



REPORT ACCESSI AI CANALI WEB DEL COMUNE DI LODI

Settembre – Dicembre 2017

SITO INTERNET

www.comune.lodi.it

Mese	Pagine ME	Visite ME	IP univoci	Visite Mobile	% Mobile	Visite/g	Utenti/g
Settembre	153.396	46.353	32.174	20.019	43	1.545	1.072
Ottobre	181.370	49.427	38.135	28.679	58	1.594	1.230
Novembre	155.116	44.242	30.491	20.650	47	1.475	1.016
Dicembre	158.380	49.786	30.430	20.650	41	1.606	982
Medie	162.066	47.452	32.808	22.500	47	1.555	1.075

Lo strumento di rilevazione incorporato nel sito del Comune di restituisce il report delle **Visite** al sito e alle singole **Pagine** suddiviso in “motori di ricerca esclusi” - *ME* (cioè le connessioni eseguite digitando direttamente l’url www.comune.lodi.it o richiamandolo dalla lista dei preferiti) e “motori di ricerca inclusi” (tutte le connessioni alle pagine del sito eseguite anche attraverso ricerche sui motori di ricerca e tramite link secondari da altri siti, incorporando quindi anche le visite *ME* e i cosiddetti “spider”, software che analizzano i contenuti di una rete o di un database in un modo metodico e automatizzato, in genere per conto di un motore di ricerca, e che non possono essere considerati come utenti reali): i successivi calcoli sono stati quindi eseguiti sulla base dei valori *ME*, anche se questi dati sottostimano l’effettiva portata delle visite al sito.

Per quanto riguarda il numero di connessioni per **IP univoco**, questo dato indica le connessioni avvenute dai singoli pc ai quali, in internet, è assegnato un IP univoco: la voce “IP univoci” si configura come una stima degli utenti che si sono connessi al sito del Comune mensilmente: la stima è ovviamente approssimativa in quanto esistono casi in cui ad un unico IP corrisponde una rete locale, quindi più pc connessi ad internet, come ad esempio solitamente avviene negli uffici e nello stesso Comune di Lodi.

Dal report dei sistemi di navigazione utilizzati è possibile inoltre estrapolare il numero di connessioni effettuate da sistemi **mobile**, cioè da smartphone e tablet, dato molto utile al fine di capire il tasso di utilizzo di questi dispositivi.

Sulla base dei **dati grezzi** restituiti dallo strumento di rilevazione del sito sono state **calcolate**:

- **% Mobile**, cioè la percentuale di visite effettuate da smartphone e tablet ($Visite\ Mobile * 100 / Visite\ ME$)
- **Visite/g**, cioè la media di visite giornaliera ($Visite\ ME / gg\ del\ mese$)
- **Utenti/g**, cioè la media di utenti giornaliera ($IP\ univoci / gg\ del\ mese$)

Visite alle pagine

Pagina	Visite	Percentuale
Settembre		
Home	46.019	30,00%
Comunicati Stampa	4.514	2,94%
Eventi	4.082	2,66%
Il Comune	3.250	2,12%
Ottobre		
Home	57.407	31,65%
Eventi	4.644	2,56%
Servizi On-line	4.323	2,38%
Il Comune	4.113	2,27%
Novembre		
Home	49.074	31,64%
Eventi	5.553	3,58%
Comunicati Stampa	5.484	3,54%
Servizi On-line	3.719	2,40%
Dicembre		
Home	46.366	29,28%
Comunicati Stampa	4.918	3,11%
Eventi	4.193	2,65%
Servizi On-line	3.924	2,48%

Analisi comportamento accessi e visite

La pagina più visitata è sempre la *Home Page*, sulla quale gli utenti possono essere informati sulle notizie e gli eventi principali ed anche raggiungere le diverse sezioni del sito.

Per quanto riguarda i mesi di novembre e dicembre la presenza della pagina *Servizi On-line* è dovuta alle scadenze tributarie del 30 novembre (3° rata TARI) e del 16 dicembre (saldo IMU).

Rispetto al quadrimestre precedente, che aveva registrato un incremento sostanziale di visite legato alle elezioni comunali e alla formazione della nuova giunta municipale) tutti i valori sono in lieve calo e si assestano intorno ai valori medi dei periodi antecedenti.

Anche le visite da dispositivi mobile sono in calo vista la fine delle vacanze estive, quando gli utenti in vacanza accedono più frequentemente da smartphone e tablet.

APP "Live in Lodi"



A fronte dei risultati non soddisfacenti e delle necessità di un investimento, attualmente non programmabile, per il rinnovamento grafico e strutturale dell'app, si è scelto di non proseguire con l'aggiornamento dei contenuti e di ritirarla dagli store. Nei prossimi report non verrà più presa in considerazione questa voce.

SOCIAL NETWORK TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE, INSTAGRAM



Twitter dall'attivazione del Febbraio 2010 alla pubblicazione del documento:

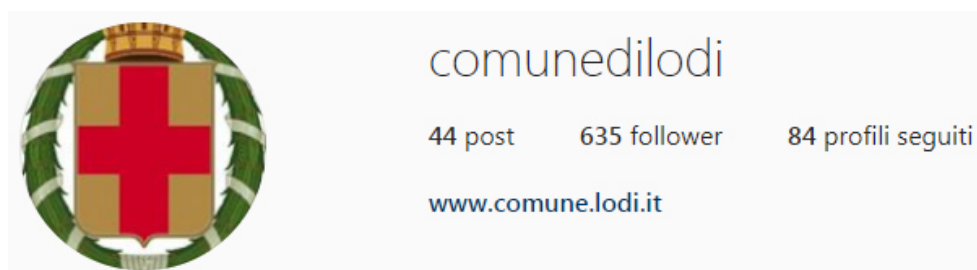


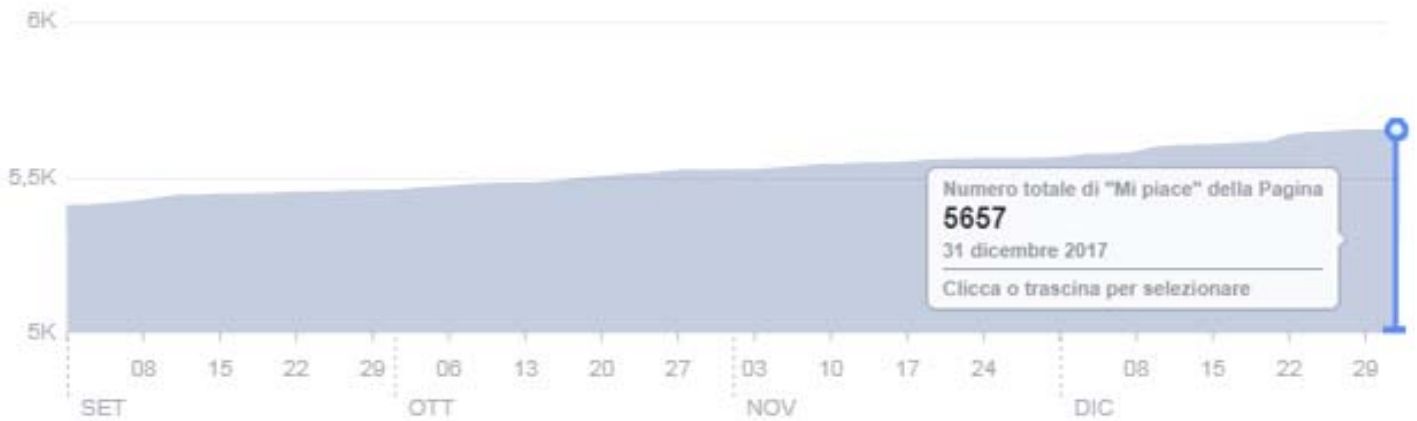
- 2647 Follower (+17 rispetto al quadrimestre Maggio - Agosto 2017)
- 3675 Tweet (+79 rispetto al quadrimestre Maggio - Agosto 2017)
- 55 Mi Piace (uguale al quadrimestre Maggio - Agosto 2017)



Instagram vede un aumento dei follower più marcato se confrontato ai report passati: +83 rispetto al quadrimestre precedente (+30 nel report maggio - agosto) a fronte di 3 nuovi post.

Il post più gradito è stato quello della presentazione della rassegna gastronomica "Le Forme del Gusto" (23 settembre 2017) che ha registrato 74 "Mi piace".





Al 31 dicembre 2017 il numero dei "fan" della pagina registra **5657 Mi piace**: +246 rispetto al 31 agosto 2016.



Nel periodo in esame la copertura media è stata di **2784 visualizzazioni per post** pubblicato.

Si notano chiaramente due picchi in corrispondenza delle giornate di venerdì 29 settembre e di martedì 3 ottobre. Se per il 3 ottobre l'alta copertura è facilmente attribuibile, grazie all'analisi dei post (come si può riscontrare nella tabella della pagina seguente), alla comunicazione inerente l'adesione da parte del Comune di Lodi alla Campagna Nazionale "Nastro Rosa" per la prevenzione del tumore al seno (20K visualizzazioni, 879 click sul post e 558 commenti/condivisioni/reazioni), risulta invece più complicato cercare di spiegare il picco del 29 settembre, quando le ottime visualizzazioni della notizia del posizionamento a Palazzo Broletto della bandiera nepalese (10K) non sono sufficienti di per sé a giustificare il picco.

Sembra più verosimile che il giorno 29 settembre, un venerdì, gli utenti di facebook si siano informati sugli orari di chiusura del Ponte sul fiume Adda "Napoleone Bonaparte", previsto il successivo lunedì 2 ottobre in occasione dell'intervento di rimozione dei tronchi e dei detriti ammassati alla base dei piloni.

L'alto numero di visualizzazioni della notizia (20K) potrebbero confermare questa tesi se si considera che proprio dal 26 settembre inizia il notevole incremento della copertura.

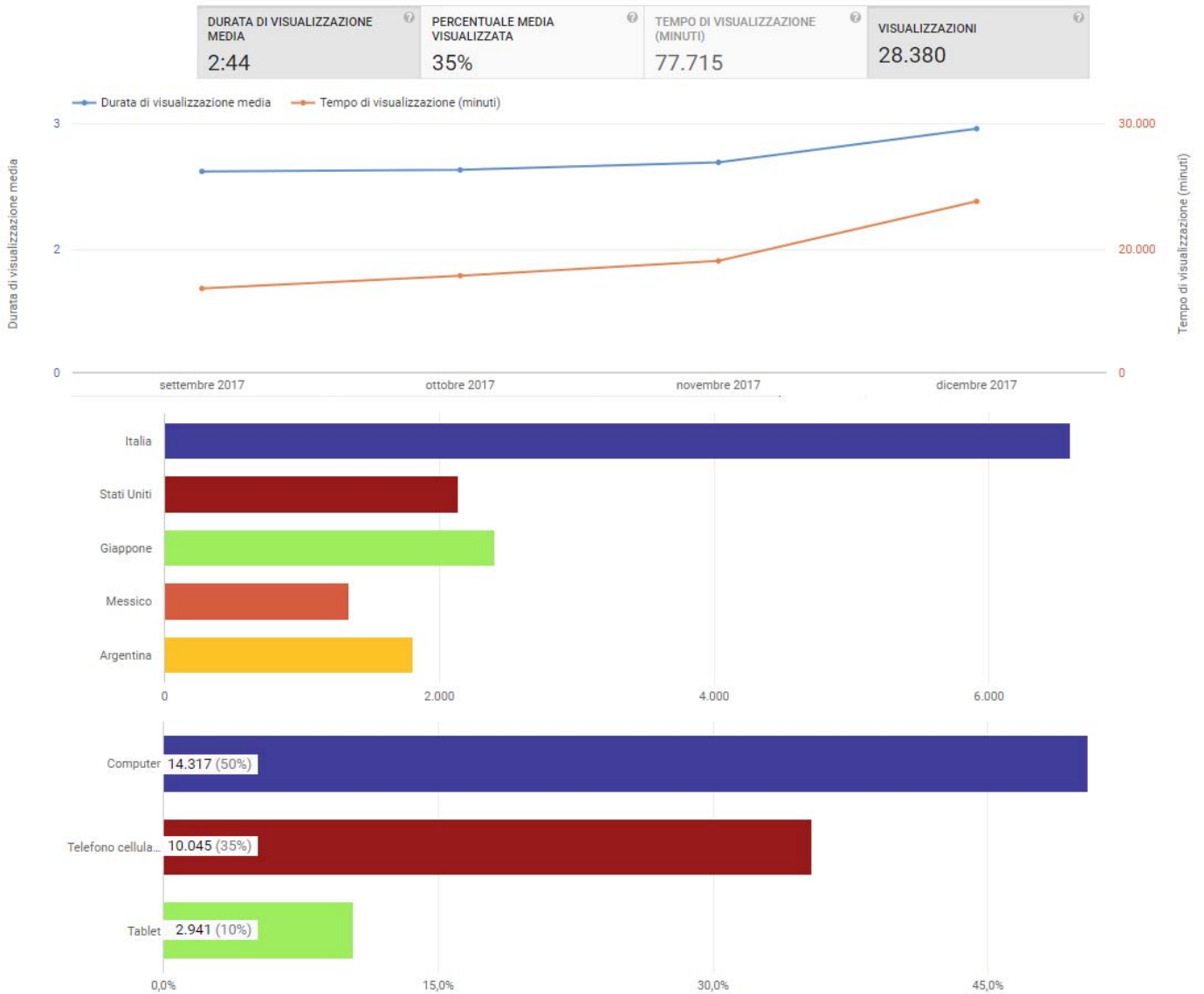
■ Copertura: organica / a pagamento
 ■ Clic sul post
 ■ Reazioni, commenti e condivisioni

01/12/2017 15:55	 #capodanno2018: dopo sei anni			6,5K		1,1K 322	 
01/12/2017 9:00	 Piscina scoperta 'Ferrabini',			6,5K		1,4K 242	 
27/10/2017 14:43	 Presentata la nuova carta di			7,1K		491 133	 
20/10/2017 20:30	 Inquinamento atmosferico,			11,3K		470 66	 
18/10/2017 10:43	 Giovedì 19 ottobre 2017, alle ore			6,8K		44 46	
16/10/2017 17:06	 Pre e post scuola, la Giunta vara			6K		51 20	
10/10/2017 12:06	 Si informano le famiglie dei			13,9K		159 30	 
03/10/2017 14:24	 In occasione della Campagna Nastro			20K		879 558	 
30/09/2017 15:02	 31° Palio di Lodi			6,9K		53 34	
29/09/2017 9:59	 Torna a sventolare in Broletto la			10,1K		159 80	 
28/09/2017 20:30	 Referendum per l'autonomia della			9,3K		96 40	 
27/09/2017 12:44	 Con l'appuntamento di			8,6K		87 42	 
26/09/2017 17:34	 Programmato lunedì 2 ottobre			20,3K		51 34	

Per quanto riguarda la voce *Reazioni, commenti e condivisioni*, notiamo risultati di molto sopra la media, oltre alla già citata "Campagna Nastro Rosa", sui post della presentazione del progetto di riqualificazione della piscina scoperta "A. Concardi" e sul post dell'annuncio del ritorno in Piazza della Vittoria dopo 6 anni del concerto di Capodanno. Entrambi i dati non stupiscono in quanto argomenti molto sentiti dalla cittadinanza.



Il canale del Comune di Lodi di **YouTube** ha registrato i seguenti dati di accesso:

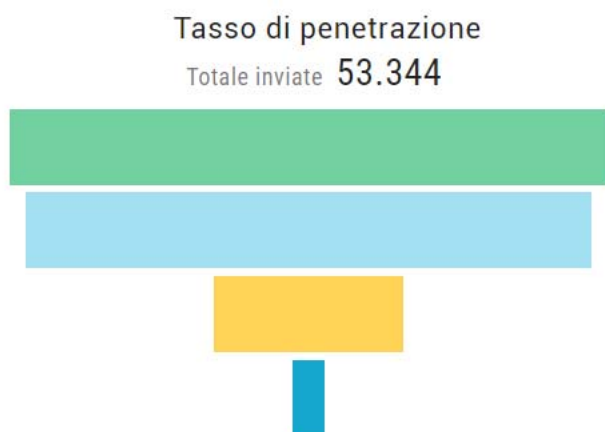


I primi 20 video più visti sono sempre quelli relativi alla Stagione Internazionale di Chitarra Classica, come testimoniato dall'importante numero di visite internazionali, che altrimenti non troverebbero spiegazione.

NEWSLETTER

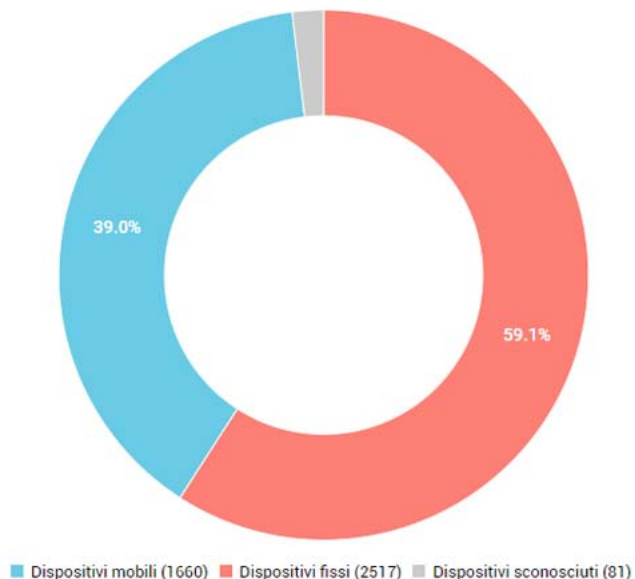


Il portale per l'invio delle newsletter del Comune di Lodi restituisce questi dati:

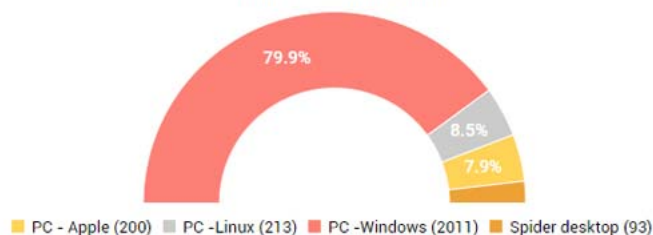


TASSO DI PENETRAZIONE	VALORI	INDICE SETTORE	INDICE GLOBALE
Totale inviate	100,00% 53.344		
Recapitate	94,77% 50.556	93,4%	91,5%
Lettori totali	31,87% 17.003	29,1%	27,4%
Clickatori unici	5,20% 2.773	↓ 6,1%	4,3%
Condivisioni	0,00% 0	↓ 0,1%	0,0%

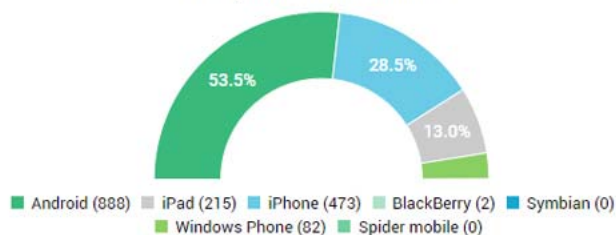
Composizione dispositivi



Composizione utenza fissa



Composizione utenza mobile



In conclusione è interessante un raffronto tra le percentuali di accesso e visualizzazione dei contenuti tramite dispositivi mobile:

- sito internet - 47%
- YouTube - 45%
- Newsletter - 39%

I dati sono consistenti se consideriamo che per la newsletter molte iscrizioni derivano da coloro che negli anni passati si sono abbonati alle stagioni di Prosa e Musica del Teatro alle Vigne: statisticamente la loro età media è piuttosto alta, il che comporta un uso minore di dispositivi mobile per la lettura delle newsletter rispetto a chi, invece, consulta il sito internet o guarda video su Youtube.