

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

CAMERE DI COMMERCIO DELL'EMILIA ROMAGNA

22 SETTEMBRE 2015

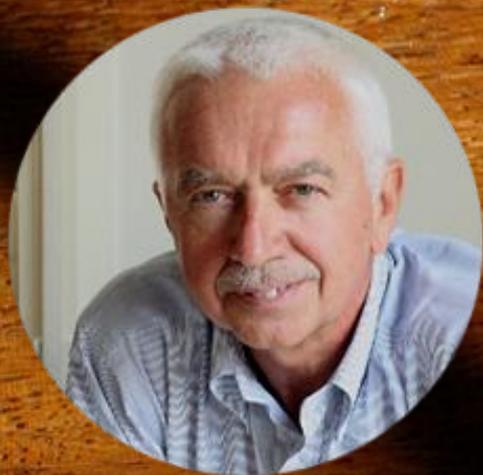


ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

per la promozione
della cultura economica

Giuliano Zoppis, Diomira Cennamo

 Scomunicare



MEDIA RELATIONS



DIGITAL MEDIA STRATEGY



Scomunicare

Studio di consulenza per la Comunicazione di Impresa

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ **Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici**
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ **La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare**
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ **I pubblici: istituzioni, media, cittadini**
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

Gli Open Data

La conoscenza è aperta quando chiunque ha rispetto ad essa libertà di accesso, uso, modifica e condivisione – avendo al massimo come limite misure che ne preservino la provenienza e l'apertura.

([Opendefinition.org](http://opendefinition.org))

- Licenza: tutt'al più all'obbligo di citazione o condivisione allo stesso modo ([Creative Commons](http://creativecommons.org))
- Distribuzione gratuita
- Formato: processabili da una macchina (*machine-readable*) e disponibili in massa (*bulk*) – **“pulizia”**

Pubblica amministrazione e accesso ai dati

The screenshot shows the homepage of the 'Diritto di Sapere' website. At the top left is the logo 'DIRITTO DI SAPERE' in a red speech bubble. To the right is a link 'Registrati o accedi'. Below the logo is a navigation menu with links: 'Inserisci richiesta', 'Guarda richieste', 'Lista amministrazioni', 'Chi Siamo', and 'Aiuto'. A search bar is located to the right of the menu. The main content area features a three-step process for requesting information: 1. 'Usa il tuo diritto di accesso all'informazione' (Chiedi informazioni a una pubblica amministrazione) with a 'Chiedi »' button. 2. 'Noi inviamo la domanda per te'. 3. 'Ti avvertiamo quando c'è una risposta' (Mi risponderanno?») with a 'Mi risponderanno?») button. To the right of this process is a red box titled 'Quanto è trasparente l'Italia?' containing text about a 2013 study on public administration transparency, stating that only 13% of responses were fully satisfactory. Below this is a newsletter sign-up form with an 'Indirizzo email' field and an 'iscriviti alla newsletter' button. At the bottom of the form are social media links for Facebook ('Mi piace' with 901 likes) and Twitter ('Segui @dirittodisapere').

DIRITTO DI SAPERE

Registrati o accedi

Inserisci richiesta Guarda richieste Lista amministrazioni Chi Siamo Aiuto

1 **Usa il tuo diritto di accesso all'informazione**
Chiedi informazioni a una pubblica amministrazione
Chiedi »

2 **Noi inviamo la domanda per te**

3 **Ti avvertiamo quando c'è una risposta**
Mi risponderanno?»)»

Quanto è trasparente l'Italia?
Nel 2013 abbiamo realizzato il primo studio di monitoraggio sull'accesso all'informazione della Pubblica Amministrazione in Italia. Dall'analisi risulta che solo il 13% delle risposte è considerato pienamente soddisfacente.
Maggiori informazioni nel nostro [rapporto](#) (in italiano e inglese)..

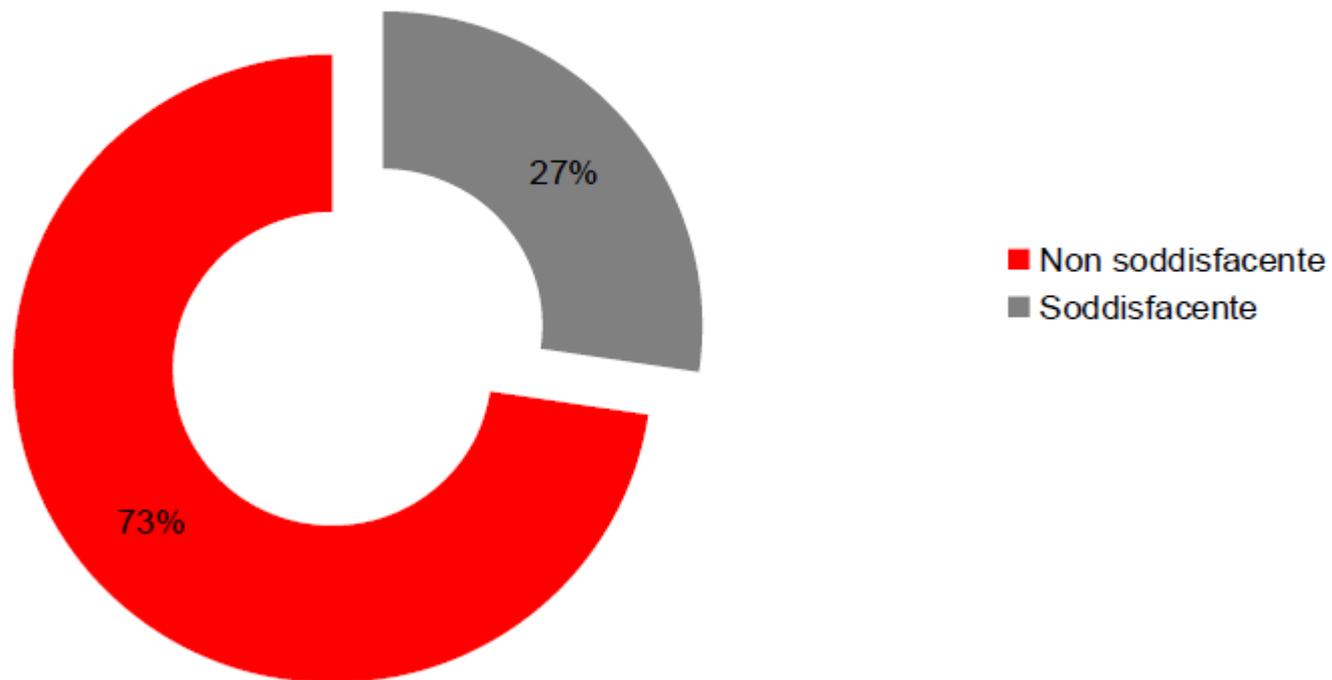
Indirizzo email

iscriviti alla newsletter

Mi piace 901 Segui @dirittodisapere

Pubblica amministrazione e accesso ai dati

Come la PA italiana ha risposto alle richieste di informazione



Pubblica amministrazione e accesso ai dati



The image shows the homepage of the FOIA4 Italy website. At the top, there is a dark green header with the logo "FOIA4 ITALY" in white, bold, sans-serif font. Below the header is a navigation menu with the following items: HOME, COSA È UN FOIA?, PERCHÈ SERVE IL FOIA, LA PROPOSTA DI LEGGE (with a dropdown arrow), CHI SIAMO, MANIFESTO, and NEWS. The main content area has a green background and features the text "VOGLIAMO UN FREEDOM OF INFORMATION ACT" in large, white, bold, sans-serif font. Below this text is a thin red horizontal line, followed by the phrase "Cittadinanza consapevole e partecipe al bene comune." in a smaller white font. At the bottom of the main content area is a red button with the text "FIRMA ORA" in white, bold, sans-serif font.

Petizione per il libero accesso a dati e documenti della pubblica amministrazione

<http://www.foia4italy.it/>

Portali open data



dati.gov.it

I dati aperti della Pubblica Amministrazione

Dati

Focus

Fare Open Data

Notizie

Documenti

Info

Cerca nei dataset

CERCA

Il portale nazionale dei dati aperti della PA

Nuova organizzazione dei dataset



Navigazione semplificata

Focus e approfondimenti
sulle politiche.opendata



dati.gov.it

In continuo aggiornamento.

10 329 dataset prodotti da **76 amministrazioni** tra cui **Dati Geografici** e **695 Dati Statistici**.

<http://www.dati.gov.it/>

Portali open data

Mapa del sito | Avviso legale | Contatti | italiano (it) ▼



Portale Open Data dell'Unione europea

EUROPA > Portale Open Data > Dati

Dati Applicazioni Linked Data Angolo degli sviluppatori Info

Share

Trova set di dati ...



Proponete un set di dati

Non trovate un set di dati dell'UE?

[Richiedetelo!>>](#)

Mostra i risultati della ricerca con: tutte queste parole | almeno una di queste parole | la frase esatta (?)

Set di dati disponibili in totale: 8780

Set di dati più visualizzati

[visualizza tutto »](#)

- DGT-Translation Memory (13016 visualizzazioni)
- Elevation map of Europe (9866 visualizzazioni)
- CORDIS – EU research projects under Horizon 2020 (2014–2020) (9167 visualizzazioni)
- EuroVoc

Ricerca nelle serie di dati per tema



Occupazione e lavoro



Questioni sociali



Vita economica



Finanze



<https://open-data.europa.eu/en/data/>

Gli Open Data

Demografia Imprese Open Data Explorer



Imprese Attive

Cartogrammi CHOROPLETH MAPS

Iscrizioni e Cancellazioni

Procedure Concorsuali

Persone Attive

Metadati DCAT-RSS

Ultimo rilascio: 7 settembre 2015
Dati aggiornati al 31 agosto 2015

Open Data Explorer Il servizio - ideato e realizzato dalla Camera di Commercio di Macerata con tecnologia JavaScript, e basato sulle API di [Google Visualization](#) - è connesso a dataset, costantemente aggiornati, espressi in [JSON-stat](#). Non richiede l'installazione di alcun software o plugin ed è compatibile con tutti i principali browser (ad eccezione delle versioni meno recenti di Internet Explorer, fino alla 8). Qualora i dati apparissero non aggiornati - vedi la data dell'ultimo rilascio, in alto a destra - si consiglia di cancellare la cronologia del browser (Ctrl+Maiusc+Canc).

Mappe e Grafici Interattivi Agendo su menu a discesa, bottoni ed altri strumenti, è possibile selezionare specifici valori delle variabili (es. Territorio, Settore di Attività Economica e Tempo). I menu a discesa supportano l'autocompletamento dei caratteri già digitati.

Dataset Premendo il bottone [Esplora il Dataset](#), è possibile visualizzare i dati in forma tabellare, e selezionare singolarmente le variabili di Riga, Colonna e Filtro. La pagina con le **Serie Storiche**: **1.** supporta l'autocompletamento dei caratteri già digitati e consente la selezione multipla, **2.** permette di ordinare i record, cliccando sulle relative **etichette di colonna** (clic successivi determinano, alternativamente, un ordine ascendente o discendente), **3.** consente di navigare fra le pagine, attraverso i **bottoni numerati**.

[Catalogo Open Data - DCAT](#)

Visualizza con [lod view](#) [Il Catalogo dei Dataset, espressi in RDF Data Cube Linked Open Data e JSON-stat](#)

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ **La comunicazione interna**
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

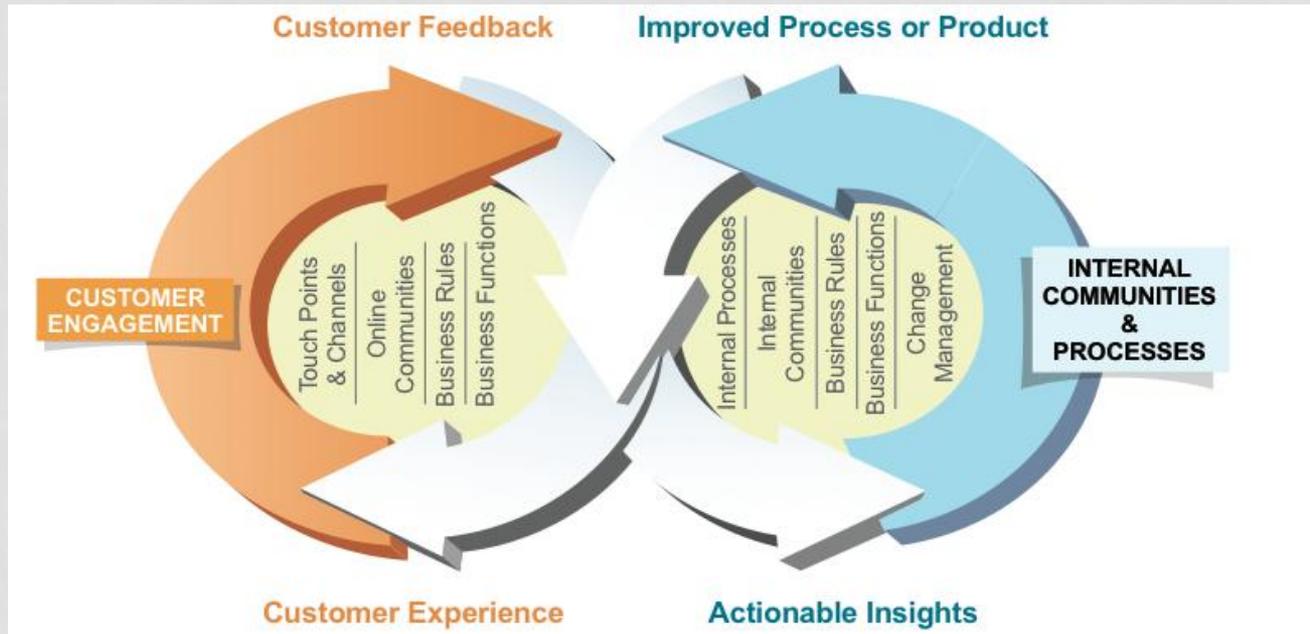
L'unione fa la forza

- Una comunicazione coerente ed efficace passa dalla condivisione interna di informazioni, idee, iniziative, e dalla veicolazione e amplificazione di queste verso l'esterno



Un doppio circolo virtuoso

- Un processo circolare di creazione di valore, che determina un arricchimento reciproco tra community interne ed esterne



Fonte: Open Knowledge, 2012

Gestione dei flussi di comunicazione e internal collaboration

yammer
The Enterprise Social Network

asana:

Confluence

IBM Connections Suite

SharePoint

jive

NING
MODE MEDIA

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ **I canali**
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ Gli strumenti

I canali

- ✓ Stampa generalista e di settore
- ✓ Media radio-televisivi
- ✓ Eventi fisici
- ✓ Sito web
- ✓ Social media

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ **Target e linguaggi**
- ✓ Gli strumenti

Internet e social media in Italia

Dati di accesso a Internet



DA QUALSIASI LUOGO
E STRUMENTO

41,1
milioni

L' **85,5%** degli
italiani (11-74 anni)



DA CELLULARE /
SMARTPHONE



30,6 milioni

Il **63,6%** degli italiani
(11-74 anni)

100% studenti universitari

100% dirigenti, quadri e docenti universitari

99,8% imprenditori e liberi professionisti

99% impiegati e insegnanti

95% chi è in cerca di prima occupazione

70,8% casalinghe

Base: totale individui 11-74 anni (=48.096.000) – Valori %

Internet e social media in Italia

TOTAL
POPULATION



we
are
social

60.8
MILLION

URBANISATION: 68%

FIGURE REPRESENTS TOTAL NATIONAL
POPULATION, INCLUDING CHILDREN

ACTIVE
INTERNET USERS



we
are
social

36.6
MILLION

PENETRATION: 60%

FIGURE INCLUDES ACCESS VIA
FIXED AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL
MEDIA ACCOUNTS



we
are
social

28.0
MILLION

PENETRATION: 46%

FIGURE REPRESENTS ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE USERS

MOBILE
CONNECTIONS



we
are
social

82.3
MILLION

vs. POPULATION: 135%

FIGURE REPRESENTS MOBILE
SUBSCRIPTIONS, NOT UNIQUE USERS

ACTIVE MOBILE
SOCIAL ACCOUNTS



we
are
social

22.0
MILLION

PENETRATION: 36%

FIGURE REPRESENTS ACTIVE USER
ACCOUNTS, NOT UNIQUE USERS

Internet e social media in Italia

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE
INTERNET USERS



36.6M

INTERNET USERS AS A
PERCENTAGE OF THE
TOTAL POPULATION



60%

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE MOBILE
INTERNET USERS



25.8M

MOBILE INTERNET USERS AS
A PERCENTAGE OF THE
TOTAL POPULATION



43%

Internet e social media in Italia

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA ACCOUNTS



ACTIVE SOCIAL ACCOUNTS
AS A PERCENTAGE OF
THE TOTAL POPULATION



TOTAL NUMBER OF
SOCIAL ACCOUNTS
ACCESSING VIA MOBILE



ACTIVE MOBILE SOCIAL
ACCOUNTS AS A PERCENTAGE
OF THE TOTAL POPULATION



28.0M

we
are
social

46%

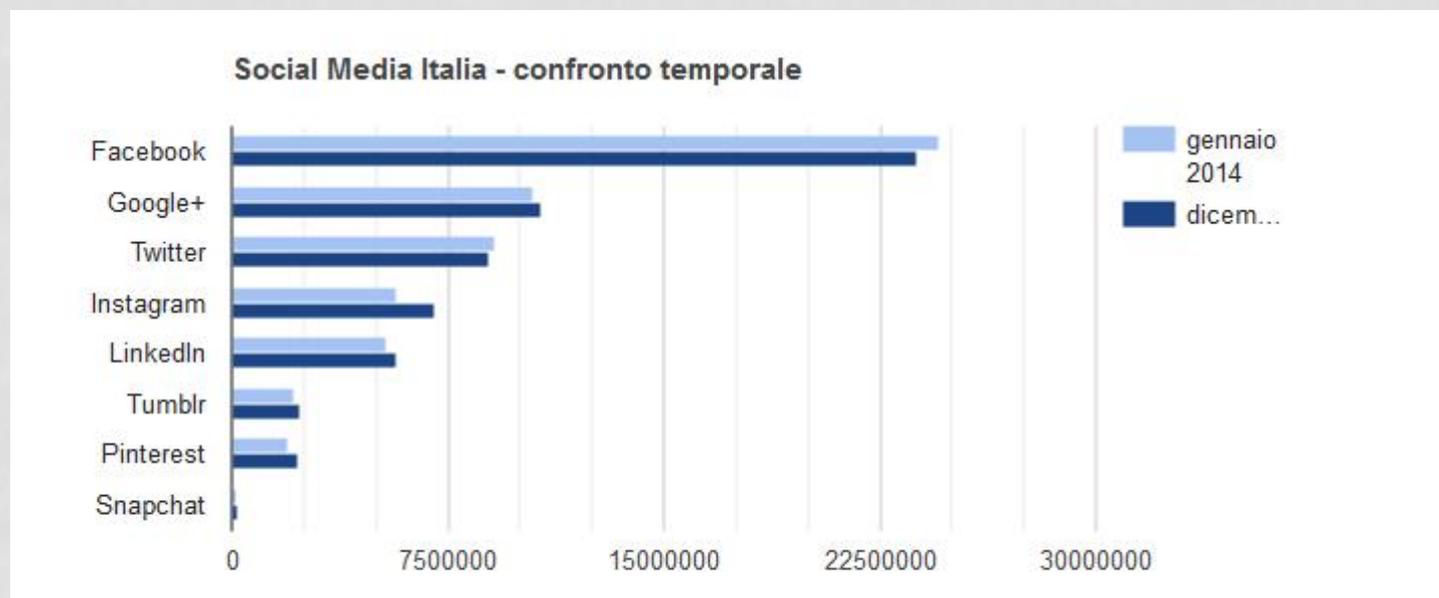
we
are
social

22.0M

we
are
social

36%

I Social media in italia



Esserci: perché

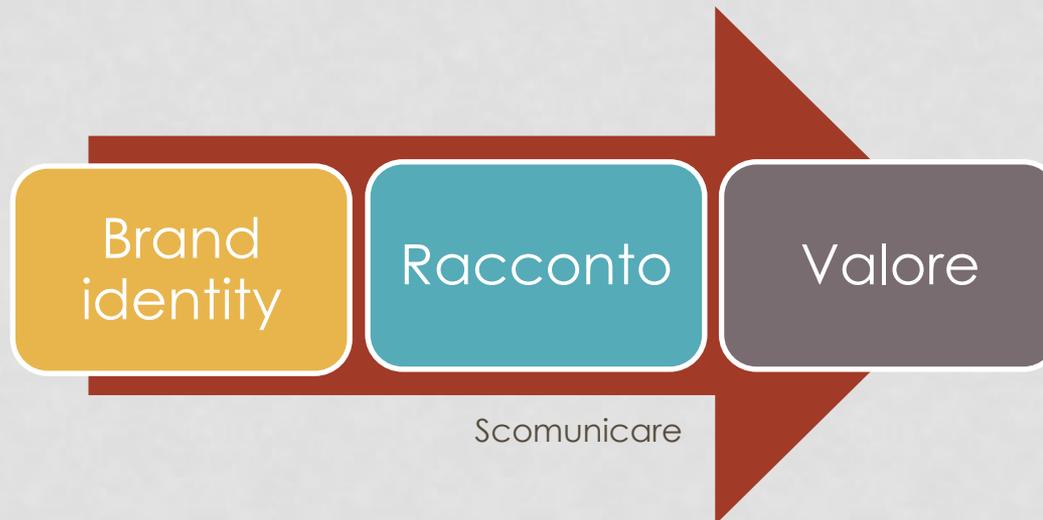
Gli equilibri sono cambiati!

- Che lo si voglia o no, le organizzazioni sono oggetto reale o potenziale di conversazione
- Una presenza organizzata sui canali online consente di:
 - **promuovere un'immagine corretta di sé**
 - **difendersi in caso di attacchi alla propria reputazione**
- Il tema della gestione della reputazione online riguarda tutti: aziende, enti e individui
- Tutti dovremmo attrezzarci a una presenza proficua delle nostre identità in Rete, attraverso:
 - **accorta gestione della privacy**
 - **pratiche corrette di condivisione dei contenuti**
 - **misure di reazione in caso di crisi reputazionali**

Esserci: come

Ma esserci non basta!

- Chiarezza degli obiettivi e dei criteri della presenza
- Ricordarsi che siamo in dialogo!
- Avviare un dialogo proficuo = rispecchiare la nostra identità e creare valore per l'interlocutore e, in generale, per la community di riferimento



Esserci: come

- **Qual è la mia storia?** Quali sono i miei valori? Quale valore creo per la mia comunità?
- **Corretta strategia di contenuto sui singoli canali:** cosa dire e come? Come posso creare ulteriore valore attraverso la condivisione di informazioni?
- **Corretta gestione della community:** come interagire? Come posso creare ulteriore valore attraverso l'ascolto e il dialogo?



Canali proprietari: L'importanza dell'ecosistema

- **Non esiste un unico canale che vada bene per tutto**
- Privilegiare un **uso sinergico** dei canali (**ecosistema**)
- La scelta del mix di canali avviene in relazione a:
 - **tipo di contenuto**
 - **target**
 - **obiettivi strategici** della comunicazione

COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE L'INFORMAZIONE ECONOMICA

- ✓ Coerenza e 'concorrenza' dei dati economici
- ✓ La notiziabilità: selezione e valorizzazione del dato da comunicare
- ✓ I pubblici: istituzioni, media, cittadini
- ✓ La comunicazione interna
- ✓ I canali
- ✓ Target e linguaggi
- ✓ **Gli strumenti**

Gli strumenti

- ✓ Comunicato stampa
- ✓ Intervista
- ✓ Conferenza stampa
- ✓ Dichiarazione
- ✓ Online news/Blog post
- ✓ Infografica

Canale News o Corporate Blog?

Online news/Blog post

- ✓ **Titoli** efficaci e informativi (possibilmente entro i 72 caratteri: visualizzazione integrale)
- ✓ Giusta **sintesi** (250-500 parole per post di blog)
- ✓ **Utilità** dell'informazione
- ✓ **Tono di voce** positivo (con misura...)
- ✓ Collegamenti con l'**attualità** (es. analisi di trend di settore, notizie rilevanti per il nostro ambito di attività)
- ✓ Le 'sempreverdi' **5 W** (who, what, where, when, why)
- ✓ L'importanza del **piano editoriale** per organizzare strategicamente i contenuti e fidelizzare l'audience
- ✓ **Content curation** per agevolare approfondimento e navigazione multi-strato
- ✓ Nel condividere i post del blog sui social media, aggiungere **valore**

Es.:

- ✓ Introdurre sinteticamente il contenuto che invitiamo a leggere attraverso il link
- ✓ Invitare a esprimere un parere o opinione in maniere intelligente e stuzzicante

Il blog: perché

- ✓ Aumenta l'esposizione complessiva online e quindi la **brand awareness**
- ✓ Aumenta la **qualità del traffico al sito**
- ✓ Contribuisce a fare **branding**, aumentando il valore percepito dai consumatori del brand stesso
- ✓ Rende l'azienda **up to date** e crea continui **touch point** con i propri clienti e prospect
- ✓ Aumenta la **trasparenza**, che a sua volta contribuisce alla **fidelizzazione** del cliente
- ✓ **Dà una voce all'azienda**, rendendola più umana e meno impersonale
- ✓ È un grande segnale di **servizio al cliente** attraverso la pubblicazione di contenuti di valore e la cura dell'interazione (risposte valide ai commenti e alle richieste degli utenti)
- ✓ Aumenta l'**interazione con la community**, favorendone la **fidelizzazione**

Principali social media

- **Blog:** un luogo privo delle costrizioni spaziali dei social network, ideale per l'informazione puntuale, la fidelizzazione e, non ultima, la reperibilità delle informazioni in Rete. Si integra con tutti i social network
- **Facebook:** massa critica iniziale ma scarsa padronanza della community; i gruppi consentono una maggiore interattività rispetto alle pagine
- **Google Plus:** utenza attiva limitata, utilità soprattutto dal punto di vista SEO
- **LinkedIn:** taglio professionale, maggior controllo dell'interazione, minor audience di base

Principali social media

- **Twitter:** ideale per le informazioni in tempo reale ma scarso livello di scambio e di interazione della community
- **Yammer:** social network simile a Facebook, privato e dedicato all'internal collaboration
- **Community proprietaria:** fortemente personalizzabile, perfetta per l'idea management & il project management (servizi a pagamento, richiedono sviluppo)
- **Instagram, Pinterest, Flickr, YouTube, Scribd, Storify ecc.:** piattaforme verticali di raccolta e curation del contenuto. Si integrano bene con i blog (grazie alla funzione *dell'embedding*) e ai social media generalisti

19 Sep
2015

BOOKMARK ☆

FACEBOOK f

TWITTER t

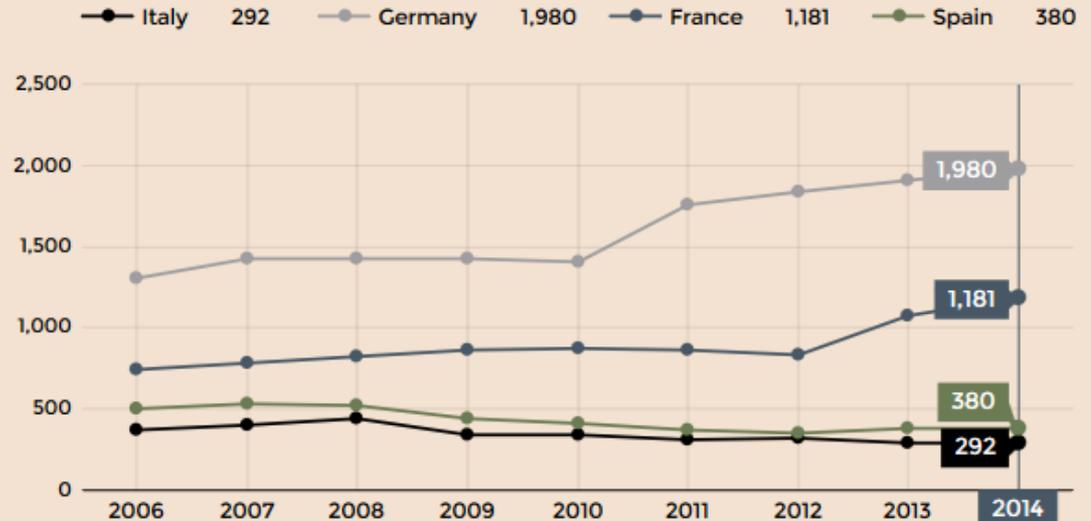
PRINT p

DATA > BUSINESS AND ECONOMY

The number of people holding two jobs is falling

by *Claudio Celto*

EMPLOYED PERSONS WITH A SECOND JOB IN MAJOR COUNTRIES OF THE EUROZONE FROM 2006 TO 2014
Age from 15 to 29 - thousands persons. (Source: Eurostat)



Perché l'Italia ha bisogno dei migranti


1185
CONDIVISIONI



1118



64

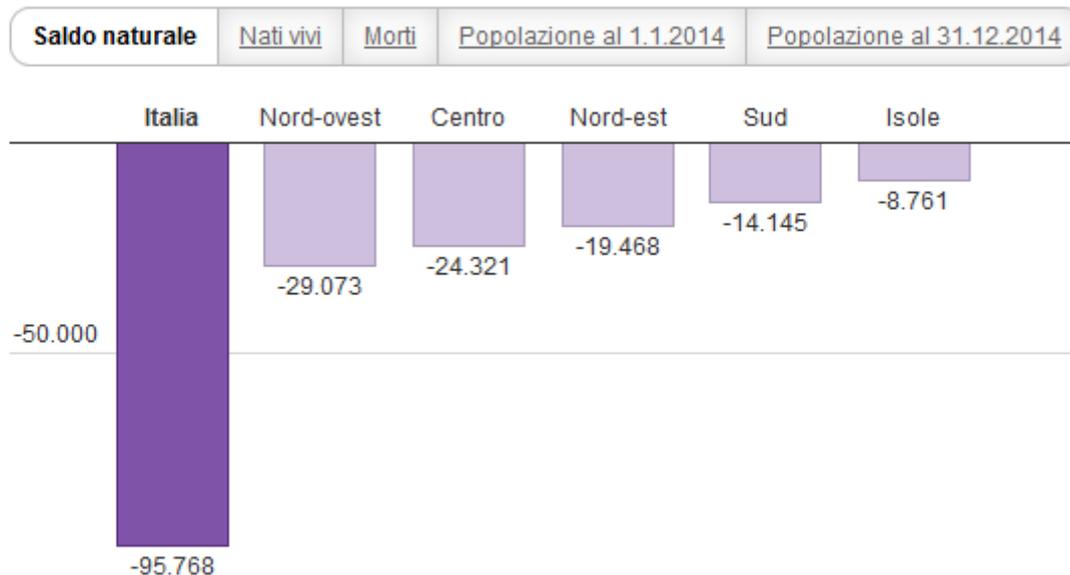


3



Italia sempre più vecchia: crollo delle nascite

(Dati riferiti al 2014)



Fonte: [Istat - Bilancio demografico nazionale](#) [Scarica i dati](#)



Winner, Data Journalism Award 2015

People's
republic
of Bolzano

博爾扎諾
人民共和國

0,6%

In terms of numbers, how big is Bolzano's Chinese community as a percentage of the town's population? Small, very small, just 0.6%. In fact, 633 of Bolzano's 105,713 residents are Chinese. Let's get to know a few of them a little better.



Infografiche

ABZV Datawrapper

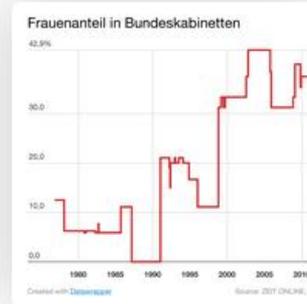
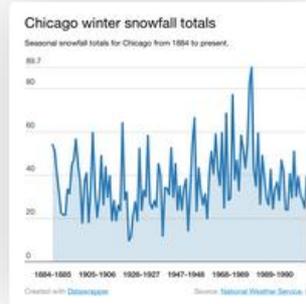
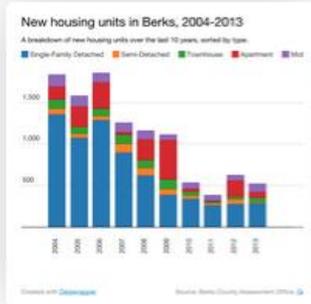
+ Nuovo grafico IT Accedi / Registrati

Datawrapper

Crea grafici e mappe in quattro passi. Questo tool taglia i tempi di visualizzazione dei dati da ore a minuti.

Accedi / Registrati

Provalo adesso!



Infografiche

infogr.am

Examples

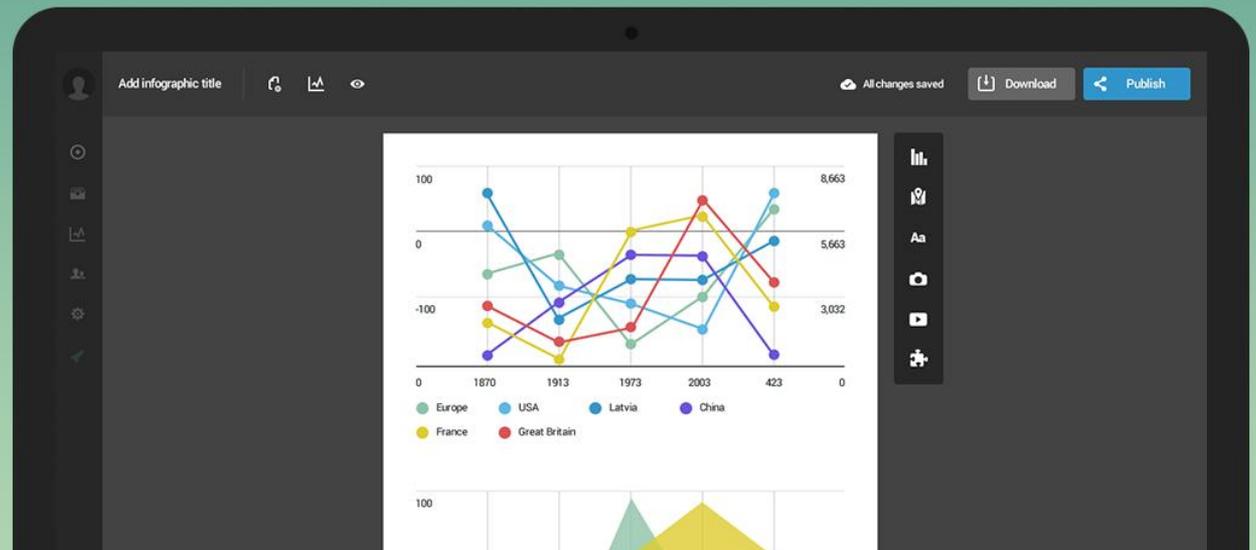
Pricing & Features

Charts & Infographics The Easy Way.

Create and publish beautiful visualizations of your data. Interactive, responsive and engaging.

Join now, it's free!

3,168,576 infographics created



Infografiche

tableau

Buy Sign In English

Products Solutions Learning Support Partners About

TRY NOW

TABLEAU 9.1

Web data, native connectors, and a new iPad app. That's enterprising data.

EXPLORE TABLEAU 9.1

FAST ANALYTICS FOR EVERYONE
Tableau Desktop
GO

ANALYTICS IN THE CLOUD
Tableau Online
GO

BUSINESS INTELLIGENCE
Tableau Server
GO

Possibili esercitazioni

- Banca d'Italia – Economia dell'Emilia Romagna
- Unioncamere Emilia-Romagna – Imprese femminili



ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

per la promozione
della cultura economica

Domande?

giuliano.zoppis@scomunicare.it
diomira.cennamo@scomunicare.it
www.scomunicare.it



Scomunicare