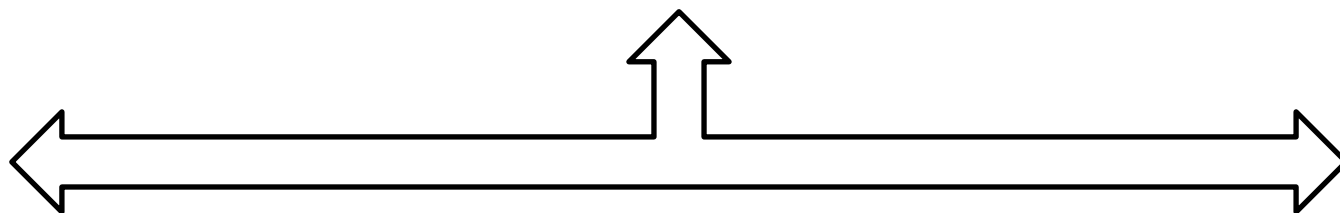


Modello Hub & Spoke

La Comunicazione nella Pubblica Amministrazione

Riferimento normativo: **legge n.150/2000** disciplina le "attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" come attività finalizzate all'attuazione dei **principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa**.



COMUNICAZIONE ESTERNA

COMUNICAZIONE INTERNA

Comunicazione Esterna

La comunicazione esterna rivolta all'utenza e alle altre amministrazioni o enti, imprese o associazioni, contribuisce a **costruire la percezione della qualità del servizio** e costituisce un **canale permanente di ascolto e verifica** del livello di soddisfazione del cliente/utente, tale da consentire all'organizzazione di adeguare di volta in volta il servizio offerto.

Obiettivi

1. **far conoscere** l'Amministrazione, i servizi e i progetti dell'ente
2. **facilitare l'accesso** ai servizi e agli atti dell'Amministrazione
3. migliorare l'**efficacia** e l'**efficienza** dei servizi
4. favorire i processi di **sviluppo sociale, economico e culturale**
5. svolgere azioni di **sensibilizzazione**

Gli strumenti della Comunicazione Esterna

SCRITTI	PARLATI	VISIVI	TECNOLOGICI	EVENTI
Comunicati Stampa	Incontri Pubblici	Foto	Posta elettronica	Mostre
Opuscoli	Conferenze stampa	Tv	Web	Fiere
Newsletter	Interviste		Social	Manifestazioni
Interviste				
Periodico				
Lettere (House Organ)				
Volumi tematici				



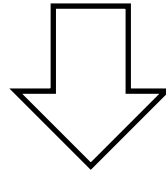
Ufficio Stampa

Le sue funzioni principali sono quelle di **selezionare, filtrare e veicolare il flusso delle informazioni** provenienti dall'interno dell'ente verso gli organi di informazione. I suoi principali interlocutori sono i **mass media**: quotidiani, radio, tv, riviste, ecc. in grado di raggiungere precisi e circoscritti target di utenza così come il pubblico di massa in generale. È costituito da personale iscritto all'albo nazionale dei **giornalisti**.

Finalità dell'Ufficio Stampa

- ottenere la maggiore **visibilità** possibile costante e mirata sui media
- avvallare la **credibilità** dei messaggi divulgati dall'Ente
- creare un **flusso** continuo di informazioni
- interessare i **giornalisti**
- creare un'**immagine positiva** dell'ente
- prevenire e risolvere situazioni pericolose e dannose per l'Ente (**Comunicazione di crisi**)
- accreditare il proprio Ente come **fonte** indispensabile su specifiche tematiche

*“La notizia è il resoconto giornalistico di un fatto o avvenimento **ritenuto degno** di essere portato a conoscenza di un pubblico”.*



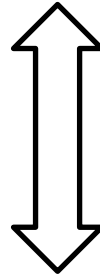
Parametri di notiziabilità

- ✓ **attualità** del fatto
- ✓ il suo **pubblico interesse**
- ✓ la **vicinanza geografica** dell'avvenimento
 - ✓ **inusualità**
- ✓ **rilevanza politico-istituzionale** dei suoi protagonisti

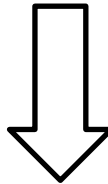


Spesso un fatto notiziabile non produce notizie perché nessuna fonte si attiva per portarlo a conoscenza dei mezzi di informazione

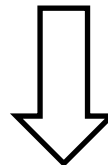
Presidente



Direttore



FUNZIONARIO / POSIZIONE ORGANIZZATIVA



IMPIEGATO/A

Ufficio Stampa

Ufficio Stampa

Il Comunicato Stampa

La regola delle 5 W

Who What Where When Why



BIOBLITZ 2017

Evento di educazione naturalistica e scientifica nelle aree protette lombarde I cittadini diventano “esploratori della biodiversità per un giorno”

**TITOLO
SINTETICO E
EFFICACE**

Mettersi nei panni di uno zoologo o di un botanico: nel week end è una esperienza che si può provare con il “Bioblitz” in programma sabato 20 a Bosco Fontana e domenica 21 sulla riva del lago di Mezzo a Mantova, seguendo gli esperti nella scoperta della biodiversità di questi due luoghi. Per la prima volta, l’evento di educazione naturalistica e scientifica, a partecipazione gratuita, si svolge in contemporanea in trenta parchi e riserve della regione Lombardia. Nel territorio del Parco del Mincio, il primo appuntamento è per sabato pomeriggio a Bosco Fontana con i ricercatori della riserva naturale statale: saranno proposti percorsi alla scoperta di pesci, grilli e coleotteri, e all’ascolto delle melodie degli uccelli, dalle 14 e fino alle 22 (info e prenotazioni bioblitzboscofontana@gmail.com -Tel: +39 0376 295933).

**ABSTRACT
NOTIZIA:
SEMPLICE!**

Domenica invece, dalle 10 e fino alle 16.30, il Parco del Mincio organizza sei percorsi alle porte di Mantova, nell’area naturalistica di Sparafucile, sulla riva sinistra del lago di Mezzo (info e prenotazioni www.parcodelmincio.it/news oppure 338 9427438). A “Fiori, arbusti e alberi” sono dedicati due itinerari in partenza alle ore 9 e alle ore 11, coordinati dalle guide ambientali Corrado Benatti e Giovanni Boni. Alle ore 9:30 Il biologo Cesare Martignoni condurrà l’esplorazione dal titolo “Nidi e tuffi nella lanca: gli uccelli”.

DETTAGLI

Alle ore 12.30, è prevista una pausa pranzo con risotto alle “Erbe da gustare” - riservato ai partecipanti regolarmente registrati agli itinerari – e il tema viene poi ripreso alle ore 14 con “Erbe selvatiche, commestibili e non”, con la botanica Maria Rosa Macchiella. “Rane, tritoni e testuggini: il delicato mondo degli anfibi e dei rettili” (ore 15) è l’argomento che approfondirà l’erpetologo Stefano Rambaldi, mentre la naturalista Serena Corezzola guiderà l’attività “Delicate ali di farfalle” (ore 15:30) mettendo a disposizione dei partecipanti i retini per “catturare” e fotografare le farfalle presenti nelle radure che caratterizzano l’habitat più naturale del parco periurbano.

Ogni gruppo sarà composto da un massimo di 25 partecipanti e i dati possono essere raccolti sotto forma di foto, video e suoni catturati con macchine fotografiche, telecamere, registratori oppure smartphone. Per partecipare e diventare così “esploratori della biodiversità per un giorno”, oltre a iscriversi, è anche suggerito di scaricare l’applicazione mobile iNaturalist (banca mondiale della biodiversità), perché i partecipanti potranno fotografare gli esemplari individuati con l’aiuto degli esperti e condividerne l’immagine e la posizione sulla piattaforma web internazionale www.inaturalist.org, la banca mondiale della biodiversità che ognuno può arricchire con le proprie segnalazioni.

INFORMAZIONI SU ORGANIZZAZIONE

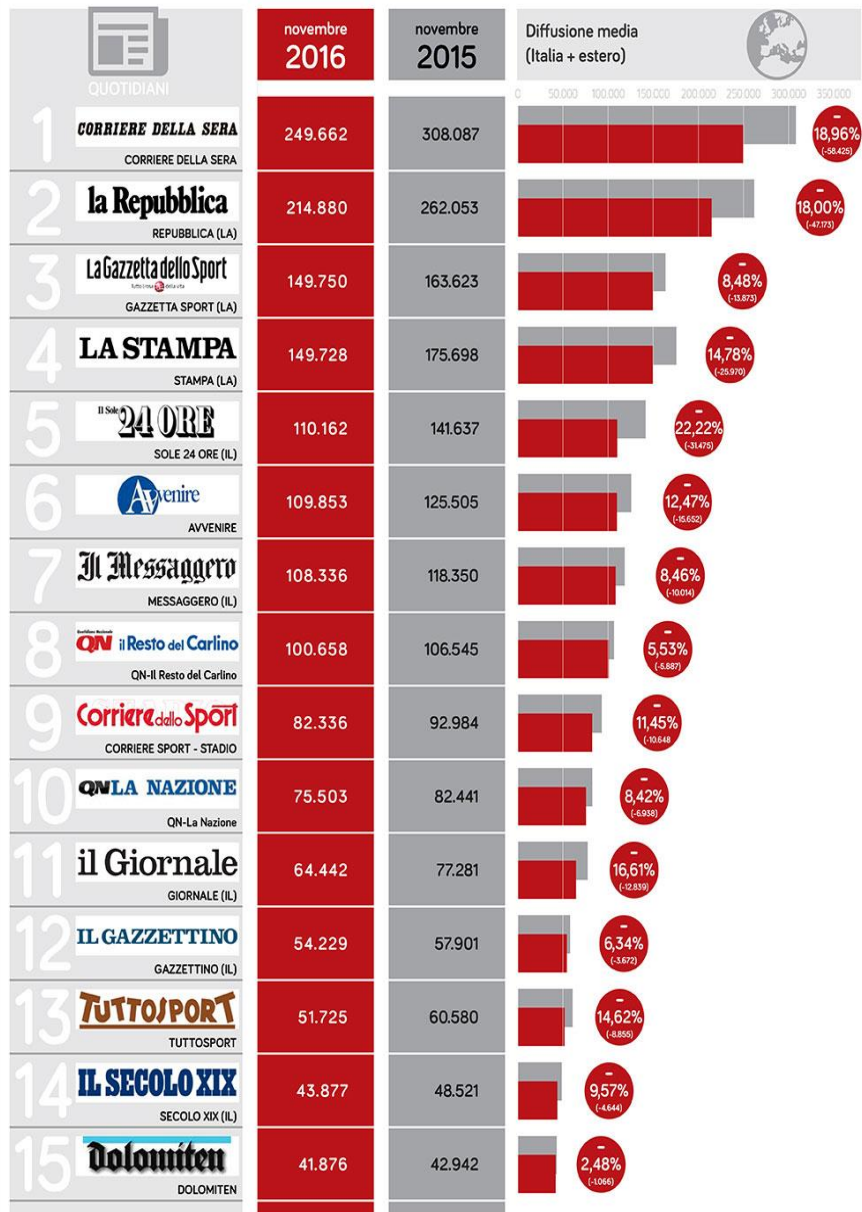
Web Writing

I contenuti testuali sono strategici ai fini del posizionamento nei motori di ricerca

- Utilizzare le **parole chiave** all'interno del testo, in modo naturale, senza forzature

- Garantire la **leggibilità** della pagina web “a colpo d’occhio”
 - Divisione in blocchi
 - Elenchi puntati
 - Grassetto
 - Contenuti multimediali a tema (immagini e video)
 - Link di approfondimento

Quotidiani: la classifica Ads del mese di novembre 2016



(escluse le edizioni del lunedì dei quotidiani sportivi)

Dati Ads elaborati da Prima comunicazione in collaborazione con Infolab

www.infolabagency.it

Quotidiani: la classifica Ads del mese di agosto 2017



(escluse le edizioni del lunedì dei quotidiani sportivi)

Dati Ads elaborati da Prima comunicazione in collaborazione con L'ego Editore



JAN
2017

DIGITAL IN ITALY

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



we
are
social

59.80
MILLION

URBANISATION:
69%

INTERNET
USERS



39.21
MILLION

PENETRATION:
66%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

31.00
MILLION

PENETRATION:
52%

UNIQUE
MOBILE USERS



50.77
MILLION

PENETRATION:
85%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



28.00
MILLION

PENETRATION:
47%

Digital Audience

La total digital audience nel mese di gennaio annovera **39,21 milioni di utenti**, il 55% degli italiani dai due anni in su, online complessivamente per 54 ore e 51 minuti.

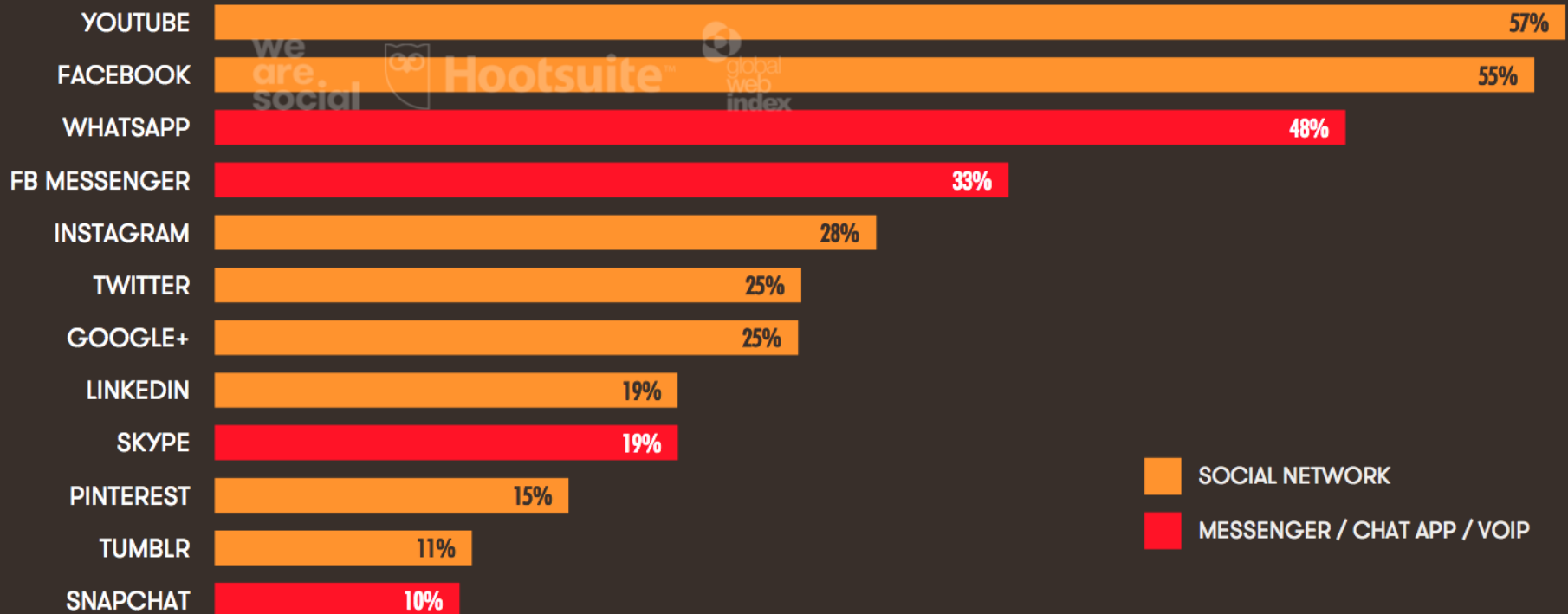
Nel giorno medio si sono collegati almeno una volta dai *device* rilevati (PC e mobile smartphone e tablet) 23,1 milioni di italiani.

Social Media Audience

JAN
2017

MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



Social Media	Utenti mensili in Italia
Facebook	30.000.000
YouTube	24.000.000
Instagram	14.000.000
LinkedIn	8.000.000
Google+	7.300.000
Twitter	6.900.000
Pinterest	4.700.000
Tumblr	2.500.000
Snapchat	2.000.000

Fonte: <http://vincos.it/osservatorio-facebook/>

facebook in Italia

30

milioni
attivi mese

28

milioni
mobile mese

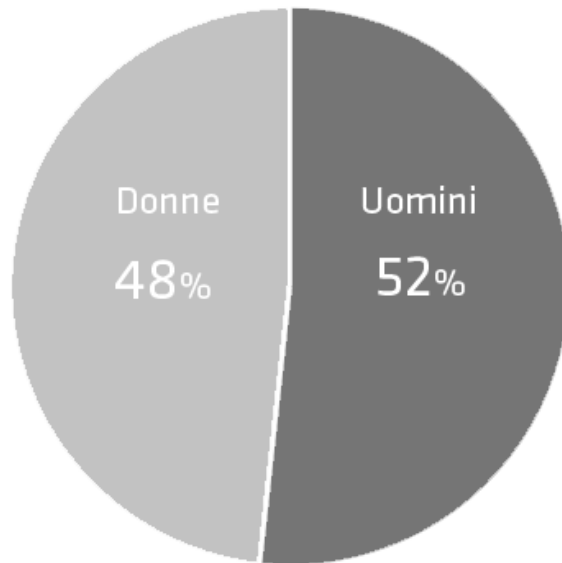
24

milioni
attivi giorno

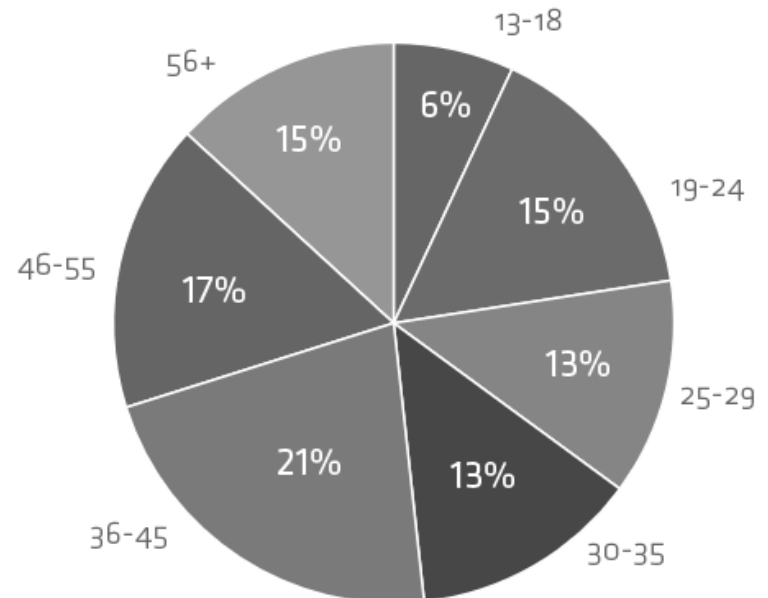
23

milioni
mobile giorno

Sesso



Età



FACEBOOK

Testo: “perfomano” meglio quelli con 90 caratteri. Per post lunghi, usa un titolo da 50 caratteri e suddividi il testo in paragrafi da 3 frasi. Oppure utilizza la funzione “nota”

Immagine: 1200x1200 pixel

Facebook Photo Sizes : <https://louisem.com/2852/social-media-cheat-sheet-sizes>

Link: usa l’accorciatore www.bitly.com

Tag: tagga persone e pagine facendo precedere i nomi dal simbolo @

Hashtag: fanne un uso moderatissimo, solo se associabili a temi popolari

Geotag: usa la funzione di localizzazione

TWITTER

Testo: max 140 caratteri (ma potrebbe passare presto a 280)

Foto: puoi caricarne fine a 4

Tag: puoi taggare persone e organizzazioni utilizzando il simbolo @ (nelle foto puoi aggiungere fino a 10 tag)

Link: accorcia con www.bitly.com

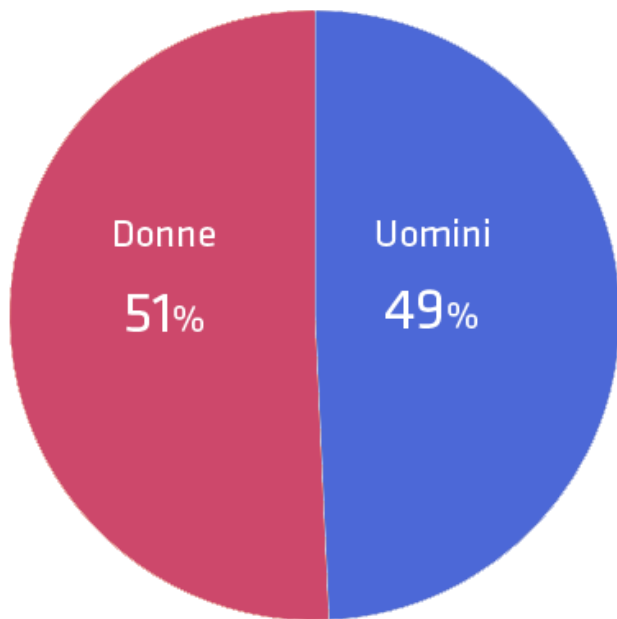
Geotag: localizza il tuo post

Instagram in Italia

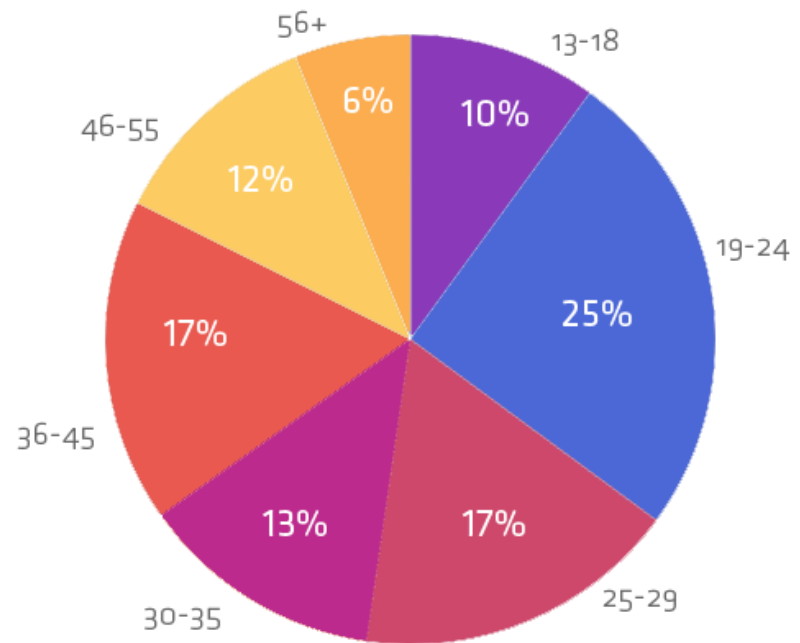
14
milioni
attivi mese

8
milioni
attivi giorno

Sesso



Età



INSTAGRAM

Testo: nessun limite

Foto: 1200x1200

Video: 1200x1200

Tag: puoi taggare persone e organizzazioni utilizzando il simbolo @

Hashtag: multipli (fino a 30)

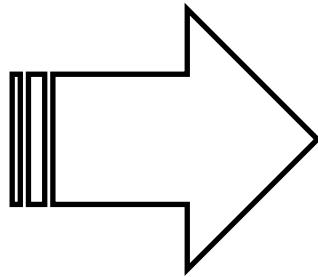
Link: non sono attivi (solo nella bio)

Geotag: localizza il tuo post

Story: puoi creare post che durano 24 ore

A quali bisogni rispondono i contenuti?

- ✓ Informazione
- ✓ Educazione
- ✓ Intrattenimento
- ✓ Servizio
- ✓ Partecipazione



YOUTILITY

la distribuzione di contenuti
utili e gratuiti per
generare fiducia nei
consumatori

Progettare una Strategia Editoriale

- Pianificare il **calendario** della pubblicazione
- Stabilire la **distribuzione** dei contenuti
- Progettare (prima) una **comunicazione di crisi**
- **Adeguare** la conversazione alla community di riferimento

Buone Prassi

1. Essere **credibili**
2. Essere **semplici**
3. Essere **visuali**
4. Promuovere contenuti **non-brandizzati**

Tools Kit

Immagini nei Social Media

<https://louisem.com/2852/social-media-cheat-sheet-sizes>

Elaborazione delle immagini

www.canva.com

www.pixrl.com

Archivio di immagini con licenza d'uso

<http://www.creativecommons.it/Immagini>

<https://www.morguefile.com>

Accorciatore di url

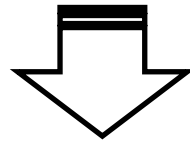
www.bitly.com

Content Curation

www.feedly.com

Comunicazione Coordinata

- L'immagine coordinata è un **insieme di regole che identificano graficamente un soggetto.**
- Serve a **uniformare** la comunicazione e a renderla riconoscibile.




È dunque opportuno coordinare **palette dei colori, *font* e concept grafico** nella elaborazione dell'identità visiva dell'organizzazione

Colori

- ✓ ROSSO: Allarme Passione Forza
- ✓ GIALLO: Allegria Vitalità Dinamismo
- ✓ VERDE: Serenità Ambiente
- ✓ BLU: Affidabilità
- ✓ VIOLA: Prestigio Nobiltà Ritualità (morte)
- ✓ NERO: Eleganza Serietà
- ✓ BIANCO: Pace Spiritualità Leggerezza

Palette: <https://color.adobe.com/it/explore/newest/>



Facebook è un luogo aperto al pubblico, una piazza immateriale aperta all'accesso di chiunque utilizzi la rete, che consente un numero indeterminato di accessi.
(Corte di Cassazione 11.07.2014 n. 37596)

Le sentenze

“La comunicazione su Facebook ha carattere pubblico in virtù dello spazio virtuale in cui si diffonde la manifestazione del pensiero del partecipante che entra in relazione con un numero indeterminato di utenti (...) la diffusione dei post, inoltre, è potenzialmente incontrollata”

Tribunale di Livorno sentenza 2/10/2012 n. 38912

“Per integrare il reato di diffamazione basta l’invio del messaggio lesivo della reputazione ad almeno due persone. Costituisce quindi diffamazione anche l’invio di messaggi a gruppi Whatsapp o l’inoltro di una mail a più destinatari tramite il cosiddetto sistema del forward”.

Corte di Cassazione, sentenza del 6 aprile 2011 n. 29221

Diritto d'autore

Semplici fotografie

- ✓ I diritti patrimoniali si conservano fino 20 anni dalla data di produzione
- ✓ Necessità delle indicazioni sull'opera fotografica (nome, data, luogo, nome eventuale)

Opere fotografiche

- ✓ I diritti patrimoniali si estinguono dopo 70 anni dalla morte dell'autore
- ✓ Il diritto morale d'autore ha durata illimitata

Grazie per l'attenzione

Paola Alberti

Ufficio Stampa e Social Media Management

<http://www.linkedin.com/in/albertipaola>

Area Comunicazione Parco del Mincio

Responsabile Gloria De Vincenzi

www.parcodelmincio.it



PARCO del mincio

