva

I requisiti soddisfatti dalla maggior parte dei portali riguardano la trasparenza amministrativa (Figura 3.4): l'elenco dei bandi e dei concorsi, l'elenco delle caselle di posta elettronica e di posta elettronica certificata, l'organigramma regionale, l'elenco dei servizi forniti in rete, le informazioni dell'Urp, le retribuzioni e i tassi di assenza del personale. Ci sono poi requisiti minimi soddisfatti solo su pochissimi portali, come ad esempio:

- la Pubblicità legale e' presente solo sui portali di Puglia, Veneto, Calabria, Liguria, Toscana, Valle d'Aosta e Veneto,
- il Piano e la relazione sulle performance e' disponibile sui portali di Emilia-Romagna, Molise e Umbria,

- l'ammontare dei premi collegati alla performance stanziati e l'ammontare dei premi effettivamente distribuiti sono visualizzabili solo sui portali di Lazio e Puglia,
- l'elenco delle tipologie di procedimento svolte da ciascun ufficio di livello dirigenziale non generale con le scadenze per la conclusione e il nome del responsabile e l'unità organizzativa responsabile sono individuabili solo sul portale della regione Puglia
- i nominativi e i curricula dei componenti degli Organi indipendenti di valutazione sono presenti sul portale della Valle d'Aosta
- le pubblicazioni, i messaggi di informazione e di comunicazione sono disponibili solo sul portale della Toscana.

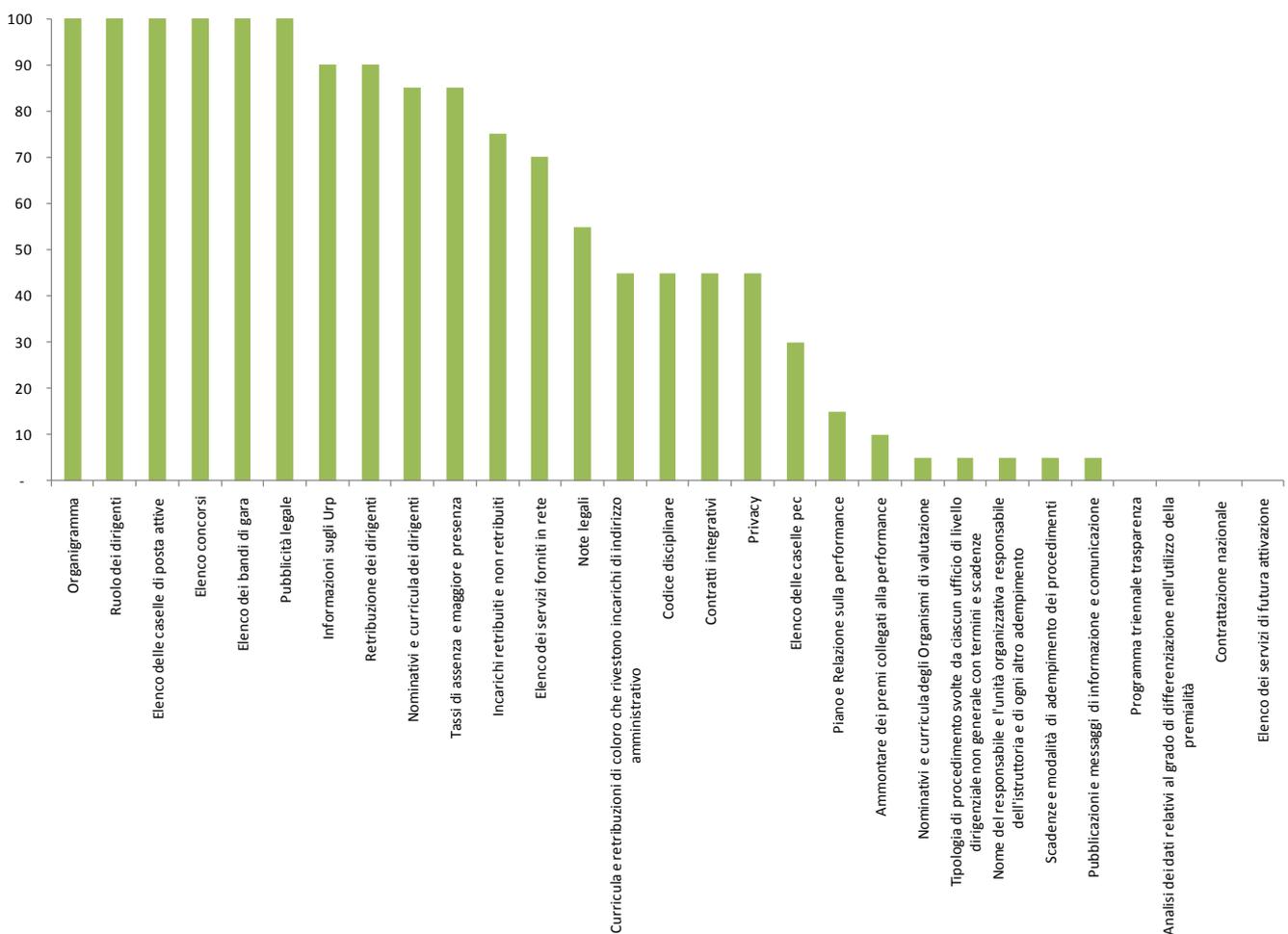


Figura 3.4: Copertura dei requisiti minimi della Direttiva

Da evidenziare, infine, l'assenza totale di alcuni dei contenuti individuati dalla direttiva, come ad esempio l'elenco dei servizi di futura attivazione e il programma triennale per la trasparenza e l'integrità.

Dal punto di vista dell'utenza target percepita, si nota che la maggior parte dei contenuti sono rivolti al cittadino generico, senza riuscire a evidenziare distinzioni per esempio tra turisti, giovani in cerca di lavoro, etc.

Sebbene solo pochi servizi siano orientati alle imprese, essi sono a elevato livello di sofisticazione, come evidenziato in Figura 3.5. Cio' e' particolarmente interessante nell'ottica della semplificazione delle procedure amministrative e dell'efficienza dell'apparato burocratico nazionale.

La distinzione per tipologia di target percepito evidenzia alcuni aspetti interessanti dal punto di vista dell'analisi dei contenuti. È possibile osservare infatti come alcune tipologie di contenuti abbiano un target di utenza implicito e siano presenti su tutti i portali : per esempio sanità, assistenza sociale, turismo e cultura sono tematiche dedicate esclusivamente ai cittadini, mentre le aree delle attività produttive e dei lavori pubblici sono indirizzate ai rapporti con le imprese.

Esistono poi alcune categorie che potrebbero essere ricondotte siano ad un'utenza privata che di business, in particolare in riferimento all'ambiente, alla sicurezza, ai tributi, all'urbanistica e al lavoro.

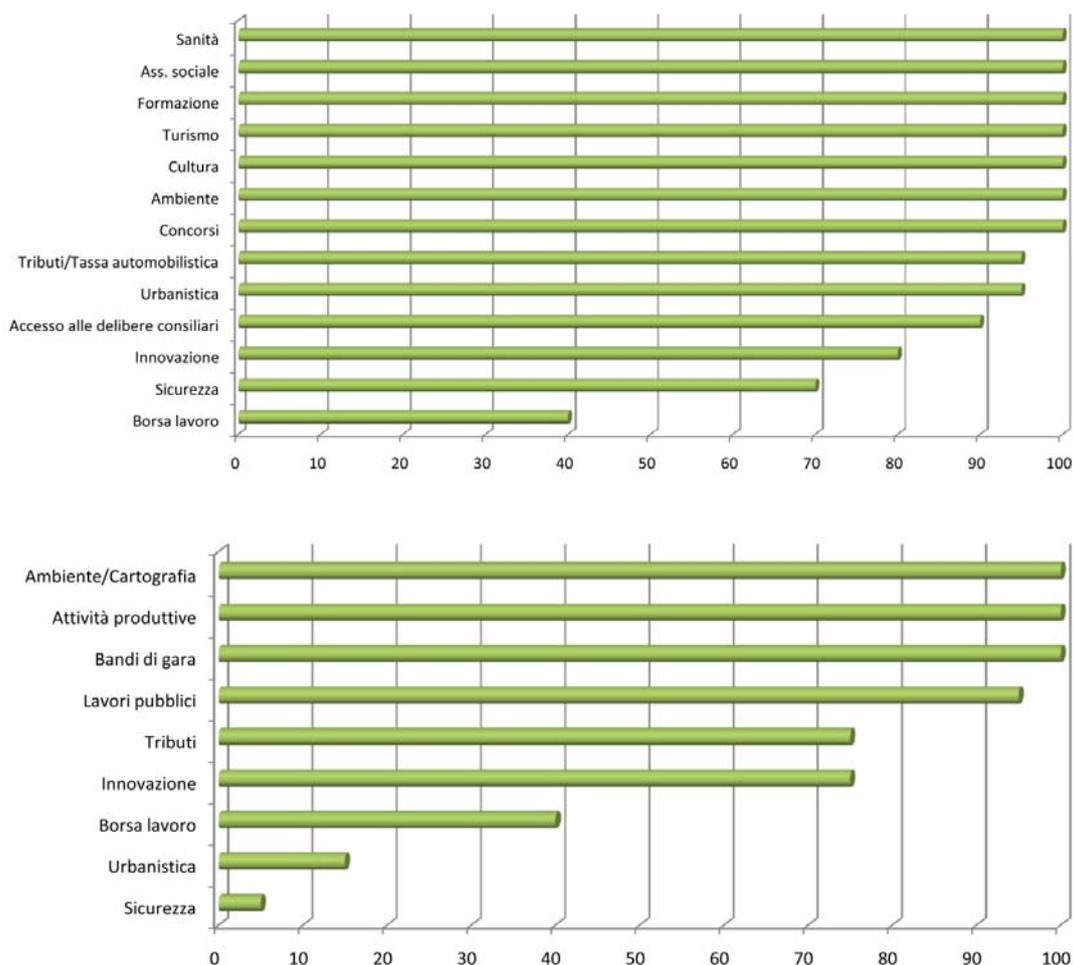


Figura 3.5: Analisi dei contenuti per tipologia di utenza target percepita

In sintesi, l'analisi comparativa evidenzia la necessita' di concentrare gli sforzi delle amministrazioni regionali per un miglioramento generale dei servizi erogati e del livello di sofisticazione. È evidente che le regioni al di sotto della media nazionale abbiano necessita' di definire strategie più mirate in proposito, che possano poi essere realizzate anche con risorse contenute, grazie a strumenti disponibili come il riuso e l'open source.

3.2 Strumenti di interazione

La collaborazione e l'interazione presente sui portali regionali è analizzata nella Tabella 3.2 e nella Figura 3.6. Nello specifico la Tabella 3.2 considera la presenza nelle regioni di strumenti del web 2.0 e di contenuti multimediali.

Strumenti	Regioni																				
	Abruzzo	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia-Romagna	Friuli V. G.	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino A. A.	Umbria	Valle d'Aosta	Veneto	
Newsgroup bidirezionale					x																
Cartoline online		x																		x	
Chat		x								x											
Blog		x		x	x		x					x		x		x	x				
Youtube					x	x	x					x	x		x	x				x	x
Sondaggi online		x			x	x		x	x	x					x					x	x
Social network					x	x	x	x	x			x	x			x	x				x
Webradio		x		x	x		x		x	x		x		x					x	x	x
WebTV		x				x	x		x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
Videoconsiglio	x	x				x	x		x	x		x	x	x	x	x			x	x	x
Forum		x	x		x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x				x	x
Form di contatto	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x
Newsletter	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Tabella 3.3: Distribuzione dei principali strumenti di interazione utilizzati sui portali regionali

La Figura 3.6 riporta una sintesi degli strumenti a cui le regioni fanno maggior ricorso:

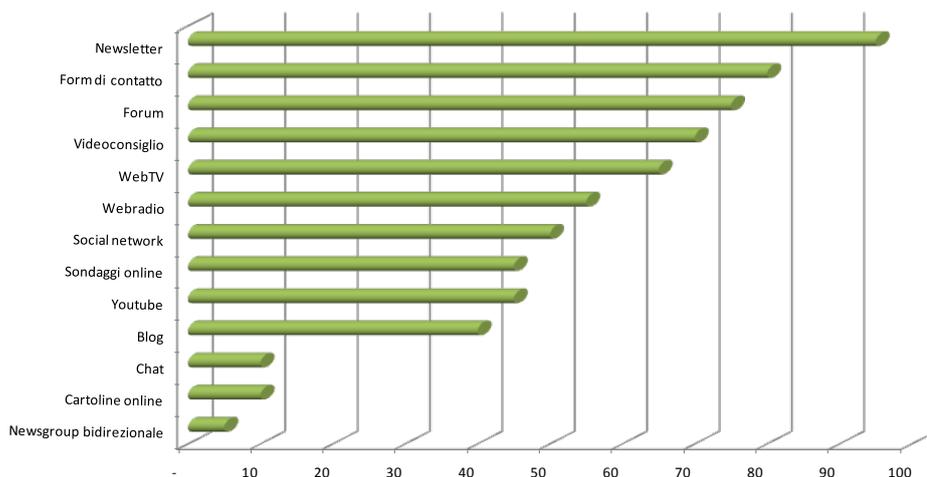


Figura 3.6: Livello di utilizzo degli strumenti di interazione

- Newsletter (95%), anche su più aree oggetto di interesse per cittadini e imprese.

- *Form* di contatto (80%), i quali consentono l'invio di richieste e comunicazioni direttamente dal sito web.
- Forum di discussione (75%), utili per confrontarsi ed esprimere la propria opinione. I più diffusi riguardano: opere pubbliche, attività di governo, varie tematiche in materia di assistenza sociale e servizi sanitari.

Un segnale positivo sulla sensibilizzazione o attenzione delle regioni verso le multimedialità è legato alla diffusione della diretta video delle sedute del consiglio regionale (70%), uno strumento importante ai fini della migliore e più attiva partecipazione dei cittadini alla vita politica.

L'utilizzo degli strumenti del Web 2.0 risulta essere ancora scarso. Si registra, infatti, un livello di diffusione di strumenti come social network, canali YouTube, sondaggi online e blog, al di sotto del 50%; ciò a dispetto del maggiore livello di interazione con gli utenti garantito da questi strumenti.

Rara la presenza di newsgroup bidirezionali (5%), i quali consentono agli stessi utenti di diventare divulgatori di notizie in prima persona e di strumenti per la valutazione dei servizi da parte degli utenti, come emoticon o feedback. Tali strumenti, attualmente molto costosi nella gestione operativa perché richiedono la moderazione e il filtraggio effettuato da risorse umane, si diffonderanno quando le tecnologie del Web semantico saranno più mature. L'unico esempio è stato registrato sul portale della Regione Emilia Romagna, che dimostra un elevato interesse per la partecipazione attiva dei cittadini.

3.3 Amministrazione 2.0

L'eParticipation è intesa come partecipazione attiva dei cittadini alla attività della Pubblica Amministrazione attraverso le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). Essa si configura come uno degli elementi qualificanti delle politiche nazionali di eGovernment, in un'ottica di apertura, trasparenza e valutazione dall'esterno dell'azione di governo. Con il termine Amministrazione 2.0 si vuole sintetizzare la predisposizione delle Amministrazione alle nuove forme di presenza attiva dei cittadini tramite strumenti 2.0, come mappe, video, podcasting, la presenza nei social network. Lo scopo è quello di promuovere il dialogo tra cittadini e istituzioni già a partire dalla fase di avvio della progettazione, attivando programmi di discussione e confronto online (forum pubblici, indagini e consultazioni online, chat tematiche, ecc.) [13].

Il confronto comparativo riportato in Figura 3.7 riguarda la verifica della presenza degli strumenti del web 2.0 al fine di migliorare la partecipazione dei cittadini e l'utilizzo di tali strumenti da parte delle amministrazioni regionali. Il grafico delinea una scarsa presenza del Web 2.0. In linea generale è il collegamento verso i social network (Facebook, Twitter, ecc.) ad essere più diffuso, come anche la rilevazione del gradimento, sebbene in nessun caso è realizzato con le emoticon (come suggerito dalla Direttiva) o feedback, ma attraverso dei *form* di contatto o la posta elettronica.

A tal proposito è doveroso citare il caso *iopartecipo.net* della regione Emilia Romagna, che consente di inviare domande, partecipare a forum e sondaggi online, ed anche collaborare scrivendo in prima persona le notizie.

In generale, i migliori risultati sono attribuiti a Veneto, Emilia-Romagna, Puglia, Lazio e Toscana, mentre solo poche regioni, Veneto e Piemonte possiedono un canale YouTube e sono presenti su Flickr, una risorsa online per la condivisione di foto.

Tra le regioni del Mezzogiorno il miglior risultato è attribuito alla Puglia, che si posiziona tra le prime cinque nell'utilizzo degli strumenti del web 2.0. Rimangono molto indietro Abruzzo e Calabria.

Nonostante alcuni buoni risultati, esiste un importante margine di miglioramento per tutti i portali esaminati, considerando che la media di utilizzo a livello nazionale si attesta intorno al 30% degli strumenti a disposizione.

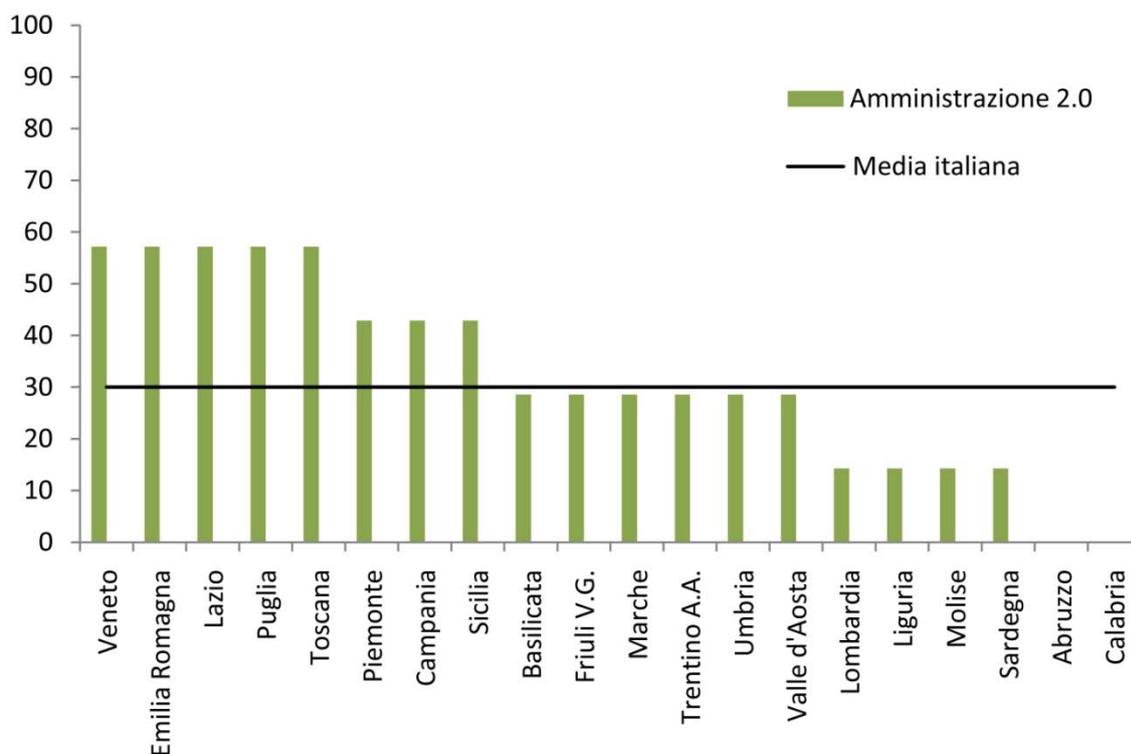


Figura 3.7: Valutazione dell'Amministrazione 2.0 sui portali regionali

3.4 Accessibilità

Un aspetto importante nella valutazione della qualità dei portali è dato dalla valutazione dell'accessibilità, che è stata effettuata utilizzando il tool Kendo di Eustema. Sebbene la piattaforma online distingue tra errori e avvertimenti, nell'analisi sono stati considerati solo i primi. Solo due regioni, Friuli V.G. e Molise, non presentano errori, e come si può vedere dal grafico in Figura 3.8, solo cinque regioni su venti registrano una valutazione superiore alla media nazionale, che comunque è molto elevata (circa 80%).

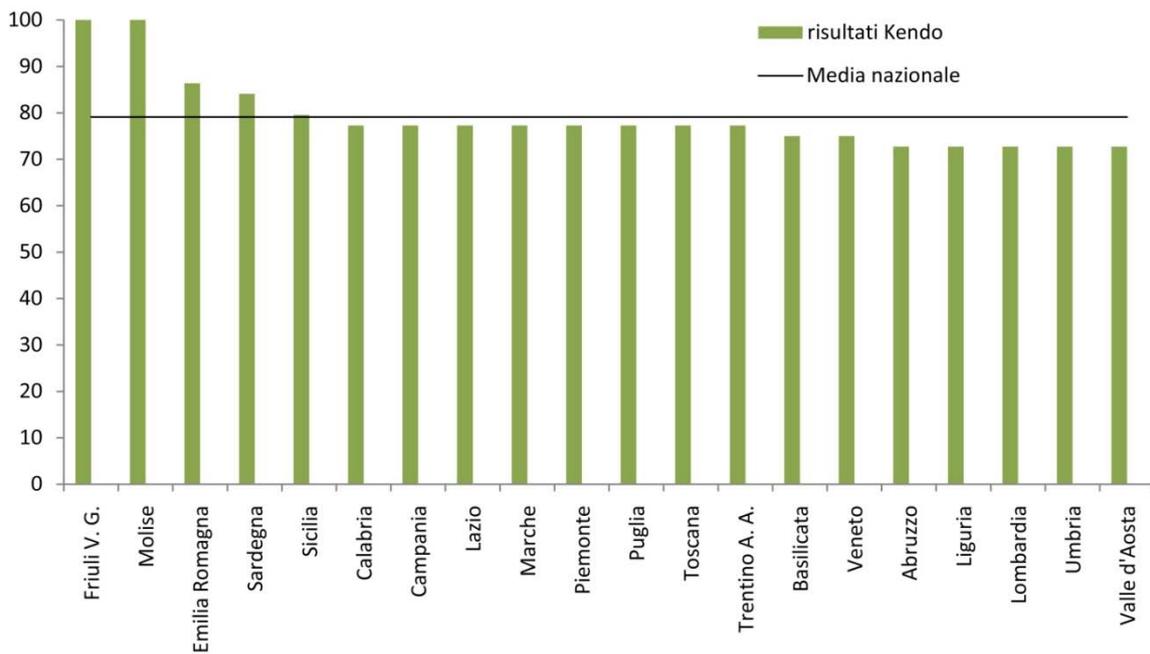


Figura 3.8: La valutazione dell'accessibilità

I principali errori riscontrati riguardano la categoria 1, 3, 19, 9, che riguardano l'utilizzo di grammatiche formali, la presenza dell'alternativa testuale per ogni oggetto multimediale presente nelle pagine, la descrizione esplicita delle destinazione dei link ipertestuali, e l'utilizzo di marcatori per la formattazione delle tabelle. La descrizione corrispondente alle etichette sono riportate nella Tabella 2.3.

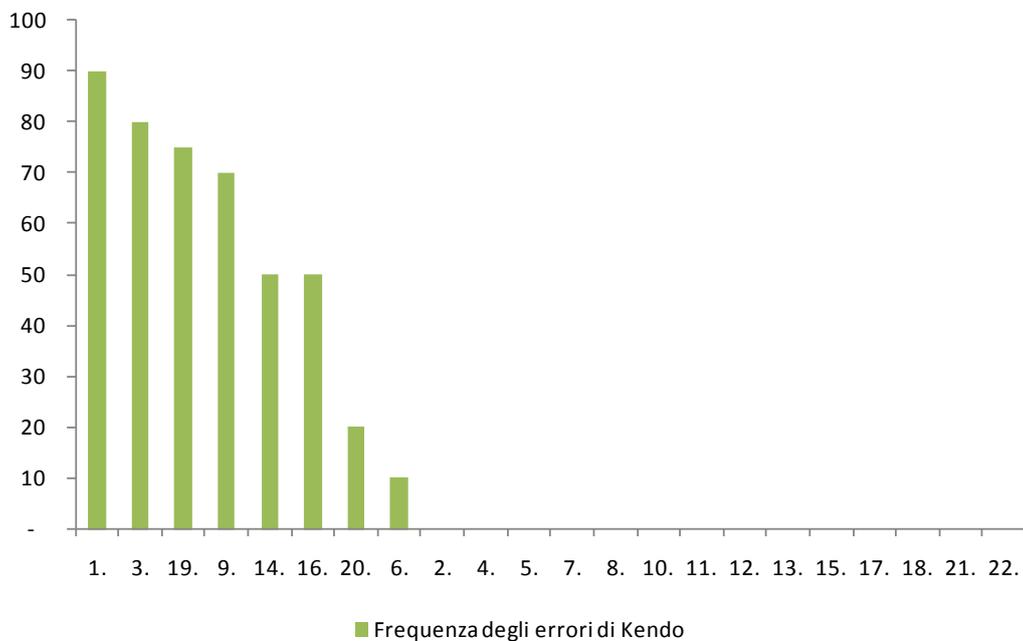
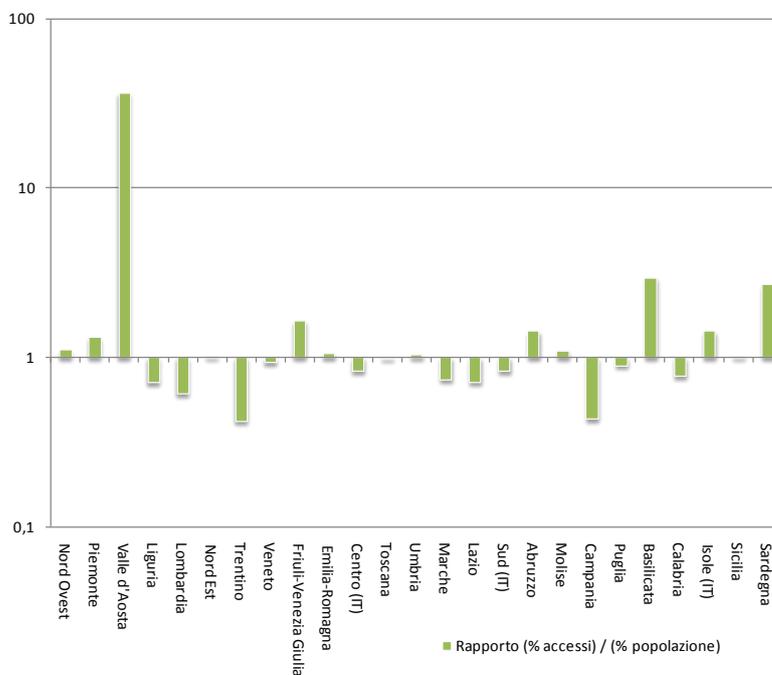


Figura 3.9: Errori di accessibilita' riscontrati con il Tool Kendo di Eustema

3.5 Visibilità

Una delle priorità emerse nelle Linee guida per i siti web della PA è l'attività di monitoraggio del traffico sul portale. Le indicazioni sugli accessi ai portali regionali sono state elaborate da dati forniti da Alexa, con osservazioni effettuate nel periodo compreso tra gennaio e maggio 2010.



Una prima analisi riguarda (Figura 3.10) il tasso di accessi in funzione della percentuale della popolazione regionale, posti pari a 100 il totale del traffico sui portali regionali e il totale della popolazione italiana. In tal modo in

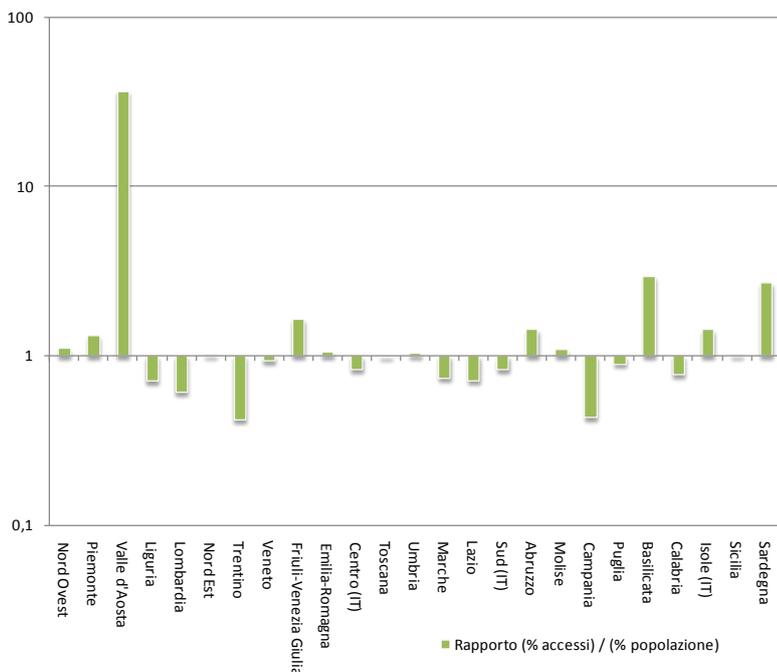


Figura 3.10 si riporta il rapporto tra la percentuale del traffico relativa a una specifica regione e la percentuale della popolazione che risiede in quelle regione.

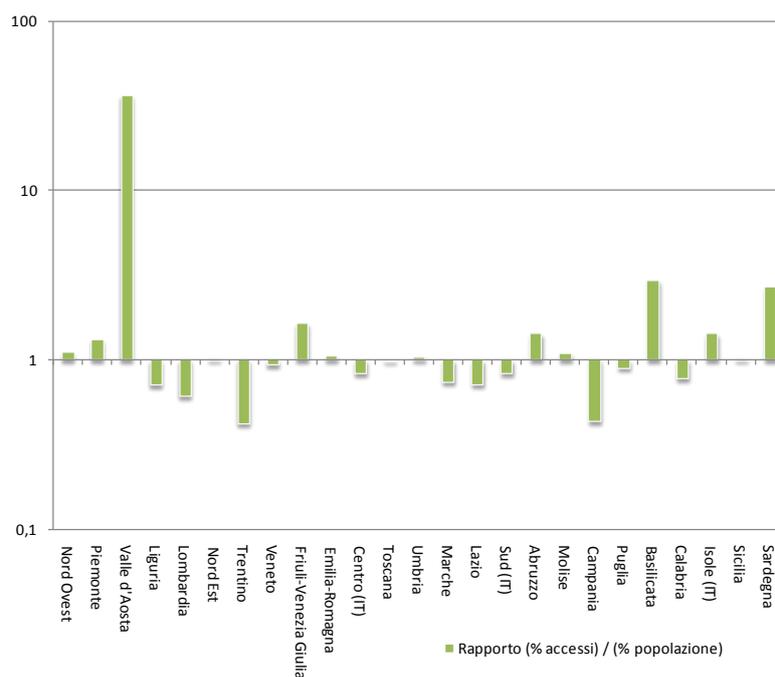


Figura 3.10: Rapporto tra accessi al portale e popolazione regionale

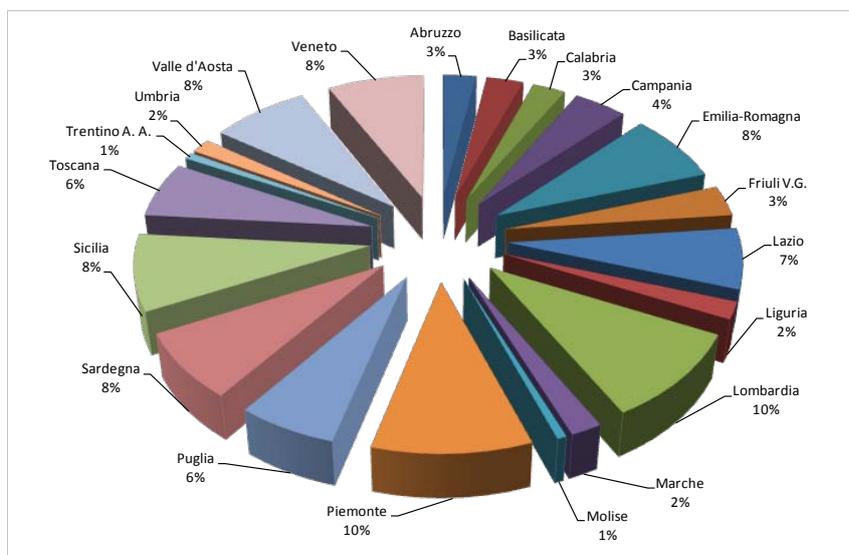


Figura 3.11: Distribuzione italiana degli accessi ai portali regionali

I risultati sono riportati in scala logaritmica e suddivisi per regione. Le regioni che hanno un valore del rapporto (% accessi) / (% popolazione) maggiore di 1 sono caratterizzate da un elevato utilizzo del portale per unità percentuale di popolazione; nelle regioni con un valore del rapporto prossimo ad 1, le percentuali di traffico per unità percentuali di popolazione sono prossime alla media nazionale. Le regioni con valori inferiori ad 1 denotano un traffico per unità percentuale di popolazione più basso rispetto alla media nazionale. Di particolare interesse il dato della Valle d'Aosta che presenta un rapporto quasi 36 volte superiore alla media nazionale. Considerato il basso numero di residenti (pari a circa lo 0,21% del totale nazionale), una possibile chiave di lettura risiede nel

numero relativamente elevato di accessi alla intranet ed a servizi specifici (es. *borsedistudio.regione.vda.it*) da rete pubblica.

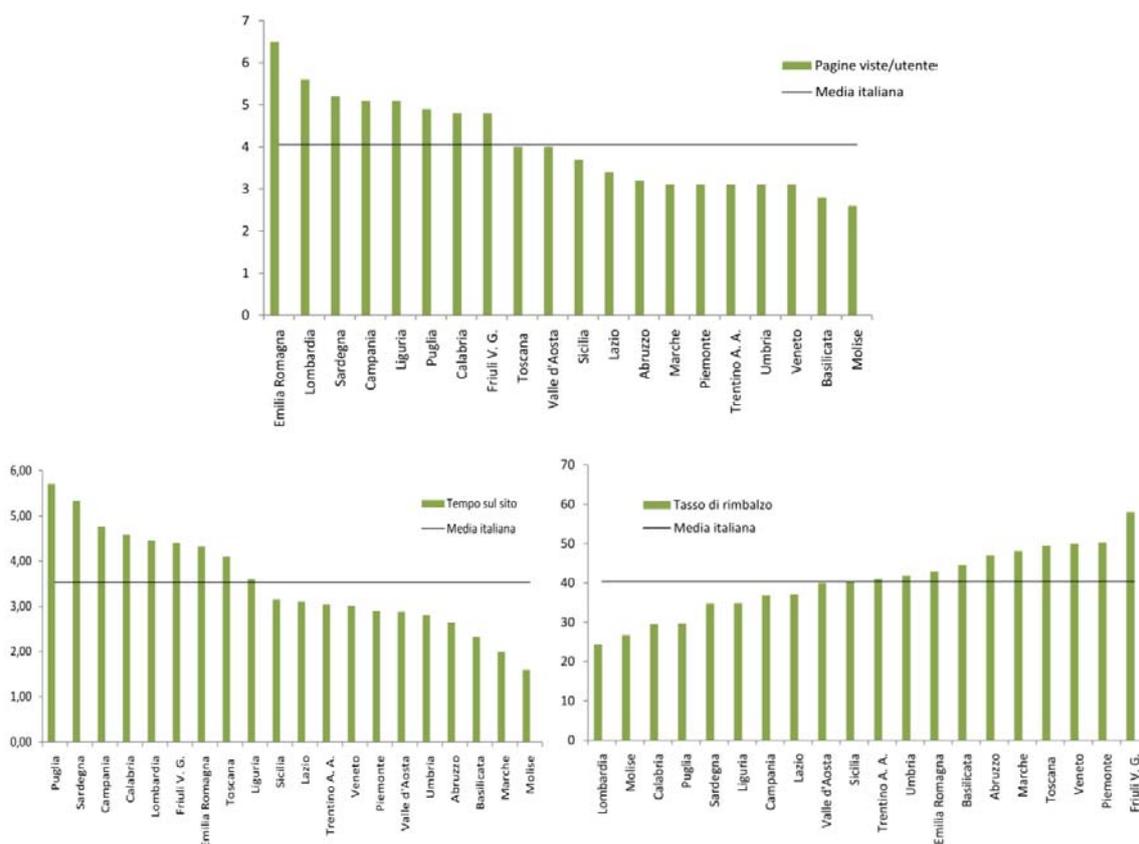


Figura 3.12: Pagine visualizzate per utente, tempo medio speso sul sito, bounce rate

Dopo la Valle d'Aosta, le regioni con il rapporto accessi/popolazione più elevato sono Basilicata e Sardegna, rispettivamente pari a 2,94 e 2,68. Questo indice forse è dovuto al fatto che queste regioni sono geomorfologicamente svantaggiate, per cui gli strumenti tecnologici sono un efficace mezzo per superare le barriere geografiche. La distribuzione degli accessi regionali invece in relazione agli accessi italiani (Figura 3.11) vede che i portali più acceduti sono quelli del Piemonte, della Lombardia, seguite da Sardegna, Sicilia, Valle d'Aosta, Veneto, Emilia Romagna.

Sono stati analizzati poi gli indicatori relativi alle pagine visualizzate per utente, il tempo medio di permanenza sul sito (in minuti), e il bounce rate, ovvero la misura percentuale di utenti/visitatori che abbandonano il sito web dopo pochissimo tempo (30-60 secondi) (Figura 3.12).

Il grafico sulle pagine viste evidenzia come più della metà delle regioni sia al di sotto della media italiana, pari a 4 pagine per utente. Al primo posto si classifica la regione Emilia Romagna (6,5), seguita dalla Lombardia (5,6) e da alcune regioni meridionali. Appare insolito il dato riferito al Piemonte (3,10), che risulta essere tra i più bassi nonostante la gradevolezza dell'interfaccia e il buon livello di contenuti. Le regioni con le pagine più visitate sono le stesse su cui i visitatori possono più tempo e con il tasso di abbandono più basso. Le motivazioni di tali accessi prolungati sono da ricercarsi sicuramente nell'attrattiva dei contenuti (i.e. pagine dei POR e dei progetti

finanziati dall'UE, soprattutto nelle regioni obiettivo 1), nella tipologia dei servizi erogati (i.e. accesso alle intranet delle regioni o possibilità di fruire di servizi online).

Di seguito, nella Tabella 3.4, è riportata una sintesi degli indicatori sugli accessi, accompagnata da un emoticon per una lettura più immediata (😊 per i valori sopra la media, 😊 per i valori vicini alla media, 😞 per i valori sotto la media).

	Pagine viste/utente	Tasso di rimbalzo (bounce rate)	Tempo medio sul sito
Abruzzo	😞 3,2	😞 47,0	😞 2,64
Basilicata	😞 2,8	😞 44,6	😞 2,32
Calabria	😊 4,8	😊 29,5	😊 4,58
Campania	😊 5,1	😊 36,8	😊 4,76
Emilia Romagna	😊 6,5	😊 42,9	😊 4,32
Friuli V. G.	😊 4,8	😞 57,9	😊 4,40
Lazio	😞 3,4	😊 37,1	😊 3,10
Liguria	😊 5,1	😊 34,8	😊 3,60
Lombardia	😊 5,6	😊 24,3	😊 4,45
Marche	😞 3,1	😞 48,1	😞 2,00
Molise	😞 2,6	😊 26,7	😞 1,60
Piemonte	😞 3,1	😞 50,2	😞 2,90
Puglia	😊 4,9	😊 29,7	😊 5,70
Sardegna	😊 5,2	😊 34,7	😊 5,34
Sicilia	😊 3,7	😊 40,3	😊 3,15
Toscana	😊 4,0	😞 49,5	😊 4,10
Trentino A. A.	😞 3,1	😊 41,0	😊 3,04
Umbria	😞 3,1	😊 41,8	😞 2,80
Valle d'Aosta	😊 4,0	😊 40,0	😞 2,88
Veneto	😞 3,1	😞 49,9	😊 3,01
Valore medio	4,06	40,34	3,53

Tabella 3.4: Indicatori sugli accessi (fonte: rilevazioni da Alexa.com nel mese di marzo 2010)

Le regioni che mostrano i migliori risultati, in termini di statistiche sugli accessi, sono Calabria, Lombardia, Puglia e Sardegna, mentre i peggiori risultati sono da attribuire ad Abruzzo, Basilicata, Marche e, come detto anche in precedenza, Piemonte.

Il grafico nella Figura 3.13 mostra invece la percentuale di accessi dall'estero sul totale delle visite: utilizzando l'indicatore "Visitors by country" è possibile ottenere la percentuale di traffico nazionale e quella di accessi provenienti dall'estero. Sullo stesso grafico è riportato anche il numero di paesi esteri in cui l'amministrazione

regionale ha una sede di rappresentanza. La considerazione di questo secondo dato è da attribuire ad una possibile influenza che questa variabile può avere nel favorire l'afflusso di visite dall'estero.

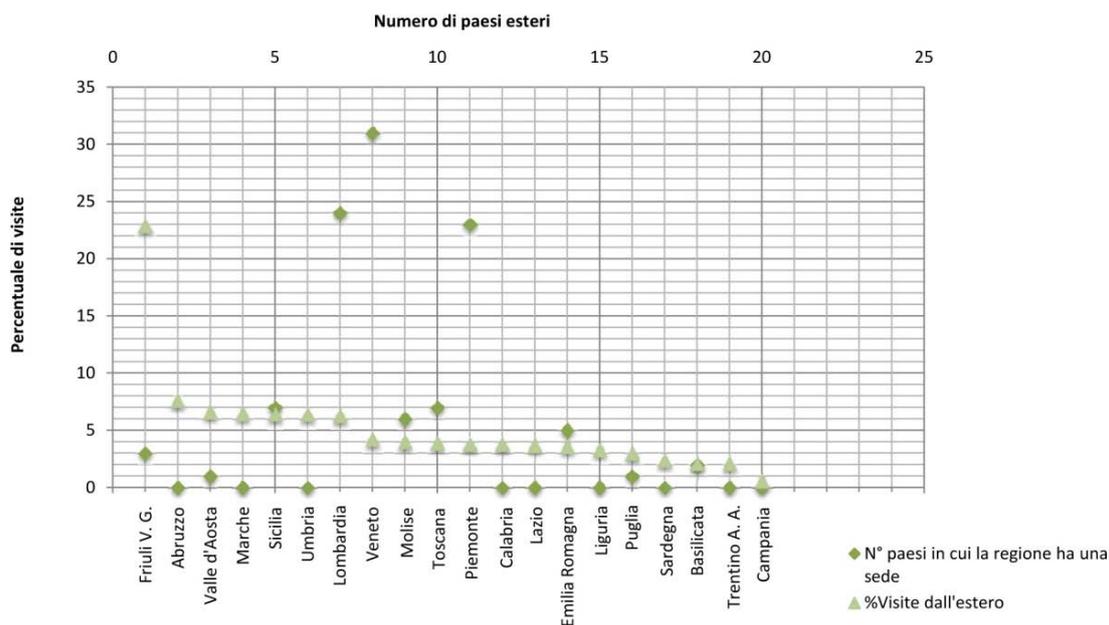


Figura 3.13: Accessi dall'estero

Il primo dato da mettere in evidenza riguarda il 23% di visite dall'estero del Friuli Venezia Giulia, di gran lunga superiore a tutte le altre regioni. Il dato del Friuli sembra mantenere anche una certa costanza nel tempo a differenza delle altre regioni, rimanendo intorno allo stesso valore anche nei mesi successivi.

In linea generale, osservando anche i dati riferiti ad un periodo successivo a quello di rilevazione, la percentuale di traffico dall'estero sembra attestarsi in media intorno al 4-5% del totale.

Tra le motivazioni che spingono una regione ad avere una o più sedi istituzionali all'estero può essere sicuramente incluso un vantaggio per l'immagine e per l'economia della Regione, tuttavia questo non sembra tradursi in termini di traffico sul portale istituzionale. Osservando, infatti, le tre regioni con la maggiore presenza all'estero (Veneto, Lombardia e Piemonte), queste si posizionano rispettivamente all'8°, 7° e 11° posto per traffico proveniente dall'estero.