



L'esperienza italiana nel contesto internazionale

Alessandra de Marco

Direttore dell'Ufficio per le attività di
informazione e comunicazione istituzionale del
Dipartimento per l'informazione e l'editoria

Alberto Russo

Dirigente coordinatore del
Servizio per la comunicazione
istituzionale



**La roadmap per
una comunicazione
più efficace**

**Rafforzare la
governance
della
comunicazione
pubblica**

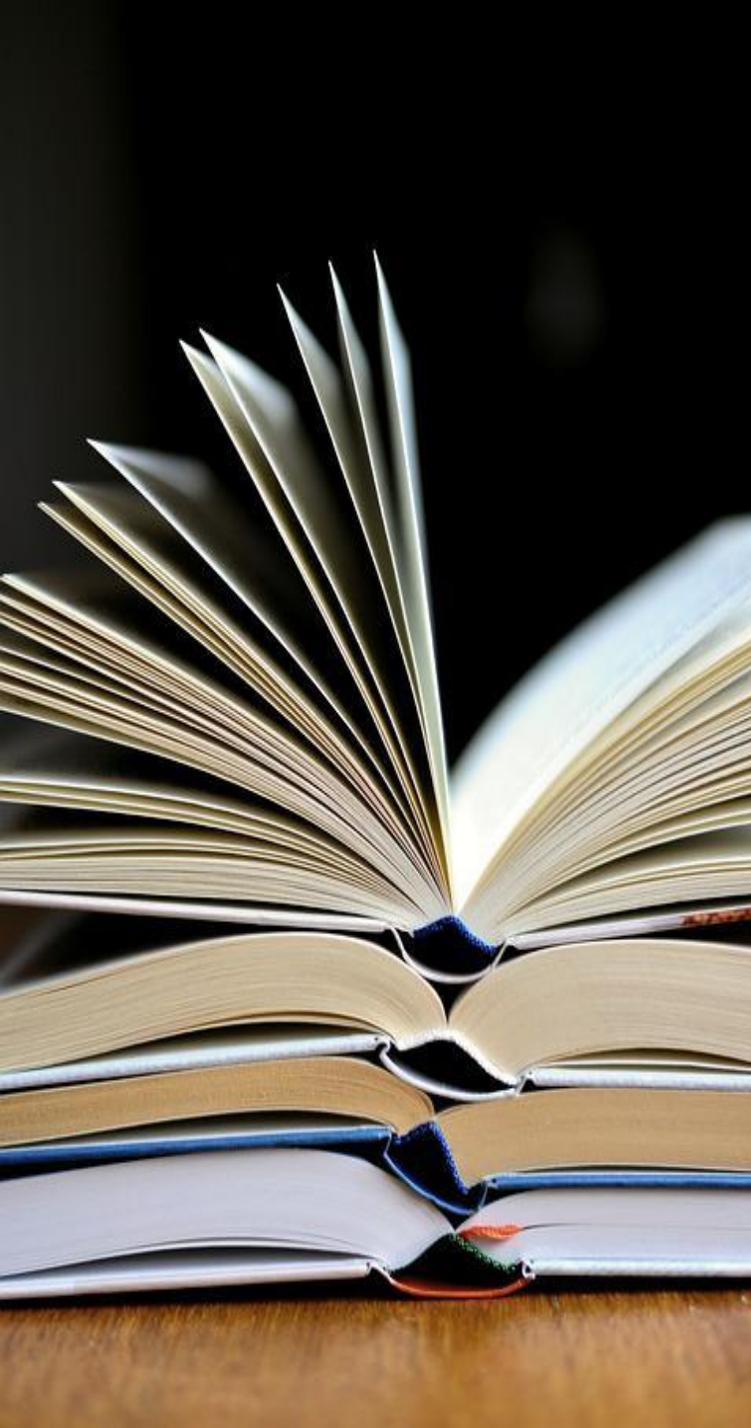
**Passare a una
comunicazione
pubblica di
tipo
*evidence-
based* e
*data-driven***

**Valutare le
attività di
comunicazio
ne pubblica
in termini di
impatto delle
politiche**

**Promuovere una
comunicazione
agile in un'era
digitale veloce e
in continua
evoluzione**

**Rispondere alla
misinformazione
e
disinformazione
con azioni di
comunicazione
pubblica**

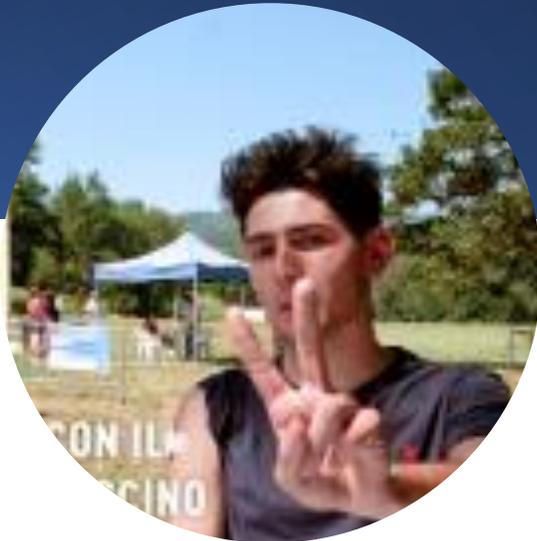
**Utilizzare la
comunicazione
per favorire un
processo di
apertura e
miglioramento
delle politiche
e dei servizi
pubblici**



Rafforzare la governance della comunicazione pubblica

- La Legge 150 del 2000 definisce la governance della comunicazione pubblica per le Amministrazioni dello Stato: ruolo di coordinamento e supporto del DIE.
- Il Piano di Comunicazione annuale (art. 12 Legge 150/2000).
- Documenti di policy (Linee Guida 2018 e Direttive annuali).
- Stanziamento dedicato alla comunicazione istituzionale.

Passare a una comunicazione pubblica basata sui dati e le evidenze empiriche



- Utilizzo di dati sull'accesso ai servizi e risultati delle rilevazioni sulle opinioni dei cittadini.
- Il caso della campagna di comunicazione sui vaccini contro il Covid-19.

Valutare le
attività di
comunicazione
pubblica in
termini di
impatto delle
politiche



Misurazione contatti per
campagne tv e radio.

Report di monitoraggio per
campagne social (copertura,
impression, interazioni e
riproduzioni dei contenuti
video).

Misurazione dell'impatto per
le campagne c.d. «di
servizio».

L'Italia è tra gli esempi citati
con la campagna social
#tresempliciregole
(Mascherina/Distanza/Mani).





Promuovere una comunicazione agile in un'era digitale veloce e in continua evoluzione

- Strategie multiformato e multiplatforma per raggiungere i diversi segmenti di target anche attraverso ads sponsorizzati.
- Coinvolgimento di testimonial ed influencer.
- Definizione e diffusione di un visual branding unitario, chiaro ed efficace per i siti web (linee guida AGID).
- Esperienza di direct messaging e chatbot (18app).

La roadmap per il futuro

- Potenziare il coordinamento.
- Capacity building anche in campi connessi e mirati (es. tecnologie, dati digitali).
- Portare a regime l'uso dei dati e la valutazione dell'impatto.
- Progetti per l'applicazione alla comunicazione delle scienze comportamentali.
- Capitalizzare l'esperienza della comunicazione in tempi di crisi.

