



Webinar FORUM PA 15 dicembre 2011  
**“Il web 2.0 e le frontiere della relazione con il cittadino”**

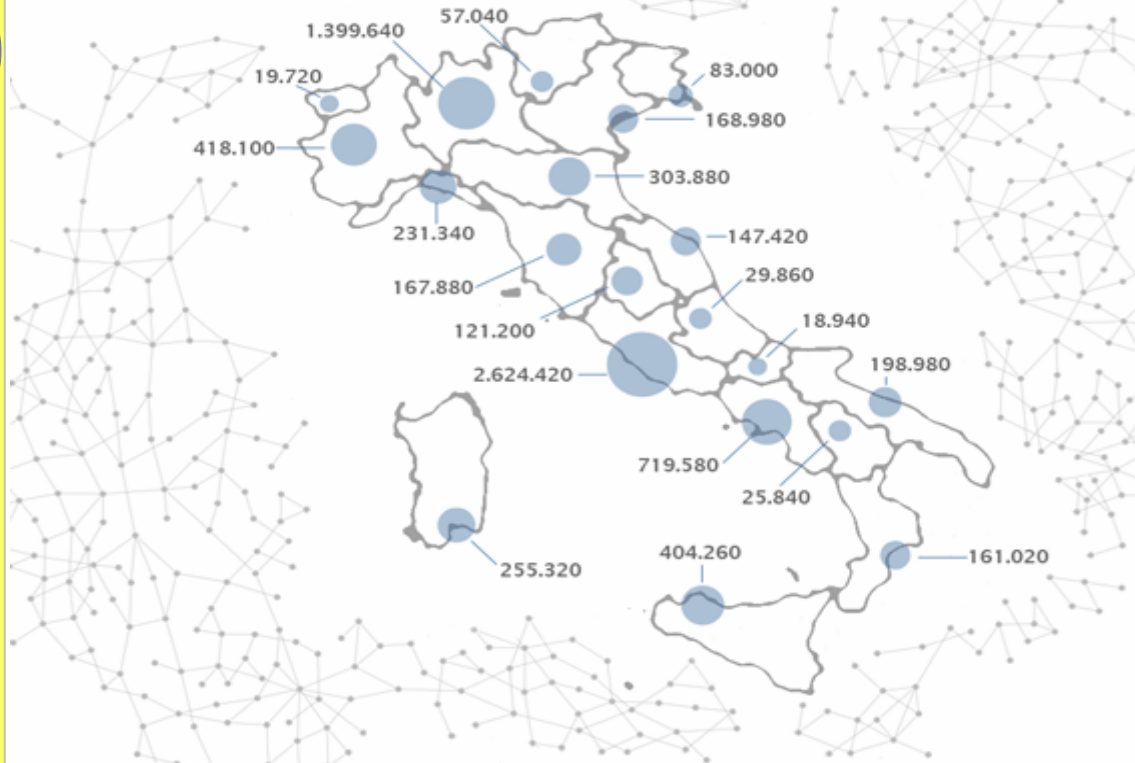
---

**“Si fa presto a dire 2.0!”**

Annalisa Collacciani



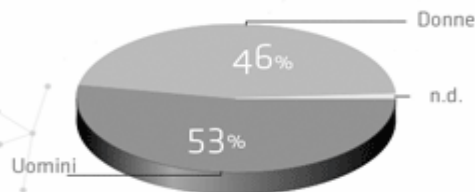
# facebook in Italia



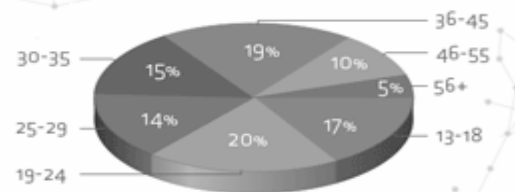
Su circa 61 milioni di abitanti, 27 milioni sono abitualmente su internet, 21 milioni su Facebook.



## Sesso

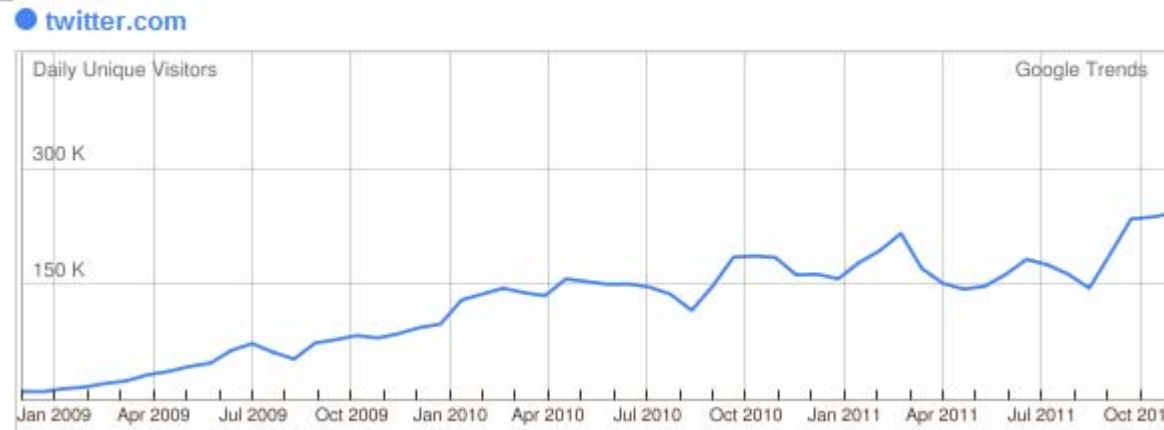


## Età





# TWITTER IN ITALIA



## Dati visitatori unici ottobre 2011

- ❖ 2.4 milioni - fonte Audiweb/Nielsen;
- ❖ 2.1 milioni - fonte Google (metodologia che non considera l'accesso da applicazioni client su dispositivo mobile).

Novembre 2011: incremento nella crescita.



# WEB 2.0 E PA



**Costruire** insieme al cittadino nuove forme di dialogo

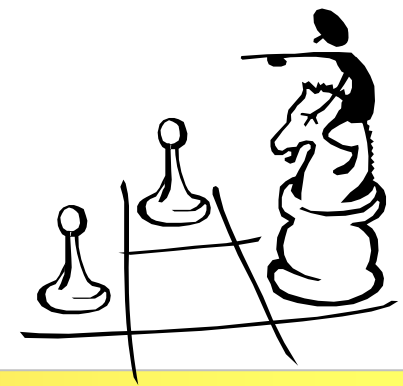


Nuova linfa per i principi di **trasparenza, efficacia ed efficienza** dell'azione amministrativa:  
**comunicazione diretta, immediata ed interattiva** con la cittadinanza





# IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE



## Non si può improvvisare.

- ❖ **Obiettivi:** cosa comunicare, qual è il nostro target;
- ❖ **Strategie:** come comunicare e con quale grado di interazione;
- ❖ **Strumenti** (Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, Tumblr, Google+...);
- ❖ **Risorse** (in termini di personale preparato e dedicato).



# OBIETTIVI: PERCHE' ESSERE PRESENTI

---

Perché ci sono già gli altri Enti?

Per provare a vedere come va?

Per promuovere l'amministrazione in carica?

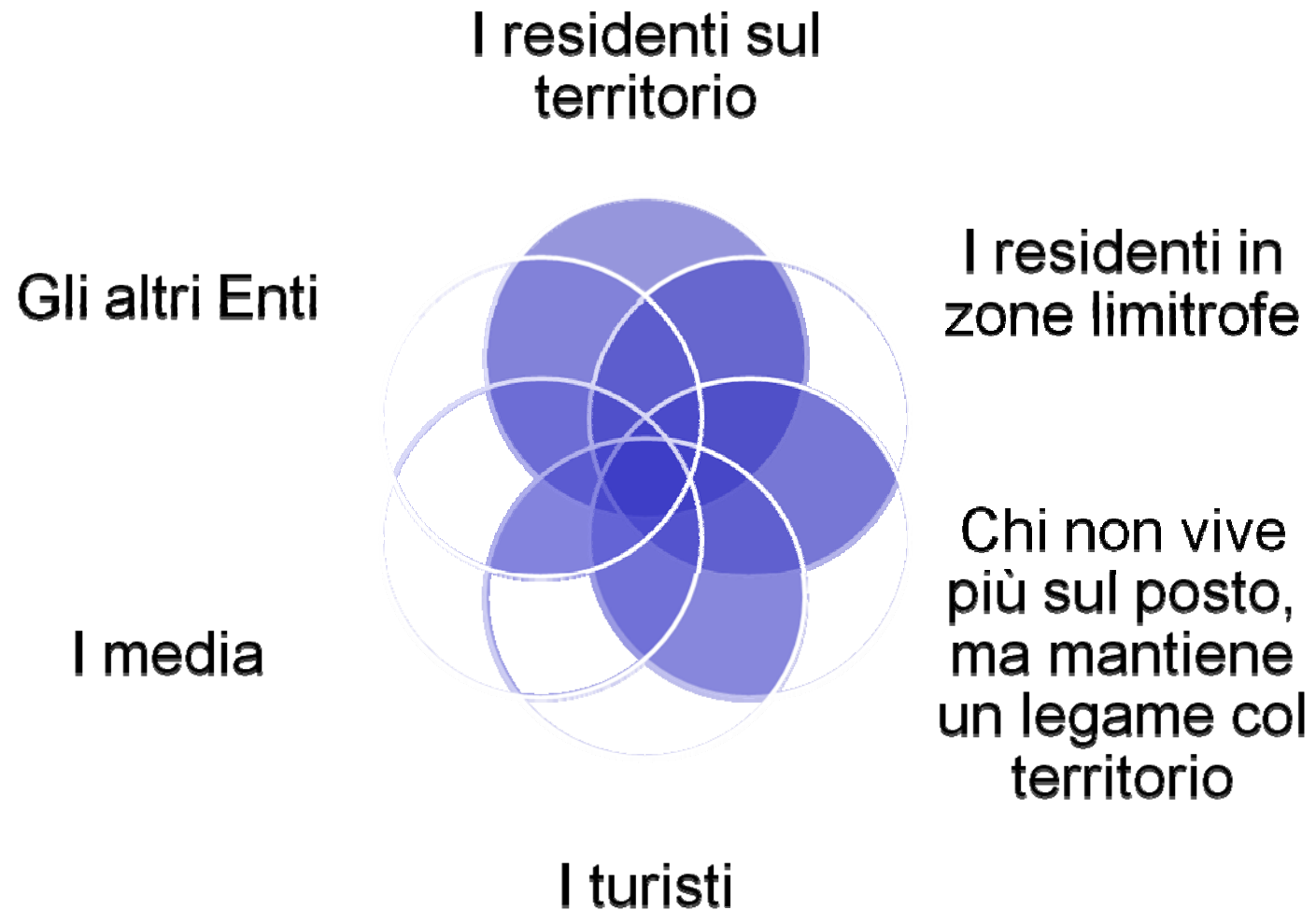
Perché si tratta di un'idea innovativa?

**Per offrire un servizio al cittadino!**



# OBIETTIVI: TARGET

---





# OBIETTIVI: COSA COMUNICARE







INTERAZIONE CRESCENTE



# STRATEGIE: LIVELLI DI INTERAZIONE



1) **Cassa di risonanza:** utilizzare il web 2.0 come canale supplementare per pubblicizzare le attività dell'Ente;

2) **Entità di aggregazione:** sfruttare i canali del web 2.0 come punto di aggregazione di idee e iniziative sviluppate sulla base di un legame con la località o una sensibilità per la tematica specifica;



3) Luogo di dialogo, confronto e **interazione** con i cittadini.



# STRATEGIE: LIVELLI DI INTERAZIONE

**Facebook** è concepito per creare e mantenere **vere e proprie relazioni tra utenti**, è quindi lo strumento maggiormente interattivo.



**Twitter** è più adatto per fornire **informazioni in maniera snella e veloce**, consente un minor grado di interazione.



Entrambi possono essere utilizzati **in modo più o meno interattivo.**



# GESTIRE L'INTERAZIONE: SEGNALAZIONE O PROPOSTA DI UN CITTADINO

**Tatiana** Il comune di \_\_\_\_\_, organizza delle colonie estive per i bambini residenti?? Se si, dove posso trovare maggiori informazioni?? Grazie  
19 maggio alle ore 10.03 · Commenta · Mi piace · Contrassegna

**Comune di \_\_\_\_\_** Gentile signora \_\_\_\_\_, è nelle intenzioni dell'assessore ai servizi sociali \_\_\_\_\_ attivare questo tipo di servizio, compatibilmente con le esigenze organizzative e di bilancio. Al momento è ancora in definizione. Vi daremo comunicazione attraverso il sito internet, giornali, e avviamente il profilo facebook del Comune di \_\_\_\_\_  
venerdì alle 13.33 · Contrassegna

**Tatiana** Grazie della risposta, attenderò con ansia, questo e molte migliorie, per un futuro migliore per i nostri figli.  
venerdì alle 13.36 · Contrassegna

Scrivi un commento...

Non rispondere?

Rispondere dopo alcuni giorni per raccogliere prima le informazioni necessarie?

**Rispondere comunque entro poche ore!**



# GESTIRE L'INTERAZIONE: COMMENTO NEGATIVO

The screenshot shows a Facebook post from a user named 'Franc' with a profile picture of a man. The post text reads: 'Caro Sig Sindaco chiedo cortesemente che venga risistemata la piazza G. Vallero dove le cornici delle aiuole cadono impietosamente, anche una rinfrescata alla segnaletica orizzontale non sarebbe fuori luogo. Grazie a nome di tutti i (minoranza comunale)'. The post is dated '29 marzo alle ore 17.53' and has options for 'Commenta', 'Mi piace', and 'Contrassegna'. Below the post, there are three replies: 1) A user named 'A Flavia' says 'piace questo elemento.' 2) A user named 'Comune di...' says 'Abbiamo incaricato chi di dovere. Grazie per la segnalazione.' dated '30 marzo alle ore 14.56' with a 'Segnala' option. 3) A user named 'Franc' replies to the Mayor: 'Sig. Sindaco : Ho visto che l'aiuola in piazza G. Vallero e' stata sistemata ,bene . Adesso ci aspettiamo in tempi brevi la risistemazione delle strisce orizzontali sul territorio comunale. A TUTTI BUONA PASQUA ( minoranza comunale )' dated '03 aprile alle ore 15.04' with a 'Segnala' option. At the bottom of the screenshot is a text input field with the placeholder 'Scrivi un commento...'

Non rispondere?

Rispondere a tono?

Cancellare l'intervento?

**Qualora non si tratti  
di mera  
provocazione,  
rispondere in modo  
diplomatico!**



# RISORSE





# STRUMENTI

Obiettivi, livello di interazione desiderato e risorse disponibili, concorrono a definire gli strumenti da utilizzare. Altri aspetti da considerare:

❖ quali sono i **terreni più congeniali** ai nostri utenti?

❖ è ipotizzabile la creazione di **canali ad hoc**?





# FACEBOOK:

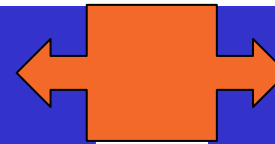


## PROFILO PRIVATO E PAGINA ISTITUZIONALE



### Profilo privato

- Relazione paritaria con gli "amici"
- Diffusione per richiesta di amicizia
- Possibilità di vedere le info degli "amici"
- Privacy: diverse impostazioni
- Limite di 5000 "amici"



### Pagina istituzionale



- Relazione di 1 a molti con i "fan"
- Diffusione per gradimento e promozione
- Impossibilità di vedere le info dei "fan"
- Privacy: contenuti pubblici
- Nessun limite di "fan"
- Presenza degli "Insights"



# L'ESPERIENZA DI CASTELNUOVO MAGRA

8.000 abitanti di cui oltre 1.300 iscritti alla pagina FB

**Progetto di comunicazione articolato**, che prevede l'utilizzo dei **social network** per la loro gratuità e facilità d'uso, insieme a **email** e **sms** per mantenere un filo diretto con i cittadini.

La pagina su FB, costantemente aggiornata e moderata, si apre su un'applicazione che presenta il progetto di comunicazione Castelnovoinform@:

- Sito istituzionale <http://comune.castelnuovomagra.sp.it>
- Sito tematico <http://informa.castelnuovomagra.com/>
- Facebook <http://www.facebook.com/castelnuovomagra>
- Twitter <http://twitter.com/castelnuovom>
- Email ed Sms per notizie di pubblica utilità





# L'ESPERIENZA DI MODENA

IL FLUSSO DEI PRODOTTI COMUNICATIVI DEL COMUNE DI MODENA SUI DIVERSI CANALI WEB



Da: "Facebook per il turismo" su [www.slideshare.com](http://www.slideshare.com) di Claudio Forghieri



# SI FA PRESTO A DIRE 2.0!

---

*grazie*

[annalisa.collacciani@sinetinformatica.it](mailto:annalisa.collacciani@sinetinformatica.it)

[twitter.com/LisannaC](https://twitter.com/LisannaC)

[lisannac.tumblr.com](https://lisannac.tumblr.com)