

PROGRAMMA EDUCATION  
FGA WORKING PAPER

N. **56** (03/2017)

**Eduscopio: le determinanti dell'accesso  
all'informazione**

**Massimo Bordignon  
Piergiorgio Carapella  
Gilberto Turati**

Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano



*Fondazione  
Giovanni Agnelli*

© Fondazione Giovanni Agnelli, 2017

*Le opinioni espresse in questo testo sono responsabilità degli autori e non necessariamente riflettono quelle della Fondazione Giovanni Agnelli.*

*The opinions expressed in this paper are the sole responsibility of the authors and do not necessarily reflect those of the Fondazione Giovanni Agnelli.*

**[www.fondazione-agnelli.it](http://www.fondazione-agnelli.it)**

**[segreteria@fga.it](mailto:segreteria@fga.it)**

# Eduscopio: le determinanti dell'accesso all'informazione

Massimo Bordignon\* Piergiorgio Carapella\* Gilberto Turati\*

## Sommario

Eduscopio rappresenta un'interessante novità per valutare il sistema scolastico e per rendere accessibile l'informazione ai cittadini. Il presente lavoro si propone di comprendere quali siano le caratteristiche territoriali che possano influenzare l'accesso ad Eduscopio. Le analisi di un inedito dataset mostrano che i cittadini dei comuni con scolarità e reddito medi più elevati accedono maggiormente all'informazione. La variabilità nella qualità delle scuole e la copertura dei media sul territorio si dimostrano due importanti fattori positivo per aumentare il numero degli utenti.

## Introduzione

La letteratura economica sui meccanismi utilizzabili per migliorare la qualità dell'offerta di servizi pubblici suggerisce di costruire quasi-mercati che stimolino, attraverso la competizione e la diffusione dell'informazione, il raggiungimento di più alti livelli di efficienza. Usando la ben nota terminologia di Hirschmann (1970), con la concorrenza, i servizi pubblici dovrebbero migliorare sia come risultato di fenomeni di *exit* che di *voice*. Cittadini informati possono scegliere "votando con i piedi" tra i diversi produttori di

---

\*Dipartimento di Economia e Finanza, Università Cattolica del Sacro Cuore.

servizi, pubblici o privati, e questo dovrebbero stimolare miglioramenti anche dei produttori più inefficienti (*exit*). O alternativamente, la diffusione dell'informazione sulla qualità dei servizi dovrebbero stimolare più *voice* da parte degli utenti, spingendo anche per questa strada ad un miglioramento del servizio<sup>1</sup>.

Naturalmente, questi risultati sono predicati sul fatto che i cittadini usino effettivamente l'informazione sulla qualità dei servizi che viene resa disponibile (Lewis and Marvel, 2011); e in termini di equità, che l'informazione, anche una volta resa disponibile, non sia utilizzabile solo dai cittadini che per le loro caratteristiche - reddito, istruzione, residenza - sono già più informati e hanno più accesso ai servizi. Il rischio altrimenti è quello di introdurre un'ulteriore discriminazione per classi sociali e territori tra i cittadini.

Il recente lancio di Eduscopio da parte della Fondazione Agnelli rappresenta da questo punto di vista un interessante esperimento nel contesto italiano. Eduscopio offre informazioni sulla qualità degli istituti scolastici superiori, sulla base della performance nei successivi studi universitari<sup>2</sup> degli studenti diplomati e offre gratuitamente questa informazione tramite un sito internet facilmente accessibile dagli utenti. Eduscopio, il cui lancio è avvenuto nel Novembre 2014, è stato ampiamente pubblicizzato dai media sia locali che nazionali. Il portale, con quasi due milioni di accessi, ha avuto sicuramente un grande successo. Ciononostante, è importante guardare i dati sulle differenze regionali e locali: se il 62% dei potenziali utenti risulta aver utilizzato il servizio in Lombardia, la quota scende al 4% in Val d'Aosta e in Basilicata, ed è nettamente inferiore al 20% nella maggior parte delle regioni italiane, incluse regioni ricche quali il Trentino<sup>3</sup>. Questo suggerisce un'interessante domanda di ricerca circa le determinanti di questi comportamenti differenziati: mentre alcune spiegazioni sono più evidenti come la ricchezza, il livello di educazione e l'accessibilità delle scuole tramite mezzi

---

<sup>1</sup>Per una disamina dell'utilità delle misure di performance nei servizi pubblici si veda, tra gli altri, Propper and Wilson (2003).

<sup>2</sup>Per alcune Regioni è ora possibile seguire le performances degli studenti sul mercato del lavoro. Si veda *Eduscopio.it* nella sezione il mondo del lavoro.

<sup>3</sup>Dati riferiti alla prima edizione. Si veda *Eduscopio.it* - i numeri del successo. Le differenze regionali nella seconda edizione sono presenti ma meno marcate.

di trasporto, sembra difficile ipotizzare che differenze di tale misura negli accessi siano soltanto spiegabili sulla base di queste diversità. Per esempio, la qualità percepita delle scuole in un determinato bacino; se la varianza percepita è bassa, il costo di impegnarsi a cercare la scuola migliore potrebbe essere troppo alto rispetto al beneficio (Moorthy et al., 1997). Altro importante fattore potrebbe essere dato dalla visibilità che i media locali hanno dato ad Eduscopio.

Per rispondere a questa importante domanda si è resa necessaria la costruzione di un ampio dataset contenente le informazioni su variabili socio-demografiche riferite ai comuni, sulla qualità delle scuole - tramite l'indice FGA - ed una disamina degli articoli sui giornali italiani che negli ultimi due anni hanno menzionato Eduscopio. Si è deciso di valutare come variabile di interesse, il numero di utenti che hanno avuto accesso al sito per ogni comune per ogni mese da Novembre 2014 fino a Marzo 2016. I risultati dell'analisi mostrano come i comuni più ricchi e con un livello di educazione più elevato presentano più utenti, inoltre sia la media, sia la varianza dell'indice FGA sono positivamente correlate con il numero di utenti nel comune. In ultimo, la presenza di notizie sui giornali locali influisce positivamente sull'accesso a Eduscopio.

Il presente articolo è suddiviso come segue: la prima sezione presenta la descrizione del dataset e le statistiche delle principali variabili di interesse, la seconda sezione presenta i risultati dell'analisi di regressione. L'ultima sezione presenta un'analisi più approfondita della penetrazione editoriale di Eduscopio e le conclusioni.

## **Statistiche Descrittive**

### **Datasets**

Per costruire il dataset utilizzato per le analisi finali si sono uniti quattro differenti database: il primo relativo agli accessi ad Eduscopio, il secondo con le caratteristiche dei comuni, il terzo riguardante le variabili scolastiche

e l'indice FGA, mentre l'ultimo presenta la codifica della rassegna stampa dal 2014 al 2016.

La variabile di principale interesse per l'analisi è il numero mensile di utenti unici<sup>4</sup> ogni 1000 abitanti. Il dataset finale presenta più di 95mila osservazioni su 17 mesi per 5639 comuni. Tuttavia, dato che solamente 1000 comuni presentano sul proprio territorio scuole sottoposte alla valutazione di Eduscopio, si sono presi come riferimento per le variabili scolastiche i comuni presenti nella *catchment area* di dieci chilometri dal comune ricercato dell'utente.

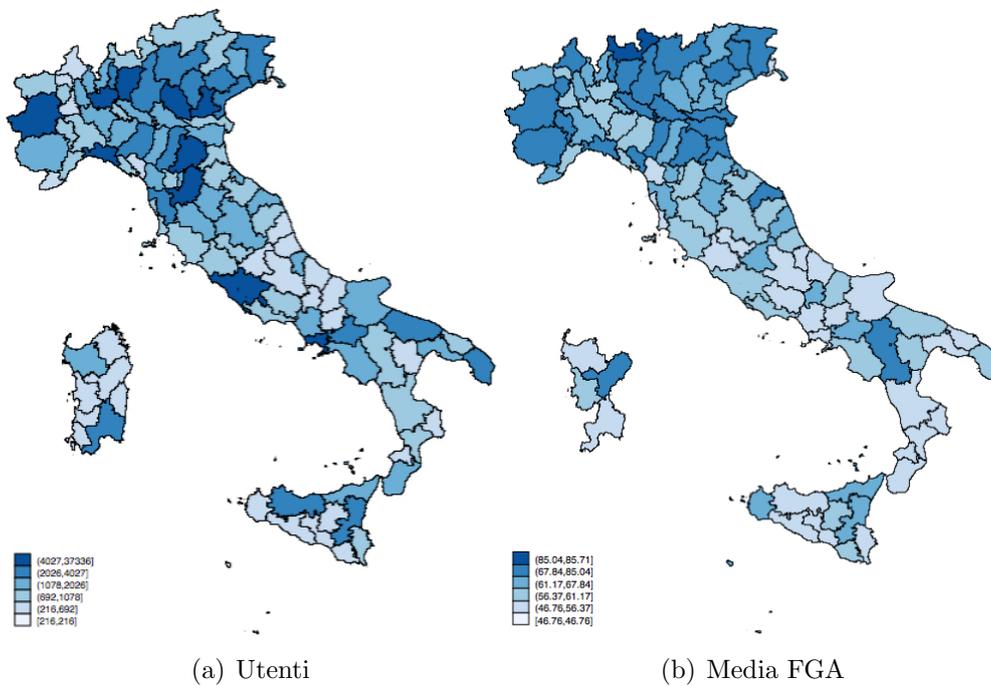


Figura 1: Utenti e Media indice FGA per Provincia

La Figura 1 rappresenta gli utenti annuali per provincia e la media provinciale dell'indice FGA per qualsiasi indirizzo scolastico. Come si può notare il numero di utenti è più elevato in corrispondenza di grandi centri urbani e i cittadini delle province del nord accedono maggiormente al portale. Per

<sup>4</sup>Il calcolo degli utenti unici è stato effettuato considerando come utente, ogni accesso da un indirizzo IP in un determinato comune in un mese e eliminando gli accessi multipli.

quanto riguarda la qualità media delle scuole è superiore al nord rispetto al resto del territorio nazionale<sup>5</sup>.

Tabella 1: Statistiche descrittive sulle scuole per Zona Geografica

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Utenti	Numero Scuole	Media Indice	Std.Dev Indice
<b>Centro</b>				
<i>Media</i>	0.388	5.921	59.983	2.354
<i>Std.Dev</i>	(1.153)	(9.667)	(6.527)	(4.027)
<b>NordEst</b>				
<i>Media</i>	0.548	7.011	67.624	2.376
<i>Std.Dev.</i>	(1.737)	(6.453)	(6.307)	(4.81)
<b>NordOvest</b>				
<i>Media</i>	0.940	12.274	66.025	3.997
<i>Std.Dev.</i>	(2.37)	(20.073)	(6.96)	(4.604)
<b>Sud e Isole</b>				
<i>Media</i>	0.335	8.544	56.011	3.05
<i>Std.Dev</i>	(1.237)	(15.821)	(6.042)	(4.27)
<b>Totale</b>				
<i>Media</i>	0.64	9.500	62.916	3.239
<i>Std.Dev</i>	(1.895)	(16.233)	(8.015)	(4.534)

*Utenti* è la media di utenti mensili nel comune per 1000 abitanti, *Numero scuole* rappresenta il numero medio di scuole nell'area di 10 km dal comune di riferimento.

Le principali variabili scolastiche che abbiamo preso in considerazione sono il numero delle scuole, la media e la deviazione standard dell'indice FGA ponderata per il numero di scuole e di comuni nella *catchment area*. Come si può vedere dalla tabella 1, nord-ovest e sud sono le zone geografiche con più alto numero di scuole e con maggiore deviazione standard, tuttavia la media dell'indice FGA è di 9 punti minore al sud e questa differenza è statisticamente significativa.

La Tabella 2 presenta le differenze nelle principali caratteristiche comunali divise per zona geografica. Il digital divide è un indice, compreso fra zero e uno, rappresenta la percentuale delle abitazioni non coperte dalla banda

<sup>5</sup>Fare un confronto inter-provinciale può essere interessante per capire i meccanismi nazionali, per come è costruito l'indice, tali confronti vanno però presi con cautela.

larga. Non si notano differenze significative in Italia, tale fattore non pare quindi di particolare influenza nell'accesso al portale di Eduscopio. Questo dato, che potrebbe sorprendere, è probabilmente indotto dal campione utilizzato. In quest'ultimo infatti si trova una percentuale inferiore di comuni ultra-periferici e periferici che generalmente hanno una copertura della banda larga inferiore. Per cogliere più caratteristiche comunali possibili si è fatto uso dell'indice di *remoteness*<sup>6</sup>, o indice Barca, che permette di dividere i comuni in sei classi in base al loro grado di perifericità. Più un comune è remoto più difficoltà di accesso ai servizi avranno i suoi cittadini, e questo limita le potenzialità di scelta delle scuole superiori.

Le altre variabili di interesse a livello comunale sono la percentuale di abitanti con solamente la licenza elementare, il reddito pro-capite e la percentuale di stranieri residenti nel comune. Queste variabili permettono di controllare per gli effetti del probabile maggiore accesso all'informazione dei cittadini con livello di istruzione e reddito superiore.

---

<sup>6</sup>Si tratta un indice sintetico che misura il grado di perifericità di un comune. E' stato concepito dall'Agenzia di Coesione Territoriale e tiene conto di diversi fattori come ad esempio i trasporti pubblici, l'accesso ai servizi di base, la popolazione e divide i comuni in 6 classi: Polo, Polo intercomunale, Cintura, Intermedio, Periferico e Ultraperiferico. Maggiori informazioni sono reperibili su [www.agenziacoesione.gov.it/](http://www.agenziacoesione.gov.it/).

Tabella 2: Caratteristiche comunali per Zona Geografica

Zona Geo	(1) No Education	(2) Digital Divide	(3) Reddito	(4) Stranieri
<b>Centro</b>				
<i>Media</i>	0.086	0.123	10914.175	0.067
<i>Std.Dev</i>	(0.021)	(0.246)	(2036.214)	(0.036)
<b>NordEst</b>				
<i>Media</i>	0.07	0.084	13681.382	0.081
<i>Std.Dev.</i>	(0.013)	(0.17)	(1775.268)	(0.039)
<b>NordOvest</b>				
<i>Media</i>	0.062	0.099	14042.824	0.069
<i>Std.Dev.</i>	(0.013)	(0.244)	(2328.861)	(0.039)
<b>Sud e Isole</b>				
<i>Media</i>	0.103	0.112	8084.690	0.022
<i>Std.Dev</i>	(0.022)	(0.254)	(1421.759)	(0.015)
<b>Totale</b>				
<i>Media</i>	0.077	0.103	12035.66	0.059
<i>Std.Dev.</i>	(0.024)	(0.236)	(3204.977)	(0.04)

## Copertura editoriale di Eduscopio

Uno dei fattori di innegabile interesse nell'analisi dell'accesso all'informazione è l'attenzione che i media hanno dedicato al progetto di Eduscopio. Si è quindi costruito un dataset contenente tutti gli articoli pubblicati sui giornali dal giorno dopo il lancio di Eduscopio a fine Marzo 2016. Si è poi differenziato fra edizioni locali<sup>7</sup> e edizioni nazionali, il totale di articoli raccolti è 512. Il 91% dei quali sono di giornali locali. Il mese con maggior numero di articoli che parlano del sito è Dicembre 2015, a ridosso del lancio della seconda edizione di Eduscopio. La Figura 2 presenta una linea temporale delle due edizioni di Eduscopio e il numero di utenti mensili nel periodo osservato. Come si può notare ci sono due picchi di numero di utenti nei mesi di Dicembre in entrambi i due anni, ovvero all'apice della copertura mediatica.

<sup>7</sup>Per edizioni locali si intendono sia testate nazionali con inserti provinciali, sia giornali provinciali.

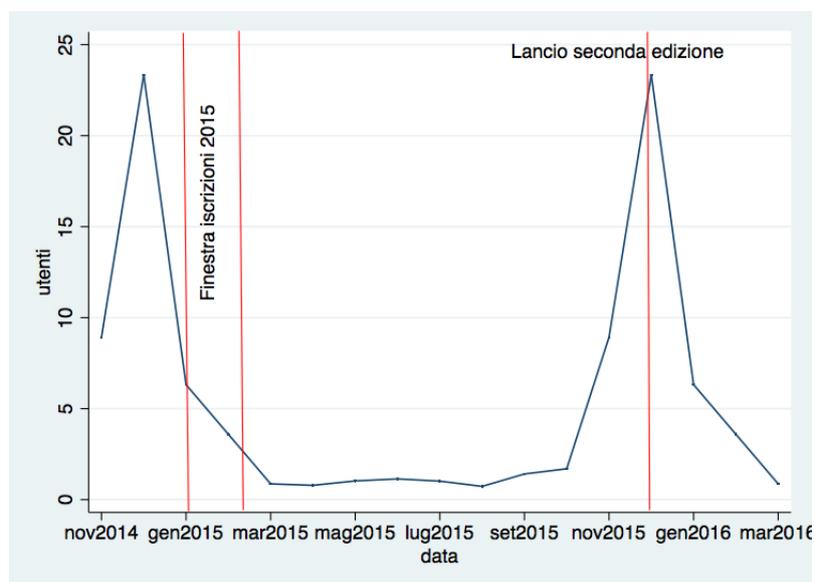


Figura 2: Media utenti<sup>8</sup> sul territorio nazionale divisi per mesi

La Tabella 3 presenta il numero di articoli dei cinque principali quotidiani per diffusione sul territorio nazionale<sup>9</sup> che hanno parlato del progetto. I giornali che hanno dato maggiore spazio al progetto della Fondazione Agnelli sono La Stampa, con 49 articoli, Il Resto del Carlino e La Repubblica<sup>10</sup>.

Tabella 3: Articoli su Eduscopio nei principali quotidiani

	(1) Prima Edizione	(2) Seconda Edizione	(3) Totale
Corriere della Sera	1	4	5
La Repubblica	8	10	18
La Stampa	16	33	49
Il Messaggero	2	2	4
Il Resto del Carlino	15	19	34

<sup>8</sup>Utenti ogni mille abitanti.

<sup>9</sup>I dati sulla diffusione nazionale derivano dal sito di Accertamento Diffusione Stampa [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it) e si riferiscono al Novembre 2013.

<sup>10</sup>Una citazione merita anche il quotidiano La Nazione che, grazie alle numerose edizioni locali in Toscana, ha prodotto trenta articoli.

La provincia con maggiore copertura mediatica è Monza con 20 articoli nel periodo osservato. Inoltre si evidenziano 17 province con nessun articolo nelle edizioni locali<sup>11</sup>, tutte nel centro-sud con l'eccezione di Bolzano, dove le analisi di Eduscopio non sono presenti, e di Trieste.

Si evidenzia quindi una minore penetrazione editoriale di *Eduscopio.it* nelle Regioni del Sud, in particolare in Basilicata, Campania e Calabria. Una spiegazione possibile di questo fenomeno è legata alla qualità delle scuole: le province con una qualità delle scuole più bassa avranno meno interesse a pubblicizzare tale risultato, vi è infatti una correlazione positiva e significativa fra numero di articoli osservati nella provincia e media dell'indice FGA. Tale risultato, può tuttavia essere collegato ad un problema di simultaneità: la qualità delle scuole è collegata ad un livello di scolarità più basso e questo diminuisce la domanda di informazione da parte del cittadino.

## Analisi di regressione

L'obiettivo di questo lavoro è di comprendere quali fattori influenzino l'accesso a Eduscopio e quali variabili possano spiegare le differenze osservate sul territorio nazionale. Come sottolineato nell'introduzione, è utile capire se l'informazione non venga utilizzata solo da quei cittadini<sup>12</sup>, che per caratteristiche personali, sono già più informati, aumentando il rischio di ulteriore discriminazione.

L'ultima parte di quest'analisi è volta a comprendere l'impatto dei media, in particolare dei giornali, sul numero di utenti che utilizzano Eduscopio. Su questa variabile è infatti possibile intervenire cercando di aumentare il numero di informazioni in quelle regioni dove il progetto ha avuto meno visibilità.

La principale equazione di regressione è la seguente:

---

<sup>11</sup>Le province interessate sono: Bolzano, Trieste, Macerata, Terni, Latina, Frosinone, Foggia, Potenza, Matera, Enna, Catania, Cagliari, Isernia, Crotone, Olbia, Ogliastra, Medio Campidano.

<sup>12</sup>L'analisi non si riferisce ai bisogni del singolo utente perchè non possediamo i dati a disposizione. I livelli comunali sono interpretati quindi come movimento della collettività, nell'idea più generale di welfare aggregato.

$$\text{Utenti}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Comuni}_i + \beta_2 \text{Scuole}_j + \beta_3 \text{Local News}_{it} + T_t + \epsilon_{it} \quad (1)$$

Dove la variabile dipendente  $\text{Utenti}_{it}$  è il numero di utenti mensili comunali ogni 1000 abitanti;  $\text{Comuni}_i$  è un vettore di caratteristiche del comune. L'indice di *remoteness*, il digital divide, il reddito pro capite, la scolarità media e i ragazzi in età scolare. Mentre  $\text{Scuole}_j$  è un vettore di caratteristiche sulle scuole nella *catchment area*, come la media dell'indice FGA, la sua deviazione standard e il numero delle scuole. In ultimo,  $\text{Local News}_{it}$  è una dummy che assume valore 1 se nel mese osservato la provincia del comune  $i$  ha registrato un articolo in una edizione locale.

Come si evince dalla Tabella 4, vi sono tre principali caratteristiche che mostrano un impatto significativo sul numero di utenti comunali. Fra le variabili delle scuole si nota che la media dell'indice FGA della *catchment area* ha un effetto leggermente significativo.

La variabile scolastica che invece è sempre positiva e significativa e la deviazione standard dell'indice, ad un aumento dell' 1% nella variabilità della qualità delle scuole corrisponde un aumento dello 0.22% nel numero di utenti. Questo risultato è comprensibile, se l'indice FGA varia significativamente nell'area di riferimento del comune, i cittadini sono più propensi ad informarsi<sup>13</sup>. Il livello di scolarità, misurato come percentuale di residenti senza titolo di studio, è la variabile che ha un impatto maggiormente significativo. Ad un aumento del 1% corrisponde una diminuzione del 7% negli utenti mensili.

---

<sup>13</sup>Si è implementato un *robustness check* effettuando l'analisi sui singoli anni. I coefficienti della standard deviation dell'indice FGA sono sempre positivi, significativi e pressochè identici. Ciò sta a significare che una percezione sulla qualità delle scuole vi era già negli utenti prima di Eduscopio. Ora, grazie al portale, i cittadini possono confrontare le loro aspettative con dati più oggettivi.

Tabella 4: Eduscopio e determinanti dell'accesso

	(1)	(2)	(3)	(4)
numero scuole	0.00085 (0.00058)	0.00085 (0.00058)	0.00075 (0.00059)	0.00076 (0.00059)
mean FGA	0.00201 (0.00124)	0.00201 (0.00124)	0.00202 <sup>†</sup> (0.00121)	0.00199 (0.00122)
std.dev FGA	0.00520** (0.00185)	0.00520** (0.00185)	0.00526** (0.00182)	0.00529** (0.00183)
no education	-2.391** (0.455)	-2.391** (0.455)	-2.383** (0.453)	-2.382** (0.454)
reddito	0.0505** (0.00850)	0.0505** (0.00850)	0.0504** (0.00843)	0.0503** (0.00845)
digital div	0.0550 (0.0466)	0.0550 (0.0467)	0.0557 (0.0465)	0.0560 (0.0465)
local news			0.150** (0.0461)	0.105** (0.0353)
dic · local news				1.761** (0.139)
monthly fixed effects		✓	✓	✓
remoteness dummies	✓	✓	✓	✓
zona geografica	✓	✓	✓	✓
$R^2$	0.0168	0.190	0.190	0.189
$N$	95863	95863	95863	95863

In parentesi gli errori standard clusterizzati a livello provinciale <sup>†</sup>  $p < 0.1$ , \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$

*dic · local news* rappresenta l'interazione fra il mese di dicembre e la presenza di una notizia locale. *Remoteness dummies* contiene le altre 3 classi di comuni: polo intercomunale, comune intermedio e comune periferico. Nessuna di queste ha coefficienti significativi.

Il reddito medio a livello comunale ha un effetto positivo e significativo, quest'ultimo se collegato con l'impatto della scolarità, suggerisce che l'accesso all'informazione avviene in corrispondenza con utenti che sono già maggiormente informati, ciò potrebbe avere effetti sulla disuguaglianza che abbiamo citato nell'introduzione.

Le variabili binarie di remoteness sono state utilizzate come controllo

dell'effetto della perifericità nell'accesso ad Eduscopio. I coefficienti rispecchiano gli effetti attesi, sottolineati anche in Figura 1, cioè che la variabile comune polo urbano aumenta il numero degli accessi, mentre ai comuni della cintura sono correlati un numero minore di utenti. Tuttavia, la significatività del comune polo si annulla quando si controlla per le variabili editoriali. E' assumibile pensare infatti che nelle città i cittadini leggano più giornali, una volta controllato per l'esposizione editoriale, l'effetto dei poli urbani sparisca.

Passando all'analisi delle variabili sulla penetrazione editoriale, si nota che la presenza di un articolo in un'edizione locale aumenta del 0.44% il numero di utenti, tale impatto aumenta ulteriormente se si guarda al coefficiente di interazione fra il mese di Dicembre 2014 - subito dopo il lancio della prima edizione - e la *dummy* edizione locale. In questo caso la presenza di un articolo aumenta del 7% il numero di utenti. La grandezza di tale coefficiente è probabilmente influenzata anche dal maggiore numero di articoli presenti nel mese di Dicembre. Ciononostante l'esposizione mediatica nelle settimane subito dopo il lancio delle nuove edizioni aumenta il numero di utenti raggiunti in maniera significativa.

Infine, abbiamo controllato se la vicinanza alle scadenze di iscrizione avesse un effetto positivo sul numero di utenti. E' plausibile pensare che i genitori e i potenziali studenti consultino Eduscopio per prendere la decisione finale sulla scuola futura. Per fare ciò abbiamo creato un *event study* prendendo come riferimento le date di scadenza delle iscrizioni<sup>14</sup> nei due anni analizzati. Si è quindi preso come riferimento le due settimane prima e due settimane dopo la scadenza e le si è inserite come variabili *dummy* nell'equazione di

Tabella 5: Iscrizione e numero di accessi

	(1)
iscrizioni 1 2015	0.0141 (0.0178)
iscrizioni 2 2015	0.0151 (0.0183)
non iscrizioni 1 2015	0.000835 (0.0178)
non iscrizioni 2 2015	-0.00307 (0.0177)
iscrizioni 1 2016	0.0371** (0.00384)
iscrizioni 2 2016	0.0767** (0.00605)
non iscrizioni 1 2016	0.0286** (0.00405)
non iscrizioni 2 2016	-0.000271 (0.00326)

<sup>14</sup>Si ricorda che le date di iscrizione sono uguali a livello nazionale, più precisamente sono state il 15 febbraio per l'anno scolastico 2015/2016 e il 22 febbraio per il 2016/2017.

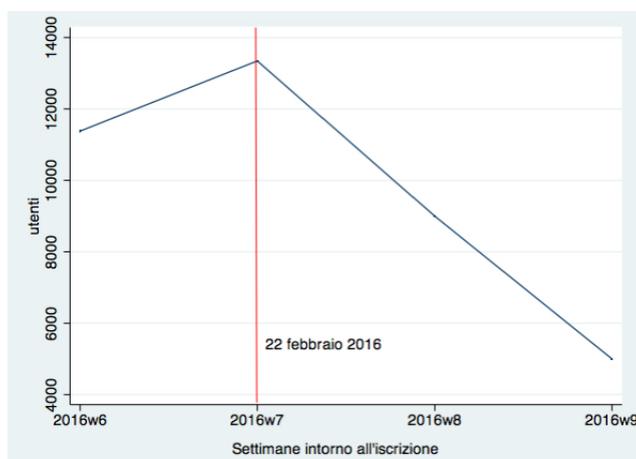


Figura 3: Totale utenti nelle settimane intorno all'iscrizione

regressione. La variabile di interesse sono sempre gli utenti comunali ma a livello settimanale.

Come si evince dalla Tabella 5 <sup>15</sup> non ci sono gli effetti attesi di scadenza delle iscrizioni. Eccezion fatta per la terza settimana di Febbraio 2016, tutte le altre *dummy* non sono significative. Non sembra esserci quindi un maggiore accesso ad Eduscopio durante le finestre per le iscrizioni, tuttavia si potrebbe ipotizzare che la seconda edizione abbia beneficiato di una notorietà già presente sul territorio e che quindi gli utenti si siano affidati maggiormente ad Eduscopio nelle settimane intorno all'iscrizione. Tale risultato si può notare anche in Figura 3, dove, prendendo l'intorno di riferimento per il 2016, si nota un andamento crescente con un picco <sup>16</sup> all'ultima settimana disponibile.

## Conclusioni

Eduscopio rappresenta una realtà interessante di come si possano valutare i servizi pubblici, ma soprattutto di come si possa rendere disponibile l'informazione ai cittadini. Nonostante il successo delle prime due edizioni, l'elevata

<sup>15</sup>Le variabili iscrizione si riferiscono all'ultime due settimane disponibili per le iscrizioni alle superiori. Non iscrizione sono invece le due settimane dopo la *deadline*. Gli utenti sono calcolati a livello settimanale e le variabili di controllo sono le medesime dell'equazione (1).

<sup>16</sup>Si tratta comunque di un picco relativo, il maggiore numero degli accessi si ha a Dicembre.

variabilità sul territorio nazionale è indice di una difficoltà di una parte della popolazione ad accedere a tale servizio. Si è quindi cercato di comprendere quali siano le caratteristiche locali che possano influenzare l'accesso ad Eduscopio e quali strumenti si possano attivare per rendere l'informazione disponibile a più utenti possibili.

Grazie all'analisi di un estensivo e inedito dataset si è scoperto che il livello di educazione degli utenti e loro reddito hanno un effetto positivo. Ciò può far sorgere qualche preoccupazione in termini di disuguaglianza poiché cittadini che sono già più informati per caratteristiche personali, riescono ad accedere ad un'ulteriore informazione, possibilmente aumentando le differenze con strati della popolazione meno benestanti.

Un ulteriore effetto positivo sul numero di accessi è dato dalla variabilità nella qualità delle scuole. Se c'è elevata deviazione standard gli utenti vorranno maggiori informazioni per scegliere la scuola futura. L'informazione diventa quindi una risorsa importante e utilizzata quando la varianza percepita dai potenziali utenti è alta, poiché, in questo caso, il beneficio del reperire l'informazione supera il costo dell'ottenerla.

L'elemento di maggiore importanza si è dimostrato essere la copertura mediatica. Nelle province del nord, i giornali locali hanno pubblicato più articoli su Eduscopio e questo è collegato con un numero più alto di utenti a livello comunale. Tale effetto è ancora più grande se l'articolo è presente nelle settimane successive al lancio, in particolare il mese di Dicembre.

Sarebbe quindi importante coinvolgere un numero maggiore di quotidiani locali delle Province, principalmente nelle Regioni del Sud, per aumentare il numero di potenziali utenti. Spesso, come si è visto nell'analisi, le scuole con migliori risultati si autopromuovono sui giornali, menzionando i risultati positivi ottenuti dalla valutazione della Fondazione Agnelli. Occorre quindi dare maggiore spazio a quelle province che non presentano istituti di qualità, ma i cui cittadini beneficerebbero comunque da una più ampia offerta informativa. Ciò potrebbe ridurre gli effetti della disuguaglianza nell'accesso all'informazione e, nel lungo periodo, ad un possibile miglioramento del servizio per gli effetti di *voice* degli elettori.

## Riferimenti bibliografici

- AA.VV. Le aree interne: di quale territori parliamo? Nota esplicativa sul metodo di classificazione delle aree. Technical report, Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, 2013.
- J.R. Brown and A. Goolsbee. Does the internet make markets more competitive? evidence from the life insurance industry. *Journal of Political Economy*, 110(3):481–507, 2002.
- E. A Hanushek. Publicly provided education. *Handbook of public economics*, 4:2045–2141, 2002.
- A. Hirschmann. *Exit, Voice, and Loyalty: Response to Decline in Firms*. Harvard University Press, 1970.
- M.S. Lewis and H. P. Marvel. When do consumer search? *The Journal of Industrial Economics*, 59(3):457–483, 2011.
- S. Moorthy, B. T. Ratchford, and D. Talukdar. Consumer information search revisited: Theory and empirical analysis. *Journal of Consumer Research*, 23(4):263–277, 1997.
- C. Propper and D. Wilson. The Use and Usefulness of Performance Measures in the Public Sector. *Oxford Review of Economic Policy*, 19(2):250–267, 2003.
- P. Smith. On the unintended consequences of publishing performance data in the public sector. *International Journal of Public Administration*, 18(2-3):277–310, 1995.