

CENSIMENTI PERMANENTI
POPOLAZIONE
E ABITAZIONI

**STRATEGIA DI
COMUNICAZIONE DEL
CENSIMENTO:
STRUMENTI E AZIONI**

Micaela Paciello

Istat | Direzione Centrale per la Comunicazione,
Informazione e Servizi ai cittadini e agli utenti

Impatto sulla campagna e macro obiettivi

Le modifiche e innovazioni dell'impianto metodologico del Censimento della popolazione per il 2020 hanno prodotto una **revisione della strategia di comunicazione** rispetto a obiettivi, linguaggio, messaggi e azioni.

OBIETTIVI STRATEGIA 2020



Comunicare la continuità del Censimento e della produzione dei dati strutturali, nonostante la sospensione delle operazioni sul territorio e presso le famiglie a causa dell'emergenza Covid-19, grazie all'intensificazione dell'utilizzo dei dati amministrativi

Promuovere le iniziative rivolte al mondo della scuola e alla cittadinanza attraverso i canali social e digital per sviluppare lo storytelling sui censimenti permanenti

Consolidare il network con i partner e gli stakeholder istituzionali

Valorizzare la fase di restituzione dei dati, sia per dimostrare il grande potenziale informativo del censimento, sia per preparare l'edizione 2021

Strategia di comunicazione 2020 in 3 Fasi

GIU-OTT 2020

FASE I : COMUNICAZIONE DELLA STRATEGIA 2020

Campagna informativa e di PR a supporto della comunicazione ufficiale rivolta a:

- partner istituzionali sul territorio (Comuni e Prefetture)
- stakeholder (Città Metropolitane, Province, Regioni)

OTT-NOV 2020

FASE II: CONSOLIDAMENTO DELLA CAMPAGNA

Campagne di sensibilizzazione, coinvolgimento e consolidamento delle azioni di comunicazione sul Censimento permanente della popolazione rivolta a:

- mondo scuola
- partner istituzionali
- cittadinanza

DICEMBRE 2020

FASE III: DIFFUSIONE DATI CENSUARI

Campagna di diffusione e promozione relativa al rilascio dei dati censuari 2018-2019 e promozione dei risultati rivolta a:

- mondo dell'informazione
- partner istituzionali
- stakeholder
- cittadinanza

Fase I: comunicazione della strategia 2020 sul censimento

COMUNICARE L'ANNULLAMENTO DELLE OPERAZIONI SUL CAMPO NEL 2020 E SPIEGARE LA NUOVA STRATEGIA

Creare materiali capaci di descrivere la strategia 2020 per la condivisione con i partner

Fornire ai partner i materiali utili per la condivisione a cascata con la cittadinanza di riferimento

Assicurare continuità e coerenza della comunicazione rispetto alle campagne 2018-2019

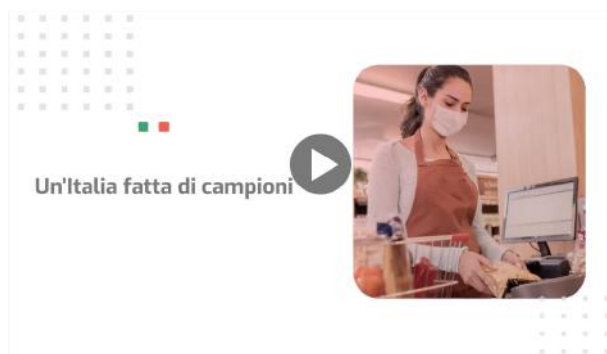
DEM +
DIGITAL KIT



INFOGRAFICA



VIDEO INFORMATIVO



SOCIAL CARD



INCONTRO TECNICO



Fase II: consolidamento della campagna sul censimento

PROMUOVERE ATTRAVERSO I CANALI SOCIAL E DIGITAL TUTTE LE INIZIATIVE RIVOLTE ALLA SCUOLA E ALLA CITTADINANZA E CONSOLIDARE NETWORK CON PARTNER ISTITUZIONALI

Censimento sui banchi di scuola: **diffondere** i risultati edizione 2019, avviare l'edizione 2020

Aggiornare e sensibilizzare la cittadinanza attraverso iniziative di engagement

Garantire la comunicazione verso gli stakeholder e i partner istituzionali con aggiornamenti puntuali sul Censimento

CENSIMENTO SUI BANCHI DI SCUOLA



SOCIAL E DIGITAL



#QUELLOCHECONTA Contest Instagram e Twitter

Attraverso una **piattaforma collaborativa** sarà realizzato uno **storytelling** basato su **contributi social** che svilupperanno il concept "quello che conta" per ciascuno di noi



60 MINUTI DI CENSIMENTI Rubrica Istat



4 TALK
2-6/11/2020

Fase III: diffusione dei dati censuari 2018-2019

VALORIZZARE LA FASE DI RESTITUZIONE DEI DATI, SIA PER DIMOSTRARE IL GRANDE POTENZIALE INFORMATIVO DEL CENSIMENTO, SIA PER PREPARARE L'EDIZIONE 2021

Socializzare il target generalista alla comprensione del dato statistico come lettura della realtà italiana

Semplificare la comunicazione rendendo immediatamente fruibili i dati censuari rilasciati

Creare notiziabilità intorno al rilascio dei dati censuari sia a livello locale che nazionale

PIANO DI PLACEMENT RAI



- **5 puntate televisive** (Uno mattina, Uno mattina in famiglia, La vita in diretta, I fatti vostri, GEO)
- **4 radio** (Radio 1 giorno per giorno, Formato famiglia, La versione delle due, Caterpillar)

EVENTO DI DIFFUSIONE RISULTATI 2018-2019



DICEMBRE 2020

Aperto a tutti gli stakeholders, comunità scientifica, partner istituzionali e mondo dei media.

PIANO DI MEDIA RELATION



- **Su stampa nazionale** per la diffusione dei dati rilasciati
- **Su locale e verso TGR** con press kit dedicato alla specifica regione

PIANO SOCIAL, DIGITAL PR, INFLUENCER MARKETING



- **Digital kit personalizzati** sulle "curiosità dei censimenti" per partner istituzionali
- **Infografiche tematiche**
- Diffusione dati censuari con il racconto di un gruppo di **influencer** selezionati

Grazie per l'attenzione
Micaela Paciello