

Associazione di Cultura e Politica  
**Il Mulino**

# **civitas**

**un portale per un'educazione alla vita civile**

**dossier di progetto e monitoraggio**



**febbraio 2021**

**civitas-schola.it**

**civitas**  
PER UN'EDUCAZIONE ALLA VITA CIVILE

**E**ssere cittadini oggi non vuol dire quello che voleva dire quando l'Italia repubblicana è nata, quasi tre quarti di secolo fa. Abbiamo che fare con problemi allora impensabili (dalla bioetica alla sfida ambientale, dalla rivoluzione informatica ai grandi processi migratori...), i mezzi di comunicazione hanno moltiplicato la loro potenza, tutti noi siamo travolti da un numero infinito di informazioni, tutti noi facciamo fatica a filtrarle. Ma le informazioni che riguardano la nostra vita pubblica sono cruciali anche per la buona salute di un Paese.

*A ciò va aggiunto che tutte le rilevazioni e gli studi sul nostro sistema scolastico – dal rapporto PISA-Oecd, ai dati dell'Invalsi, alle evidenze sulla dispersione scolastica fino alle percentuali di ragazzi che non studiano e non lavorano – chiariscono come sia ormai una emergenza nazionale non solo l'alto numero di giovani che non dispongono degli strumenti adeguati per comprendere e partecipare alla vita civile del nostro Paese, ma anche il rischio di una drammatica frattura che si sta generando fra Nord e Sud proprio sullo sviluppo delle conoscenze necessarie per una partecipazione consapevole alla vita della comunità.*

*È per questo che l'Associazione «il Mulino» ha deciso di costruire Civitas. Civitas- Per un'educazione alla vita civile è un portale, rivolto soprattutto al servizio delle scuole (in primo luogo, degli insegnanti), nel quale offrire, su temi controversi, materiali attendibili di conoscenza e di dibattito di varia natura (testi, immagini, filmati, podcast, ecc.), adeguati ai vari livelli scolastici.*

*Consapevoli della difficoltà dell'impresa e convinti che sia opportuno giovare di più apporti e più voci, l'Associazione si propone di coinvolgere nel progetto altri partner e di inserirsi all'interno di reti di piattaforme europee analoghe (come il Networking European Citizenship Education).*

*Il pubblico a cui ci si rivolge è costituito dagli studenti già a partire dalla scuola primaria fino alla scuola secondaria superiore e all'università, ma nell'avvio, per partire con un obiettivo più circoscritto, abbiamo calibrato il portale sul segmento delle scuole superiori.*

*Come raggiungere un pianeta oggi ancora in gran parte sconosciuto, anche se alcune ricerche in anni recenti hanno approfondito comportamenti, atteggiamenti e valori dei giovani nati nel nuovo millennio? La scelta è quella di raggiungerli attraverso il coinvolgimento degli insegnanti delle scuole, in particolare quelli – e sono molti – più sensibili all'innovazione educativa.*

*Lo strumento è quello del portale, in quanto ad oggi rappresenta il mezzo più versatile ed efficace perché è sempre raggiungibile da qualunque dispositivo, fisso o mobile, connesso alla rete, consente l'interazione con gli utenti; permette l'implementazione di materiali multimediali di diverso tipo; può essere aggiornato in tempo reale; favorisce le iniziative di networking.*

# Indice

<b>1</b>	<b><i>Che cosa è questo documento</i></b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b><i>Perché un altro portale?</i></b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b><i>Che cosa intendiamo per “educare alla vita civile”</i></b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b><i>Che cosa offriamo</i></b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b><i>Caratteristiche essenziali di Civitas</i></b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b><i>Il network dei docenti</i></b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b><i>Monitoraggio del Portale</i></b>	<b>11</b>
<b>8</b>	<b><i>Prime conclusioni</i></b>	<b>13</b>
8.1	<b><i>Le cinque sfide future</i></b>	<b>15</b>
<b>9</b>	<b><i>Civitas e i motori di ricerca</i></b>	<b>17</b>
<b>10</b>	<b><i>Civitas: gli utenti</i></b>	<b>20</b>
10.1	<b><i>Aggiornamenti importanti</i></b>	<b>21</b>
<b>11</b>	<b><i>Civitas: le pagine viste</i></b>	<b>22</b>
<b>12</b>	<b><i>Le località da cui è consultato</i></b>	<b>23</b>
<b>13</b>	<b><i>Miscellanea</i></b>	<b>24</b>
13.1	<b><i>Un sito anche per i cellulari</i></b>	<b>25</b>
13.2	<b><i>Velocità di caricamento delle pagine</i></b>	<b>25</b>
13.3	<b><i>Segmentazione per classe di età</i></b>	<b>26</b>
13.4	<b><i>In che modo gli utenti trovano Civitas?</i></b>	<b>27</b>

## 1 Che cosa è questo documento

---

Questo documento era già stato reso pubblico agli inizi del 2020 e conteneva le linee programmatiche per lo sviluppo di Civitas e, in un qualche modo, una sorta di *base contrattuale* con gli sponsor della prima fase.

Abbiamo deciso di produrne una versione aggiornata, che conferma le linee di fondo contenute in precedenza anche se depurate di alcune considerazioni che non hanno trovato spazio nella fase di attuazione; nello stesso tempo abbiamo aggiunto una sintesi dell'analisi condotta sui numeri del portale utilizzando lo strumento Google Analytics, analisi che trova spazio nell'ultima parte del documento a partire da pagina 10.

**L'ideazione e la progettazione** di *Civitas* sono frutto di un lavoro collettivo; vi hanno preso parte:

Marco Cammelli (presidente dell'Associazione il Mulino), Roberto Cartocci, Alessandro Cavalli, Paolo Ferratini, Giovanna Movia, Loredana Sciolla, Alessandro Volpi e Patrizio Bianchi

Allo **sviluppo del portale** hanno collaborato

Paolo Ferratini (capo progetto)

Alessandro Volpi (web master)

Gabriele Latte (SEO manager)

Francesca Vaccari (grafica)

Lucia Casarini (segreteria di produzione)



## 2 Perché un altro portale?

---

Che cosa rende opportuna – e per noi urgente - la creazione di un altro portale, nello spazio della rete già affollato di iniziative simili, alcune delle quali di ottima fattura? Quale vuoto viene a riempire *Civitas*? Sottolineiamo tre elementi. Diversamente da altre esperienze:

- **aperto.** *Civitas* non copre un solo aspetto della vita contemporanea, non è un portale tematico, ma è aperto ad un numero sempre più ampio di questioni e argomenti per fornire ai giovani i fondamenti di conoscenza e gli strumenti di riflessione necessari ad affrontare consapevolmente e liberamente una realtà in continua e sempre più rapida trasformazione
- **plurale.** *Civitas* non trae ispirazione dalla volontà di rappresentare una “posizione”, non è un portale di tendenza; la sua intenzione, attraverso la pluralità dei soggetti che lo alimentano, è di dare spazio alla complessità dei fatti e voce al pluralismo delle idee e delle interpretazioni
- **collaborativo.** *Civitas* non è assimilabile ad una enciclopedia di contenuti, sia pure di fonte autorevole, non è un portale “accademico”. Ciò non lo dispensa, naturalmente, dall’autorevolezza e dalla verifica rigorosa delle fonti cui attinge e dall’affidabilità dei materiali che ospita. Esso tuttavia nasce come portale principalmente pensato per insegnanti e studenti, aperto ai contributi della scuola reale e organizzato, per quanto riguarda la scelta dei casi da affrontare e dei linguaggi da utilizzare, come struttura bottom-up.

Per queste ragioni, la costruzione di una piattaforma così concepita è unica nel suo genere, e costituisce una novità nel panorama nazionale, pur ricco di iniziative importanti in singoli settori del tema che qui ci interessa, messe in campo da svariati enti, associazioni e gruppi di docenti. Anche con questi si tratterà di stabilire contatti e di fare in modo che si formi un network (di scambio, comunicazione reciproca, condivisione) tra le esperienze più significative.

### 3 Che cosa intendiamo per “educare alla vita civile”

---

La nostra intenzione è di aiutare i più giovani a formarsi un’opinione propria, a saper prendere consapevolmente posizione sulle questioni più dibattute, premessa per essere presenze attive anche nella vita pubblica. Con “vita civile” intendiamo un insieme di comportamenti e atteggiamenti, che vanno dalle pratiche della convivenza alla coscienza dei propri diritti e doveri come cittadini, fino alla educazione politica – che per noi significa dotarsi degli strumenti per comprendere il mondo attuale nella sua dimensione problematica e essere in grado di agire in modo autonomo nella sfera pubblica.

**questo è l’ambito nel quale vogliamo intervenire.**

Non ci illudiamo che sia un compito facile perché attualmente il disorientamento che caratterizza i giovani tocca in buona parte anche chi ad essi dovrebbe insegnare (non solo gli insegnanti, ma anche i genitori). D’altro canto, la domanda è in questo senso sempre più ampia, visto il diffondersi di fenomeni come la svalutazione della competenza, l’incapacità sempre più diffusa di affrontare temi controversi su basi argomentative corrette, la pervasività di fake news, moltiplicata dall’universo dei social media, la caduta di autorevolezza dei docenti nell’istituzione scolastica.

Se i destinatari sono gli studenti, direttamente e attraverso i loro insegnanti, non dobbiamo dimenticare che le difficoltà della scuola si situano in un contesto culturale più generale di diseducazione alla politica della popolazione nel suo complesso, dei governanti come dei governati. Oggi, neppure le organizzazioni della cosiddetta società civile, l’associazionismo, il volontariato, scavalcate dalle tendenze populiste perlopiù ostili ai “corpi intermedi”, frantumate dalla comunicazione in rete, funzionano più come canale di trasmissione della domanda di educazione dei singoli ad una partecipazione consapevole alla sfera pubblica.

Proprio per questo riteniamo che la scuola debba essere aiutata a diventare uno spazio e un tempo decisivi per l’acquisizione di strumenti di conoscenza e di esperienze che costituiscono le basi della democrazia e del pluralismo, nel segno non equivoco della condivisione dei principi fondanti della Costituzione, dell’adesione alla prospettiva europea e della pratica del pluralismo.

## 4 Che cosa offriamo

---

Spesso nella scuola, italiana e non solo, si lamenta da parte degli studenti (delle scuole medie superiori soprattutto) e degli insegnanti (anche delle scuole secondarie inferiori) di non avere l'opportunità di discutere argomenti tanto controversi quanto centrali nella società attuale – dall'estremismo politico, agli orientamenti sessuali, all'uso della violenza ecc. Sono temi molto delicati, perché hanno il potere di suscitare sentimenti forti e divisioni altrettanto forti, che troppo spesso nei social media vengono proposti nella forma dello scontro fra tifoserie da stadio, anche nel linguaggio e nella violenza verbale. Si tratta quindi di rendere accessibili e facilmente reperibili materiali formativi di qualità, strutturati secondo livelli comunicativi diversi, che ne favoriscano sia l'utilizzo didattico da parte degli insegnanti, sia la fruizione diretta proprio da parte di quelle fasce che appaiono più digiune di informazioni adeguate.

Oltre al materiale informativo, intendiamo anche fornire strumenti (open space, forum guidati, lezioni/letture a distanza, ecc.) che favoriscano la sperimentazione e la diffusione di nuovi modi di affrontare nella scuola i dilemmi della politica e le questioni urgenti del mondo attuale, per rispondere alle esigenze di persone di età differenti e provenienti da differenti ambienti sociali e culturali.

Se gli utenti finali sono i giovani, i destinatari sono plausibilmente gli insegnanti, cui si affida un compito di mediazione. Questo incide sulla natura dei materiali, che mirano ad essere fruibili (e appetibili) sia per gli uni, come strumenti per la didattica, sia per gli altri, come strumenti di apprendimento.

È nostra convinzione che il portale non debba essere né accademico nel linguaggio, né moralistico nei suoi presupposti. La proposta di un canale di “servizio” per la formazione alla consapevolezza del proprio essere cittadini, così come non può passare attraverso una narrazione predicatoria, che risulterebbe inefficace e repulsiva, deve invece essere capace di accogliere codici e linguaggi propri dei giovani destinatari.

Essa deve dunque intercettare le domande di senso che questi si pongono – e individuare i modi per rispondervi – dinanzi ad una realtà complessa come quella attuale.

Neppure deve il portale schiacciarsi sul “qui e ora”, rincorrendo le notizie, né puntare ad essere esauriente, come se si trattasse di una enciclopedia di voci, una “Wikipedia” dell'educazione civica.

*Civitas* risulta piuttosto dalla sintesi combinatoria di due aspetti: essere da un lato finestra sul mondo (selezionando periodicamente le situazioni di attualità che più si prestano alla discussione) e, dall'altro, procurare alcuni strumenti conoscitivi e orientativi di qualità riconosciuta per comprenderlo.

## 5 Caratteristiche essenziali di *Civitas*

---

*Civitas* si presenta dunque con una **sezione mobile** (il giornale) dove alloggiano i casi di attualità e una **sezione stabile** (la biblioteca), nella quale, senza pretese enciclopediche ma con continui aggiornamenti e arricchimenti di materiali, trovano spazio i saperi riconosciuti, le ipotesi interpretative più attendibili, la documentazione dei fatti e dei dati.

La sezione mobile, che chiameremo *giornale*, è quella di apertura del portale e occupa la homepage con uno o due brevi testi, rinnovati periodicamente, e indicizzati in archivio. I **casi** affrontati non sono necessariamente news nel senso giornalistico del termine, quanto piuttosto situazioni di attualità, scelte sulla base della loro natura problematica, ossia della possibilità di legare ad esse approfondimenti in varie direzioni.

A titolo di esempio, la sentenza della Corte Costituzionale sull'aiuto al suicidio è il punto di partenza per un percorso che toccherà le questioni del fine vita, sotto un profilo storico, etico e giuridico.

Essenziale è impostare i casi muovendo dalle domande implicite ed esplicite dei ragazzi, come emergono dalla concretezza del loro vissuto.

Alle questioni controverse, che costituiscono il cuore stesso di *Civitas*, è dedicato anche uno spazio a parte per sottolineare gli aspetti problematici delle soluzioni in campo. Consideriamo controversa ogni questione aperta a soluzioni alternative, sulla base a) di diversi principi etico-politici; b) della valutazione delle conseguenze che ogni scelta comporta; c) degli interessi in gioco e spesso in conflitto tra loro, anche attraverso la conoscenza di ciò che avviene in altri contesti sociali, culturali, territoriali.

Alla sezione stabile, che chiameremo *biblioteca*, si accede anche direttamente attraverso il menu principale della homepage. *Giornale* e *biblioteca* rendono così possibile una doppia entrata nel portale, sia a partire da una situazione di attualità, sia muovendo da una domanda di conoscenza e di approfondimento su un argomento generale.



Un luogo distinto nel portale ha la sezione dei **materiali didattici**. Qui metteremo a disposizione strumenti per fare lezione, come power point, video con animazioni, brevi interviste, proposte di percorsi modulari sui diversi argomenti.

L'idea è che questa sezione venga alimentata non solo, e neppure soprattutto, dalla redazione del portale, ma si avvalga del contributo degli stessi insegnanti che frequentano la piattaforma e che compongono i **panel territoriali** di *Civitas*.

## 6 Il network dei docenti

---

Fin dalla prima fase di impostazione del progetto, abbiamo dato vita ad alcuni gruppi di docenti, cui abbiamo sottoposto l'idea e chiesto consiglio per configurare il portale, per linguaggio e oggetti, secondo la sensibilità degli studenti e le esigenze didattiche di chi insegna. È essenziale, in vista della messa a regime della piattaforma, dare vita ad analoghi gruppi su tutto il territorio nazionale.

Il progetto promuove un **network dei docenti** formato in avvio da **panel territoriali al nord, centro e sud**, la cui funzione sarà: a) diffondere l'uso del portale nelle scuole; b) avanzare proposte, suggerire materiali, fornire contributi; c) segnalare esperienze didattiche significative da valorizzare sul portale.

# Civitas

*quasi un anno di monitoraggio*



## 7 Monitoraggio del Portale

---

Qual è la data di nascita di Civitas? Forse sono più di una: quella del concepimento, nella mente dei fondatori, più di due anni fa; la prima riunione operativa maggio 2019; la definizione ufficiale del dominio (civitas-schola.it) novembre 2019 e con essa la nascita dei primi contenuti; ma se pensiamo alla data in cui **Google Analytics** (GA) ha preso atto dell'esistenza del portale allora siamo a marzo 2020; prima non eravamo (per Google).

Sotto il profilo delle consultazioni, dal mese di marzo Civitas ha vivacchiato (qualche centinaio di utenti al mese) fino ad una svolta iniziata a novembre dove si è verificato un aumento del 500% degli utenti, e la linea di tendenza è di qualche migliaio di accessi al mese: la svolta si è verificata con un'anomalia (una *pagina killer* come si vedrà nel seguito). Se si consolidasse questa linea di crescita, Civitas passerebbe da **qualche migliaio** di utenti/anno (sito quasi inesistente) ad un valore superiore ai **70.000 utenti** (sito medio basso, buono ma comunque ancora non attrattivo sul piano della pubblicità).

Google Analytics è il più potente strumento di analisi del traffico di un sito web disponibile gratuitamente sulla rete; è molto complesso e mette a disposizione una quantità impressionante di dati, non sempre tutti comprensibili a un neofita. Non aspettatevi una relazione basata su dati e algoritmi di tipo scientifico, ma piuttosto su un'osservazione empirica di quello che è successo.

Stavo cercando in rete qualcosa che mi spiegasse un po' più a fondo le modalità che Google Analytics impiega per mappare un sito, quando mi sono imbattuto in una tesi (un pdf on line): Tecniche, metodologie e strumenti per la Web Analytics, con particolare attenzione sulla Video Analytics facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali dell'Università di Bologna; in pratica una tesi su Google Analytics. Allora ho capito che qualcosa stava cambiando e che io avevo probabilmente perso qualche colpo.

Google Analytics (nel seguito GA)<sup>1</sup> è il più potente strumento gratuito per analizzare i flussi su un proprio sito: quanti utenti ci navigano e di questi quanti sono nuovi e quanti sono dei returning visitor, quale distribuzione per sesso e classe di età, con quali dispositivi entrano in rete (PC, cellulare o tablet), quali sono le pagine che maggiormente vengono consultate e soprattutto quale è quella che GA chiama **frequenza di rimbalzo** (*bounce rate*)<sup>2</sup>, una sorta di touch and go sulla pagina: quando la frequenza è alta (sopra all'80%

---

<sup>1</sup> ne esiste un altro Omniture SiteCatalyst di Adobe, che però è piuttosto costoso

<sup>2</sup> la frequenza di rimbalzo è uno degli indicatori di fedeltà, in realtà, per un'analisi completa dovrebbero essere presi in considerazione altri parametri quali ad esempio il tempo medio in cui l'utente si sofferma sulla pagina, ecc...; qui ci limiteremo al solo parametro frequenza

approssimativamente) significa che l'utente, sulla pagina, ci è arrivato quasi per caso e che, una volta capito che non rispondeva a ciò che stava cercando, **ne è uscito in fretta**.

È abbastanza evidente quanto questi parametri siano strategici, se non vitali, per un classico sito di e-commerce. In fin dei conti, però, ogni sito o portale cerca di vendere qualche cosa. Civitas, ad esempio, si pone l'obiettivo di vendere (a prezzo zero) agli insegnanti e agli studenti, informazioni e schemi concettuali per condurre i giovani verso un modello di cd vita civile.

Si potrà dire che è moralmente più nobile questo tipo di vendita rispetto a quella del rifilare un qualche cellulare dell'ultima generazione, ed è vero; ma, in Internet, la nobiltà e l'autorevolezza senza accessi valgono poco.

Nel seguito quindi proporremo un'analisi del comportamento dei visitatori di Civitas condotta attraverso i dati che GA ci rende disponibili; i dati si riferiscono all'anno 2020; facendo le seguenti precisazioni:

- il servizio di GA è gratuito ma non automatico; questo servizio deve essere attivato, e noi lo abbiamo fatto a partire dal mese di marzo
- una volta attivato il servizio non è detto che tutti i servizi di GA lo siano; ad esempio, la segmentazione per classe di età (abbastanza utile) e per sesso (meno) è stato attivato solo nel mese di dicembre
- sulla rete esistono molti tutorial, e sul mercato operano consulenti specializzati su questa materia, ma con un costo che, al momento, non ci possiamo permettere
- alcuni dei servizi di GA, particolarmente interessanti e indispensabili per i siti di e-commerce, quali il tasso di conversione degli obiettivi ecc., non sono stati impiegati

Questi, dunque, gli argomenti che abbiamo preso in considerazione:

- i visitatori (utenti), quanti i nuovi e quanti i returning
- la segmentazione: per territorio e classe di età
- le modalità e i canali di accesso: con quali tipologie di dispositivi (PC, cellulare, tablet), in quali modi viene raggiunto Civitas (motori di ricerca, diretto, ecc..)
- le pagine maggiormente consultate

## 8 Prime conclusioni

Nel mese di novembre si è verificata una discontinuità di proporzioni significative: gli utenti sono passati da qualche centinaio al mese a più di **2.500** (una crescita del 500%) e più di 4.200 nell'ultimo mese; per meglio comprendere il significato pensiamo che nell'intero periodo marzo-ottobre la somma degli utenti ammonta a **2.890**.



Quindi negli ultimi 2 mesi abbiamo visto 7146 utenti, cifra che ha portato il **valore finale a sfondare il muro psicologico dei 10.000** (10.0036)

Il primo ad accorgersi di questa crescita è stato di fatto Google che verso il 13 di novembre ci avvertiva (via mail ovviamente) che una pagina del sito stava avendo un discreto e insolito successo; si trattava di **Una Breve storia della Costituzione Italiana** di Francesca Minni<sup>3</sup>

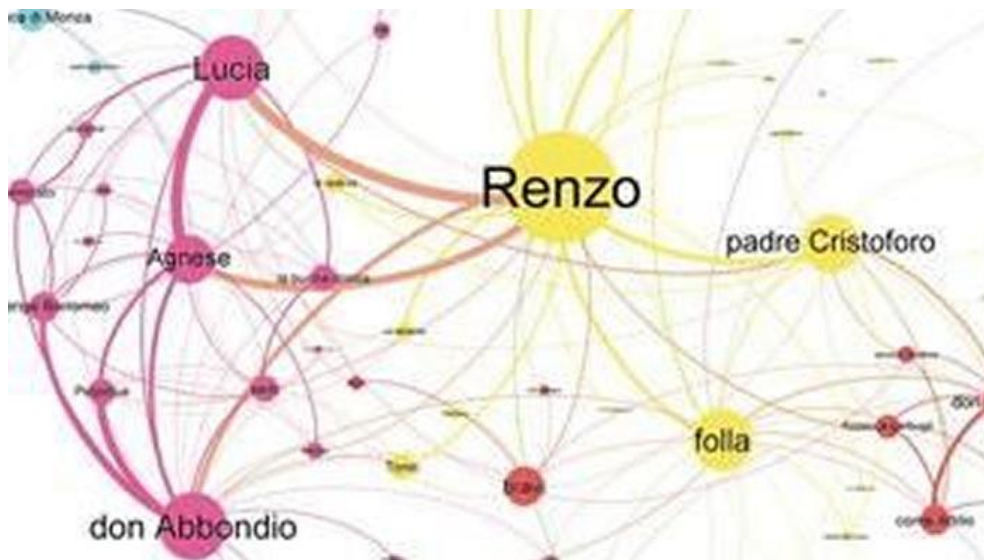


<sup>3</sup> Francesca Minni è assegnista di ricerca presso l'Università di Enna Kore e docente di diritto regionale nel Corso di Laurea in Giurisprudenza dell'Università di Bologna. Si occupa di diritto regionale e fenomeni di secessione, di pubblica sicurezza, diritti sociali e di silenzi nel diritto costituzionale. (vedi il sito Pillole Ricostituenti)

La pagina in questione è quella che in gergo verrebbe definita una *pagina killer* nel senso che sovrasta per gran parte la consultazione delle altre pagine. Da cosa è dipesa questa crescita? Da che cosa dipende il successo di una pagina e, più in generale, di un portale? Le regole sono quelle di sempre:

- deve esistere una domanda di contenuti
- deve esistere un'offerta di buon livello di questi contenuti

Le due condizioni, però, da sole non bastano; è necessaria la presenza di un soggetto che agisca da **intermediario tra la domanda e l'offerta**; gli intermediari possono essere di varia natura, influencer, opinion maker, passa parola, convegni, social network; nel nostro caso è stato il **motore di ricerca semantico di Google**.



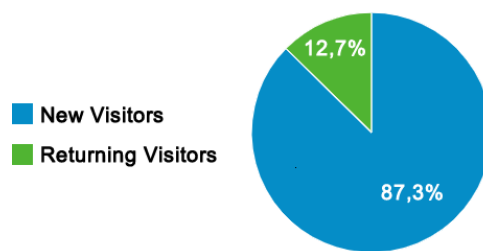
La capacità di intermediazione di Google si basa sulla SEO (Search Engine Optimization), ossia su un insieme di caratteristiche tecniche (un po' oscure, almeno a me) che ogni pagina deve possedere per trovarsi nella **parte alta dei risultati** (prima pagina).

In Civitas queste tecniche sono state poco curate, un po' perché da un lato richiedono una professionalità che non abbiamo, e un po' perché quasi tutte le forze sono state indirizzate alla costruzione e all'inserimento dei contenuti; ciò non toglie che in un prossimo futuro, chi si occuperà di Civitas dovrà dedicare a questo aspetto l'attenzione che merita. Per il momento accontentiamoci di questa rapida e, per certi versi, inattesa crescita.

Quindi un successo, almeno parziale, anche se **non sono tutte rose e fiori**: ci sono ancora tre aspetti, desunti da GA, su cui dobbiamo porre una certa attenzione.

Il **primo** fra tutti è la **frequenza di rimbalzo** (vedi in premessa, misura, in una qualche forma, della delusione) che è ancora troppo alta: maggiore dell'80% quando sarebbe bene che stesse significativamente sotto questa percentuale.

Il **secondo** è la **percentuale di returning visitor** che è ancora troppo bassa: in tutto il 2020 si è mantenuta sull'ordine del 13-14%; è chiaro che in una fase di infanzia e di crescita di un sito questa percentuale sia necessariamente bassa rispetto a quello dei *new visitor* e che comunque questi debbono esserci se si vuole crescere; quale è la condizione ottimale? non lo so, noi siamo per *la botte piena e la moglie ubriaca*.



Il **terzo** aspetto (connesso in modo evidente al secondo) è legato alla **modalità con cui il sito** viene raggiunto. GA distingue quattro modalità, ma quelle che contano sono due: *organic search* e *direct* (se ne intuisce il significato): *l'organic search* consiste nel raggiungere le pagine di un sito attraverso i motori di ricerca, la seconda è l'accesso diretto, ossia ci vado perché ci sono già andato, lo conosco e lo trovo interessante. La modalità *direct* è ancora bassa, circa il 15%, percentuale molto simile a quella dei *returning visitor*.

## 8.1 Le cinque sfide future

---

Chi si occuperà di Civitas negli anni a venire dovrà affrontare alcune sfide impegnative, sfide che se non affrontate e vinte potranno influire molto negativamente sul futuro del portale.

Diciamo subito che tra tutte queste la meno impegnativa è quella della qualità dei contenuti (semmai ci sarà un problema di quantità), e questo a differenza delle tante altre piattaforme formative che sono oggi (più) presenti sul mercato e che hanno una matrice di carattere tecnologico e una qualità dei contenuti non sempre all'altezza.

- ❶ la **velocità di risposta** del sito: fin tanto che il numero di accessi è stato limitato era un aspetto che non preoccupava, ma al crescere degli utenti potrebbe essere un serio limite; già oggi la velocità non è uno degli aspetti migliori;

- ② **la responsiveness** del sito: oggi è impossibile procedere in una buona attività di marketing senza un sito web responsive; vale a dire un portale pensato per **adattarsi a tutti i dispositivi**, dal laptop allo smartphone, senza dimenticare i tablet; il traffico che arriva da cellulare è in costante crescita ed in particolare tra i giovani
- ③ **la SEO** e il motore di ricerca semantico di Google sono i fattori che hanno determinato la nostra recente crescita; per questo dobbiamo migliorare la costruzione delle pagine in funzione di questo obiettivo
- ④ non possediamo una **grafica proprietaria**, per non parlare di materiale video; alla lunga utilizzare immagini prese dalla rete può essere pericoloso per aspetti legati ai diritti d'autore
- ⑤ la crescita è dovuta in buona parte ai motori di ricerca, però allora non possiamo ovviamente fare a meno di **una politica di alleanze** nazionali e internazionali (NECE)

Il numero degli utenti di novembre (2.526) e dicembre (4.620) e in particolare quelli di gennaio 2021, dove ne sono stati **registrati più di 9.000**, dimostrano che la crescita è **non lineare**; in una situazione caratterizzata da una crescita esponenziale, è rischioso avventurarsi in una proiezione a medio termine; abbiamo parlato in premessa di un portale che tende a 70.000 utenti, ma, solo estrapolando il mese di gennaio, supereremo il target dei 100.000 utenti.

La forte crescita fortemente polarizzata su uno specifico articolo (quello sulla Costituzione e su pochi altri direttamente collegati) ci porta invece ad uno scenario leggermente diverso da quello della *felice crescita ad oltranza*. È noto che nel 2020 è finalmente decollato (o ripreso) l'insegnamento **dell'Educazione Civica** nelle scuole di quasi tutti gli ordini, così come è abbastanza condivisa l'opinione che gli insegnanti abbiano reagito, a questa nuova sfida, con entusiasmo, responsabilità e impegno, e tutto questo nonostante qualche indecisione e un po' di confusione rilevabili ai vari livelli istituzionali. Se è così, allora il consistente accesso ai temi legati alla Costituzione trova una più credibile giustificazione e, nello stesso tempo, ci porta ad **assegnare a questa crescita un carattere stagionale**: se è così, finite le scuole, gli accessi diminuiranno inevitabilmente.

In conclusione, potremmo affermare che Civitas (e il motore di ricerca) è stato in grado di captare un bisogno di informazioni e di aver risposto in modo *onorevole* a questa aspettativa.



## 9 Civitas e i motori di ricerca

---

È abbastanza noto il fatto che i primi posti nei motori di ricerca, si ottengono rispettando le tecniche di SEO, ma anche *pagando* Google. Nei grandi portali, quando il flusso di denaro si arresta, il ranking viene artificialmente abbassato mentre torna a crescere quando il rubinetto si riapre.

Non è il caso di Civitas, che non è un grande portale e che non si è mai posto il problema (per ora) di investire risorse economiche sui motori di ricerca<sup>4</sup> (fatta eccezione per pochi spiccioli investiti sulla pagina Facebook) e ce ne preoccuperemo se e quando diventeremo grandi.

In un modo abbastanza empirico abbiamo cercato di farci un'idea del posizionamento di Civitas rispetto alle ricerche dei potenziali utenti, come? Eseguendo alcune ricerche, su Chrome, e verificando, visivamente, in quale posizione si trova Civitas rispetto alla lista dei risultati.

L'attenzione della maggior parte degli utenti di un *browser* si sofferma (e si ferma) ai risultati contenuti nella prima pagina (grosso modo una decina di risultati).

Le prove eseguite sono riportate nella tabella sottostante, per ogni ricerca viene mostrato il numero di pagina e il posizionamento nella pagina in cui abbiamo trovato un riferimento a Civitas; quando compare **NO** non significa che per il motore di ricerca non esistiamo ma sta a significare che non abbiamo trovato alcun riferimento nelle prime tre pagine.

Dalla tabella si vede, quando la formulazione della ricerca è molto generica o generale, Civitas non compare, mentre affinando la ricerca le cose cambiano un po'; ad esempio se cerchiamo con *Costituzione Italiana* la risposta è NO, ma se formuliamo la ricerca con *Storia della Costituzione Italiana* allora ci troviamo al **primo posto**, primo su 13 milioni di risultati.

Questo spiega come mai l'articolo di Civitas abbia fatto registrare un discreto numero di accessi in questi ultimi 2 mesi; ancora se la domanda è *5G* la risposta

---

<sup>4</sup> poiché l'Associazione Il Mulino è un'associazione no-profit Google mettere teoricamente a disposizione 100.000 \$/anno per promuovere Civitas sulla piattaforma Google AD (advertising); una buona notizia, se trascuriamo il fatto che per gestire una campagna sono richieste competenze che non abbiamo

è NO, ma se la formulazione diventa *domande 5G*, allora siamo nella prima pagina al secondo posto (alla fine di dicembre al primo).

ricerca	pag	n°	in alternativa	pag	n°
Costituzione Italiana		NO	Storia Costituzione Italiana	1	1
Costituzionalismo	2	1	Costituzionalismo moderno	1	1
Costituzione in movimento	1	8			
Diritti e coronavirus		NO	Diritti individuali e coronavirus	1	1
5G		NO	domande 5G	1	2
Evasione Fiscale		NO			
Spesa Pubblica		NO			
Sinti e Rom	2	10			
Migrazione irregolare	1	7	(Neodemos al 5°posto)		
Cambiamento Climatico		NO			
Questione demografica	1	1			
Bioetica e Biodiritto		NO			
DJ Fabo Cappato		NO			
Sanità Europa		NO	Unione Sanitaria	1	8
Educazione Civica		NO	Educazione alla vita civile	1	1
Parlamento italiano		NO			
Processi decisionali europa	1	5			
Agenzie UE	2	3			
Recovery Fund		NO	Recovery Fund opinioni	1	2
L'economia a scuola	3	5			
Tribunali Internazionali	1	10			

Ovviamente se nella compilazione della ricerca compare anche il termine Civitas, tutti i risultati migliorano; si potrà dire che questo è scontato, è vero sarà anche scontato, ma quattro mesi fa aggiungendo Civitas non succedeva nulla; semmai è improbabile che uno inserisca Civitas in una query, a meno che non sappia già dove vuole andare.

Abbiamo dato un'occhiata alle query (circa 1500) formulate dagli utenti che il motore di ricerca di Google ha indirizzato alla pagina in questione; e lo abbiamo fatto nel periodo marzo-dicembre e in quello novembre-dicembre: non c'è molta differenza



la *pagina killer* ha assorbito tutto il traffico; le query coinvolte sono una cinquantina e contengono tutte la parola *costituzione* declinata in modi diversi: *storia, nascita, origini, che cosa c'era prima, breve storia, in breve, ecc. e*, come tutte le strade portano a Roma, queste **le hanno tutte portate a**

**Civitas.** In realtà, in questo periodo, Google ha iniziato *ad indicizzare il nostro sito in un modo piuttosto efficace*. Il fatto che eseguendo una ricerca con la stringa *origini della Costituzione*, Civitas si trovi nella prima pagina dei risultati (al terzo posto) è un classico esempio di ricerca semantica: nell'articolo di Civitas, infatti, la parola *origini* non compare nemmeno una volta.

Si pongono però alcuni interrogativi: come mai, ad esempio, la *storia della Costituzione Italiana* (prima pagina e primo posto) ha avuto, nei mesi di novembre e dicembre, qualche migliaio di visualizzazioni e la *Questione Demografica*, con lo stesso posizionamento, ne ha avute qualche centinaio tra marzo e dicembre?

Intanto non tutti gli articoli suscitano lo stesso interesse e, considerando che a partire dal mese di ottobre è decollato nelle scuole l'insegnamento dell'educazione civica, è comprensibile come la Costituzione faccia maggiori ascolti rispetto alla Demografia; infine c'è da osservare che uno studente di liceo, che voglia fare una ricerca sulla popolazione italiana, sui temi dell'invecchiamento, o dei migranti, probabilmente **non imposterebbe la ricerca con la stringa** la *Questione Demografica*.

Per capire o intuire il lavoro (di Google) che sta dietro alle attività di indicizzazione di un sito, si pensi al fatto che, nel mondo, si stima esistano **1,5 miliardi di siti web**, che equivalgono a circa 100 miliardi di pagine da indicizzare. Ad oggi, in Italia, si contano oltre tre milioni di domini registrati e un numero di siti web poco meno inferiore (l'Italia è indietro).

## 10 Civitas: gli utenti

Tra i diversi parametri che GA rende disponibili forse il più importante, e anche il più intuitivo, è il **numero di utenti**, cioè quante persone frequentano il nostro portale; ed è anche il parametro che meglio rappresenta la significativa crescita che Civitas ha avuto (e sta avendo) a partire dal mese di novembre.

primi 8 mesi										ultimi due mesi			
Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	totale	% per	Nov	Dic	totale	% per
270	642	354	159	180	442	336	507	2.890	29%	2.526	4.620	7.146	71%
	+138%	-45%	-55%	+13%	+146%	-24%	+51%			+398%	+83%		

Nei primi 8 mesi (marzo-ottobre) di monitoraggio 2890 utenti, negli ultimi due 7146 per un totale di 10.036; sono molti? sono pochi? dipende; per un portale che si rispetti sono pochissimi, per il primo anno di avvio non sono male, ma gli ultimi due mesi sono molto positivi; non bisogna essere degli esperti di andamento tendenziale per accorgersi che Civitas sta crescendo; dopo un salto del 396% di novembre, stupisce anche quello del 83% di dicembre che, ricordiamoci è stato caratterizzato da una ultima settimana di sostanziale festività.



Le prime conclusioni che si possono trarre da questi dati è che Civitas potrebbe assestarsi nel 2021 su un valore di circa **70.000 utenti anno**

GA mette a disposizione molte varianti del parametro utenti, anche se non tutte chiare, quali utenti, nuovi utenti, visitors, returning visitor.

La valutazione dei visitors (e dei returning) viene fatta a livello di singola pagina consultata, e quello che vedete è il valore medio su tutte le visualizzazioni, ne abbiamo già accennato nei precedenti paragrafi; nessun commento ulteriore, salvo il fatto che negli ultimi due mesi la percentuale di returning sta leggermente aumentando.

## 10.1 Aggiornamenti importanti

---

La seconda parte di questo documento è focalizzata sull'analisi degli accessi a Civitas relativamente al 2020, il primo anno di funzionamento; da questo focus non ci allontaneremo molto fatta eccezione per il parametro che quantifica il numero di utenti.

La situazione aggiornata agli inizi di luglio 2021 vede ancora una forte crescita degli utenti nei primi cinque mesi.

2020				2021							
Mar-Ott	Nov	Dic	totale	totale	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
2.890	2.526	4.620	10.036	34.024	9.189	3.959	4.556	5.771	6.674	2.898	977

Con 9.189 visitatori in gennaio si registra un aumento del 90% rispetto a dicembre e quasi si raggiunge il totale dei visitatori in tutto il 2020 (10.036). A temperare gli eventuali e giustificabili entusiasmi per questa crescita, valgono le considerazioni sul probabile carattere di stagionalità di questo aumento, come già accennato in precedenza (e come i dati di febbraio e di marzo stanno a dimostrare). I mesi di aprile e maggio confermano la crescita mentre in giugno e luglio (e prevediamo anche in agosto e nella prima parte di settembre) si ha una certa flessione: la motivazione? Probabilmente si conferma l'ipotesi che il successo dei primi mesi sia legato all'accesso da parte di studenti e insegnanti interessati alla materia dell'educazione civica, terminato il ciclo scolastico l'interesse diminuisce; d'altra parte questo è il naturale target di Civitas.

## 11 Civitas: le pagine viste

Escludendo la Home Page e quella relativa all'indagine condotta sulle scuole, le prime 20 pagine consultate, in tutto il 2020, sono state:

**Breve storia della Costituzione Italiana (7.692), 10 domande sul 5G (680), Evasione Fiscale (543), La Spesa Pubblica (534), La questione demografica (431), Sinti e Rom (410),** Aiuto al suicidio: è legittimo? (381), Il Costituzionalismo moderno (361), Che cosa è successo ai diritti con il Corona Virus (345), Elenco lezioni (289), Gli attuali contenuti di Civitas (271), Bottigliette o borracce? (215), Com'è cambiato l'atteggiamento degli italiani verso la vaccinazione (211), Glossario (207), Evasione Fiscale: questioni controverse (191), I giovani e la fiducia nelle istituzioni ai tempi (190), Il Progetto Civitas (184), UE quadro istituzionale (168), Cosa pensano gli italiani del cambiamento climatico (163), Paradosso del risparmio (154)

In totale le prime 20 pagine (che su 680 è il 2,9%) hanno ottenuto 13.620 visualizzazioni su un totale di 21.396 (63,7%).

Aldilà dei molti parametri resi disponibili da GA, aldilà delle svariate e sofisticate analisi che si possono fare, una domanda che ci poniamo in modo abbastanza spontaneo è: **ma quanto tempo passano i frequentatori del sito su ogni singola pagina?**

Le considerazioni che si possono trarre dalle statistiche di GA sono buone anche se, in alcuni casi, non sono particolarmente confortanti; ovviamente il risultato varia da pagina a pagina e varia nel tempo; nella tabella sottostante le dieci migliori pagine e le dieci migliori voci di glossario.

Pagina	min	Voce di Glossario	min
Breve storia della Costituzione Italiana	6	Camillo Benso conte di Cavour	10
Il Costituzionalismo moderno	4	Enrico Verdolini	9
Rapporto UNEP Emissions Gap 2019	4	Vittorio Emanuele III	6
La spesa pubblica (sintesi)	4	Paesi frugali	5
Massimo Livi Bacci	4	Paola Bordandini	5
I contenuti di Civitas	3	Suffragio	4
Questionario Sito	3	Paradosso del risparmio	4
L'imposta e il mercato	3	Monarchia Parlamentare	4
La Spesa Pubblica	3	Statuto Albertino	4
Corti e tribunali internazionali	3	Nicolae Ceaușescu	3

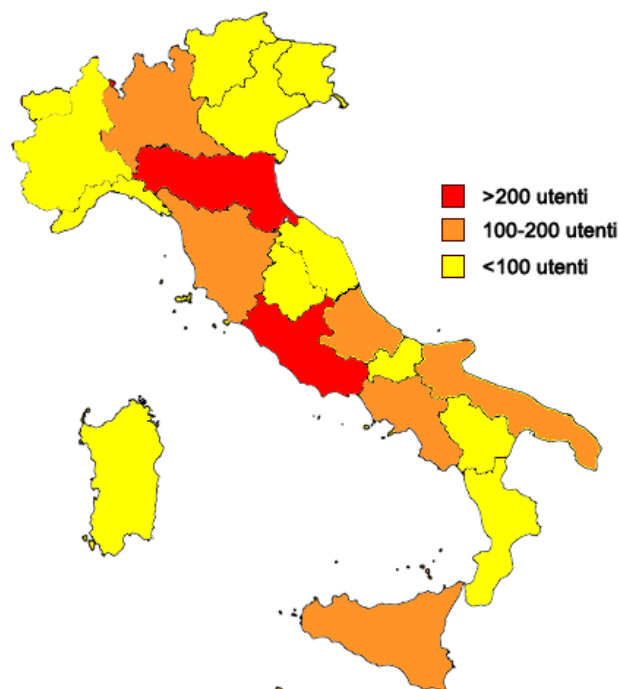
## 12 Le località da cui è consultato

Nei primi mesi Bologna era di gran lunga la città da cui arrivavano il maggior numero di click (consultazioni); con il passare del tempo e con il crescere degli utenti la situazione si è diversificata molto; oggi le località i cui cittadini consultano Civitas sono 439, un numero elevato; di queste località 95 (il 25% circa) corrispondono sicuramente ad utenti spam (Chicago, Irvine, Londra, Varsavia, Parigi, ecc.); ma il loro peso sul totale degli utenti non arriva al 3%.

**Roma (1.165), (ignota) (1.083), Milano (780), Bologna (705),** Napoli (443), Torino (218), Catania (204), Firenze (203), Palermo (192), Bari (171), Prato (97), Genova (83), Lecce (79), Verona (76), Reggio nell'Emilia (71), Modena (71), Caserta (64), Cosenza (60), Venezia (59), Padova (59)

Per quanto attiene al consolidato regionale abbiamo quanto mostrato

regione	comuni con visitor	totale utenti	abitanti	visite x mil abitanti
Liguria	12	130	1.543.127	84
Lombardia	96	1.497	10.103.969	148
Piemonte	30	330	4.341.375	76
Valle d'Aosta	1	2	125.501	16
<b>Nord Ovest</b>	<b>139</b>	<b>1.959</b>	<b>16.113.972</b>	<b>122</b>
Friuli-Venezia Giulia	8	80	1.211.357	66
Trentino-Alto Adige	6	70	1.074.819	65
Veneto	40	359	4.907.704	73
<b>Nord Est</b>	<b>54</b>	<b>509</b>	<b>7.193.880</b>	<b>71</b>
Abruzzo	12	154	1.305.770	118
Emilia-Romagna	38	1.184	4.467.118	265
Lazio	22	1.219	5.865.544	208
Marche	20	123	1.518.400	81
Molise	3	13	302.265	43
Toscana	29	462	3.722.729	124
Umbria	7	62	880.285	70
<b>Centro</b>	<b>131</b>	<b>3.217</b>	<b>18.062.111</b>	<b>178</b>
Basilicata	3	21	556.934	38
Calabria	9	158	1.924.701	82
Campania	43	860	5.785.861	149
Puglia	25	443	4.008.296	111
Sardegna	11	104	1.630.474	64
Sicilia	30	598	4.968.410	120
<b>Sud e Isole</b>	<b>121</b>	<b>2.184</b>	<b>18.874.676</b>	<b>116</b>
<b>Totale</b>	<b>445</b>	<b>7.869</b>	<b>60.244.639</b>	<b>131</b>



Sono presenti tutte le regioni con un numero di visite diverse, l'ultima colonna rappresenta il numero di visite per milione di abitanti (lo so, sarebbe stato bello esprimerlo in percentuale, ma per questo bisogna attendere ancora un po' di tempo). Sembra che le regioni del centro giochino la parte del leone, mentre brilla per scarsità di utenti il nord est, e il nord ovest si salva con la Lombardia (il 60% circa degli abitanti sul totale dell'area).

## 13 Miscellanea

---

Resta sempre un po' misterioso il modo con cui Google riesca a tracciare gli utenti e in particolare la loro località, l'età e il sesso. Mi viene detto che la maggior parte dei dati viene ottenuta dai *cookies* (per chi li accetta) e dal data base utenti di Gmail; sarà anche vero.

Uno dei parametri che potrebbe ad esempio chiarire la differenza tra nuovi e vecchi utenti è l'IP number<sup>5</sup>, numero o codice che, semplificando, è assegnato ad ogni dispositivo che va sulla rete; tutto bene solo che alla maggior parte dei navigatori l'IP number viene assegnato in modo dinamico ogni volta che ci colleghiamo; e quindi raramente abbiamo lo stesso codice identificativo.

Si dirà poi che individuare la località di chiamata sia un po' più semplice; anche questo è credibile, a parte il fatto che quando io mi collego vengo localizzato a volte a Padova e altre volte a Venezia (splendide città da cui manco da molto tempo).

Quindi la risposta alla domanda **come fa Google a segmentare il pubblico** è abbastanza semplice: **si sbaglia, ... ma non di tanto**

In questo paragrafo trattiamo alcuni temi di varia natura che rivestono comunque un certo interesse.

- responsiveness, ossia un sito anche per i cellulari
- la velocità di caricamento delle pagine del sito
- segmentazione dei visitatori per sesso e classe di età
- in che modo gli utenti raggiungono Civitas

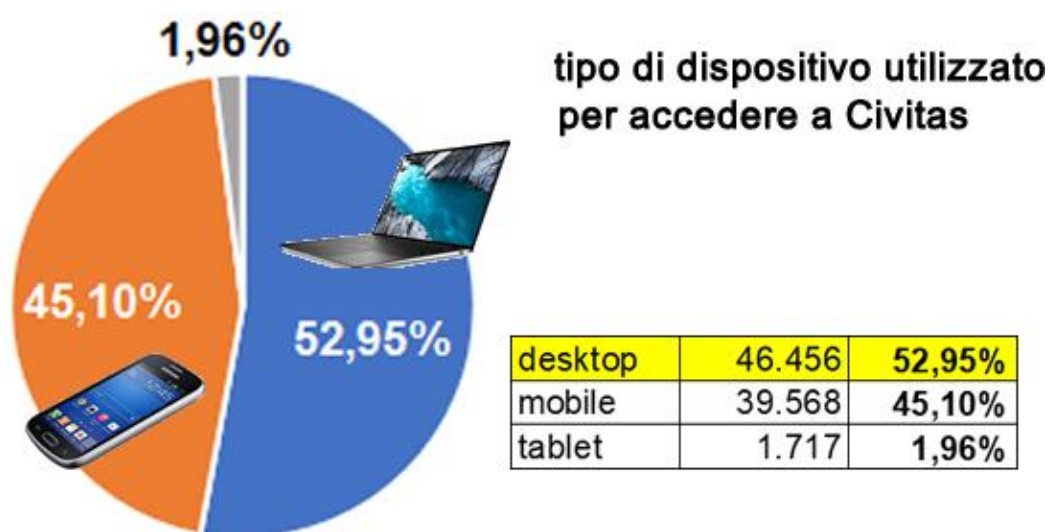
---

<sup>5</sup> Un indirizzo IP (dall'inglese Internet Protocol address) - in informatica e nelle telecomunicazioni - è un numero del datagramma IP che identifica univocamente un dispositivo detto host collegato a una rete informatica che utilizza l'Internet Protocol come protocollo di rete per l'instradamento/indirizzamento, inserito dunque nell'intestazione (header) del datagramma IP per l'indirizzamento tramite appunto il protocollo IP. Esso equivale all'indirizzo stradale o al numero telefonico, infatti sono informazioni complete ed **univoche a livello mondiale**, similmente all'indirizzo IP.



## 13.1 Un sito anche per i cellulari

Ce lo siamo detti più volte, e altri ce lo hanno segnalato, che Civitas non possiede una intelaiatura buona per i cellulari (e probabilmente per i tablet); alcuni interventi sono stati fatti ma non sono sufficienti e, quasi sicuramente, avremo bisogno di un aiuto esterno. Attualmente l'accesso al sito avviene per il 53% circa da personal computer (desktop), e per il restante 47% da dispositivi mobili (cellulari e tablet)



Questi sono valori medi e nel passato abbiamo assistito anche una preponderanza degli accessi da dispositivi mobili, questo è successo, in particolare, nella fase in cui abbiamo chiesto ad un'ottantina di studenti di liceo di fornirci una loro valutazione del sito.

## 13.2 Velocità di caricamento delle pagine

Questo è il tipico parametro di cui **ti occupi poco** in fase di avvio del sito, ma è comunque importante anche perché, al crescere degli utenti, la sua criticità aumenta.

Nel periodo marzo- dicembre, il tempo di caricamento medio della pagina è stato di poco superiore a **9,6 secondi**; è un valore medio sulle pagine e sul tipo

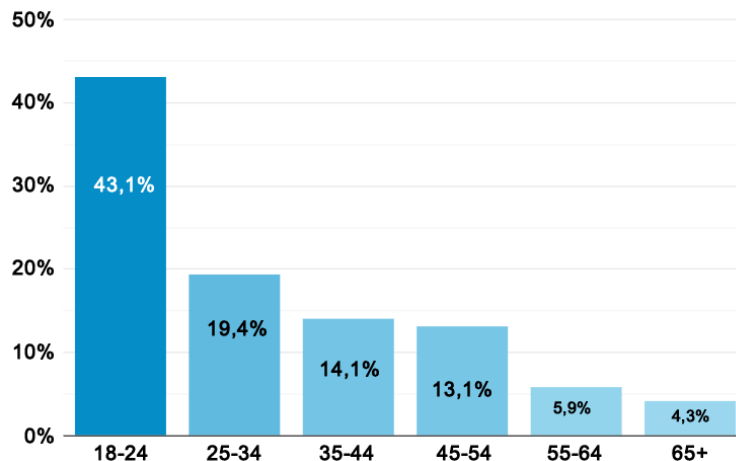
di browser impiegato. Negli ultimi due mesi il valore registrato è di 6,6 secondi ma non sono in grado di fornire una spiegazione. Nella tabella i tempi medi per i vati tipi di browser presenti sulla rete.

browser	sec.
Safari (in-app)	2,49
Opera	4,56
Edge	4,64
Android Webview	5,19
<b>Chrome</b>	<b>5,52</b>
Safari	7,54
Firefox	43,00

### 13.3 Segmentazione per classe di età

Sono due parametri attivati tardivamente in GA e quindi disponiamo di dati che si riferiscono ad una percentuale esigua degli utenti (meno del 20% degli utenti degli ultimi due mesi).

La segmentazione per classe di età è quella mostrata nella figura seguente (pur con i limiti di rappresentatività del campione)



Da questi dati emerge l'immagine di un pubblico sostanzialmente *giovane*, più del 60% nella classe 18-34 anni; sarebbe molto interessante per Civitas disporre della percentuale **di utenti sotto i 18 anni di età**, purtroppo, GA non traccia il flusso degli accessi effettuati da *minori* (giustamente).

## 13.4 In che modo gli utenti trovano Civitas?

Come già anticipato GA distingue 4 modi per raggiungere un sito.

<b>modo</b>	<b>%</b>	<b>significato</b>
organic search	70%	rappresenta il risultato di una ricerca effettuata sui motori
direct	16%	proviene da visitatori che conoscono il sito
social network	11%	provengono appunto da ambienti quali Facebook, Instagram, ecc..., nel nostro caso potrebbero essere il frutto della pagina FB di Civitas e in particolare di qualche promozione effettuata in questo ambiente
referral	3%	non è altro che una sorgente di traffico verso il nostro sito, cioè un link all'interno di un sito web che punta verso il nostro; in parole semplici, il Referral è il sito (o il dominio) che ha un link verso il nostro sito; tutto chiaro, tranne il fatto che non sappiamo chi siano questi siti che puntano a Civitas, e potrebbe anche trattarsi di spam

modalità	utenti	in %	rimbalzo
Organic Search	4.578	70,2%	79,80%
Direct	1.009	15,5%	62,11%
Social Network	736	11,3%	57,60%
Referral	199	3,1%	70,00%

