

# QUALI SONO LE REGIONI PIÙ SOCIAL D'ITALIA? TANTE SORPRESE IN CLASSIFICA

*Publicato il 11 Giugno 2025 di Lorena Pagliaro*



Il podio del 'Social Index Turismo' svelato dall'Osservatorio Digitale

**Categoria:** [POLITICA](#), [SCUOLA](#), [SINDACATO](#), [ECONOMIA](#)



Il Friuli-Venezia Giulia è la Regione più social d'Italia per quanto riguarda la promozione del turismo, seguita dalla Provincia autonoma di Trento e dall'Abruzzo. È il podio del 'Social Index Turismo' svelato dall'Osservatorio Digitale Srl, centro di ricerca sulle dinamiche digitali in ambito pubblico e territoriale, che oggi ha pubblicato i risultati della nuova analisi dedicata alla performance delle Regioni italiane sui social media dedicati alla promozione turistica.

Prendendo in considerazione i primi 5 mesi del 2025, ossia il periodo che va da gennaio a maggio, il Friuli raggiunge un punteggio di 72 nel Social Index, indice proprietario dell'Osservatorio. Gli altri due enti sul podio si attestano a 66 (Trento) e 64 (Abruzzo). A chiudere la top 5 sono la Provincia autonoma di Bolzano, con 61 punti, e la Puglia, con 60. Questi territori, spiega la ricerca, "si distinguono per una strategia digitale organica, capaci di coniugare qualità dei contenuti, dialogo con gli utenti e costanza nella narrazione dei propri paesaggi, eventi e identità locali".

## **CAMPANIA CENERENTOLA NEL RAPPORTO TRA ABITANTI E NUMERO DI FOLLOWER**

Il dato che esplicita quanti follower per singolo abitante detiene ogni territorio analizzato offre una visione più obiettiva della presenza sui social media, poiché considera il rapporto tra il numero di follower e la popolazione di ciascuna regione. Questo permette di confrontare le realtà territoriali in modo più equo e accurato, evitando distorsioni dovute alla dimensione demografica delle regioni. La Provincia di Bolzano emerge come il territorio con il dato migliore, indicando una presenza significativa e ben radicata sui social media rispetto alla sua popolazione. Questo potrebbe riflettere una maggiore propensione degli abitanti di Bolzano verso l'uso dei social media e una maggiore attenzione delle istituzioni locali alla comunicazione digitale. Al contrario, la Campania presenta il dato peggiore. Questo potrebbe essere il risultato di vari fattori, come livelli di alfabetizzazione digitale più bassi, limitate risorse dedicate alla comunicazione digitale o una diversa cultura digitale tra gli abitanti della regione.

## **LA TOP 10 DELLE REGIONI PIÙ SOCIAL: BOLZANO REGINA DI FOLLOWER**

Per quanto riguarda la presenza generale sui social tenendo conto del numero totale di follower su diverse piattaforme come Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok e Pinterest, la Provincia autonoma di Bolzano è leader con oltre 1 milione di persone (1.056.731), unica a superare questa soglia. Subito dietro l'altra Provincia autonoma del Trentino-Alto Adige, quella di Trento, con

944.826 follower. A chiudere il podio la Regione Toscana, con 909.766. Scorrendo questa speciale classifica troviamo poi al quarto posto la Regione Marche (663.826 follower), al quinto la Sicilia (641.919) e al sesto il Friuli-Venezia Giulia (559.796). Subito dietro il Veneto (535.413), la Puglia (492.884), l'Emilia-Romagna (415.364) e, al decimo posto, il Lazio (413.525). LA CLASSIFICA SOCIAL PER SOCIAL – Se si va a scomporre la classifica per i singoli social, la Provincia autonoma di Bolzano registra il maggior seguito sia su Facebook che su YouTube, mentre il Friuli-Venezia Giulia si impone su LinkedIn e TikTok. Le Marche primeggiano su X, mentre la Sicilia su Pinterest. Nel dettaglio: – Facebook: il profilo più seguito è quello della Provincia autonoma di Bolzano con 656.801 follower, mentre il miglior engagement per post è della Regione Friuli-Venezia Giulia con 1.759 interazioni medie per post. Notevole quest'ultimo caso, che unisce contenuti video dinamici, paesaggi immersivi e una narrazione partecipativa che coinvolge la comunità. – Instagram: la più seguita è la Provincia autonoma di Trento con 380.313 follower, mentre il miglior engagement per post è della Regione Liguria con 2.359 interazioni medie per post. La Liguria eccelle nell'uso del carico estetico del territorio, alternando immagini poetiche, esperienze slow e promozione di eventi culturali.

E ancora X (ex Twitter): qui il profilo più seguito è quello della Regione Marche con 98.800 follower, e il miglior engagement per post è della Regione Lazio con 91 interazioni medie per post. Nonostante una generale disaffezione verso X da parte di molte Regioni (15 su 23 risultano inattive), il Lazio dimostra come la tempestività e l'utilizzo del canale in chiave informativa possano ancora generare attenzione. – YouTube: il canale più seguito è quello della Provincia autonoma di Bolzano con 17.500 iscritti. Con un profilo curato, ricco di contenuti video promozionali e documentari sul territorio, Bolzano si conferma tra gli enti più avanzati sul piano visivo. – LinkedIn: il profilo più seguito è quello del Friuli Venezia Giulia con 13.000 follower, la sola Regione a sfruttare davvero LinkedIn come canale di brand reputation istituzionale e turismo business-oriented, intercettando investitori e stakeholder. – TikTok: anche qui primeggia il Friuli Venezia Giulia, con 149.600 follower e un caso studio di successo. Video brevi e coinvolgenti, turismo esperienziale, contenuti autentici pensati per un pubblico giovane. – Pinterest: nell'ultimo social preso in considerazione il profilo più seguito è quello della Regione Sicilia, con 5.400 follower. Un feed curato e suggestivo, incentrato su bellezze artistiche, ricette tradizionali e scorci iconici.

“Questa edizione del Social Index Turismo conferma una tendenza ormai strutturale: le Regioni italiane che ottengono risultati rilevanti nella promozione turistica digitale sono quelle che hanno compreso la funzione strategica dei social media non solo come vetrina, ma come strumento di dialogo, posizionamento e narrazione territoriale”, dice Sandro Giorgetti, presidente dell'Osservatorio Digitale. I dati relativi ai primi cinque mesi del 2025, spiega, “premiavano Regioni e Province autonome che, con visione e costanza, hanno costruito una presenza organica e riconoscibile: Friuli Venezia Giulia, Trentino, Abruzzo, Bolzano e Puglia sono esempi concreti di come la qualità dei contenuti, l'interazione con la comunità e la coerenza editoriale possano generare risultati misurabili”.

Ma l'analisi, prosegue Giorgetti, "ci restituisce anche elementi qualitativi fondamentali: l'engagement medio per post – che vede protagonisti territori come la Liguria, il Friuli e il Lazio – racconta molto più del semplice numero di follower. Ci dice quanto le persone partecipano, reagiscono, si riconoscono nel racconto identitario delle proprie Regioni. Particolarmente interessante è la differenziazione per canali: su Facebook primeggia Bolzano, su Instagram spicca Trento, su YouTube e TikTok si consolidano esperienze evolute di videostategy, mentre Friuli Venezia Giulia è oggi un benchmark nazionale su LinkedIn, per capacità di parlare a stakeholder e investitori".

Per il presidente dell'Osservatorio Digitale "è importante sottolineare che 15 Regioni risultano inattive su X (ex Twitter): un dato che segnala la necessità di una riflessione sulle logiche di presenza digitale e sulla migrazione strategica verso piattaforme più efficaci. L'abbandono di un canale, senza una chiara alternativa, rischia di compromettere la coerenza della comunicazione istituzionale. In una fase in cui la competizione tra destinazioni è globale, la forza di un'identità digitale coesa, multicanale e capace di generare valore è un elemento cruciale per il Turismo".

L'Osservatorio Digitale, conclude Giorgetti, "continuerà a offrire strumenti di misurazione oggettiva e scenari di analisi comparata, affinché il digitale non sia solo un luogo di presenza, ma uno spazio strategico per la reputazione pubblica e la crescita dei territori".

