

Non solo Draghi, altri 5 ministri senza social. Ecco i follower del nuovo Governo

La squadra di Draghi può contare attualmente su 6milioni e 700mila follower. Dei 23 neo ministri, oltre al Presidente del Consiglio, 5 i ministri senza social

di Marcello Frisone



🕒 2' di lettura

I social media “contano” poco sulla nomina dei ministri del nuovo Governo. Se l'Esecutivo Conte-bis aveva complessivamente 13milioni e 600mila seguaci, la squadra di Mario Draghi può contare attualmente su 6milioni e 600mila follower, meno della metà dunque. Dei 23 ministri, oltre a Mario Draghi, sono 5 i ministri senza social media. Che i social network abbiano acquisito anche nel marketing politico una centralità e una capacità di generare consenso, nessuno ormai lo mette in dubbio. Ma la discesa in campo di Draghi ha modificato, oltre agli equilibri politici, anche questa tendenza. Vediamo meglio nel dettaglio.

Il Governo Draghi sui social

Dalla ricerca fatta per «Il Sole-24 Ore» dall'Osservatorio Digitale diretto da Sandro Giorgetti, emerge come nell'attuale Esecutivo composto da 23 ministri (con e senza portafoglio), oltre al Presidente Mario Draghi, siano 5 i ministri senza nessun social: Daniele **Franco** (Economia e Finanze), Enrico **Giovannini** (Infrastrutture), Giancarlo **Giorgetti** (Sviluppo economico), Marta **Cartabia** (Giustizia) e Luciana **Lamorgese** (Interno, era anche l'unica senza account nell'esperienza del Conte-bis).

Hanno ovviamente il numero complessivo più alto di follower alcuni dei ministri confermati (**Di Maio** quasi 4 milioni, **Franceschini** oltre 500mila), mentre in linea generale si nota la prevalenza di follower su Facebook (in entrambi i Governi) mentre Twitter è il più utilizzato nel nuovo Governo. Per esempio, 3 nuovi ministri hanno soltanto Twitter: Vittorio **Colao** (Innovazione tecnologica, quasi 7mila follower), Roberto **Cingolani** (Transizione ecologica, quasi 4mila), Patrizio **Bianchi** (Istruzione, 1.400)

Il Conte-bis nei singoli network

Nel Conte-bis i ministri presenti su Facebook erano il 96% mentre nell'attuale Governo la percentuale è scesa al 58%, su Instagram la percentuale era prima dell'83% invece adesso è al 54%, su Twitter si passa dal 96% al 67 per cento. In termini assoluti, sommando i follower dei 3 social media di tutti i ministri, al 12 febbraio il Conte-bis contava appunto su 13milioni e 700mila seguaci, mentre la squadra di Draghi può contare su 6milioni e 700mila fan. Queste differenze sono provocate in buona parte dalla mancata necessità di creare consenso o tifoseria da parte di molti tecnici presenti, compreso il Presidente del Consiglio, e dunque della non necessità di dover aprire o in altri casi curare, attività di social media marketing. Sarà interessante capire le scelte, iniziando dallo stesso Mario Draghi, sulla volontà di aprire attività social.

molti tecnici presenti, compreso il Presidente del Consiglio, e dunque della non necessità di dover aprire o in altri casi curare, attività di social media marketing. Sarà interessante capire le scelte, iniziando dallo stesso Mario Draghi, sulla volontà di aprire attività social.

Il “profilo” di chi potrebbe approdare sui social

Si può prevedere che lo faranno coloro che vorranno “cogliere l'occasione” dell'incarico ricevuto, per creare una presenza e una visibilità pubblica curata e di successo e sicuramente nel corso dei successivi mesi si potrebbe scommettere che qualcuno azzardi questo salto. Più difficile prevedere se Mario Draghi si avventuri nell'agone social, sapendo che è un luogo di grande visibilità ma anche di conflittualità da gestire e presidiare. Dovendo tenere un non facile equilibrio politico, potrebbe anche decidere di rimanere con un profilo istituzionale evitando i social, dove la ragione di una presenza, per chi è un personaggio pubblico non potrà essere esclusivamente di comunicazione “fredda e scontata” ma piuttosto dove passioni, vita personale e opinioni sono centrali nel piano editoriale dedicato. E su cui i social media manager spingono in modo importante anche nella scelta del tono di voce e nelle scelte iconografiche.