



Twitter per comunicare ai cittadini

Cosa, come e perché utilizzarlo

Gabriele Palamara

Social Media e Digital Specialist Ufficio Stampa MISE

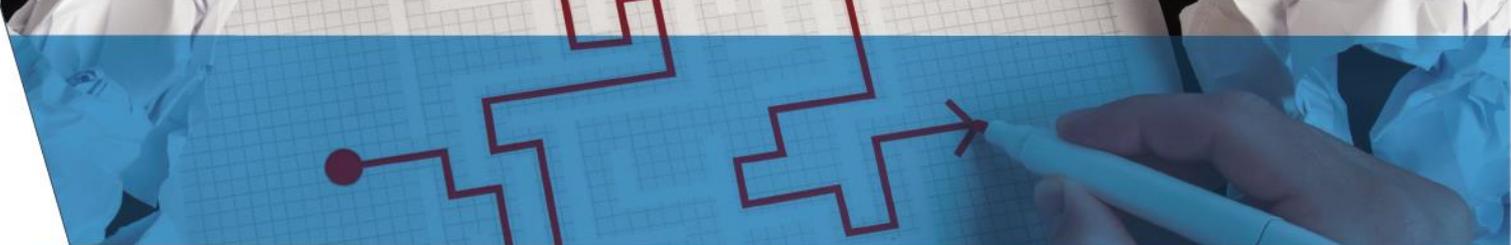
11 novembre 2020 | Italia

Evoluzione dei media digitali

Il digitale ha trasformato il modo in cui lavoriamo, viviamo e acquistiamo.

Tendenze come l'ipersonalizzazione, le case e le città intelligenti e la necessità di praticità stanno influenzando il comportamento dei consumatori e hanno aumentato l'importanza del digitale.

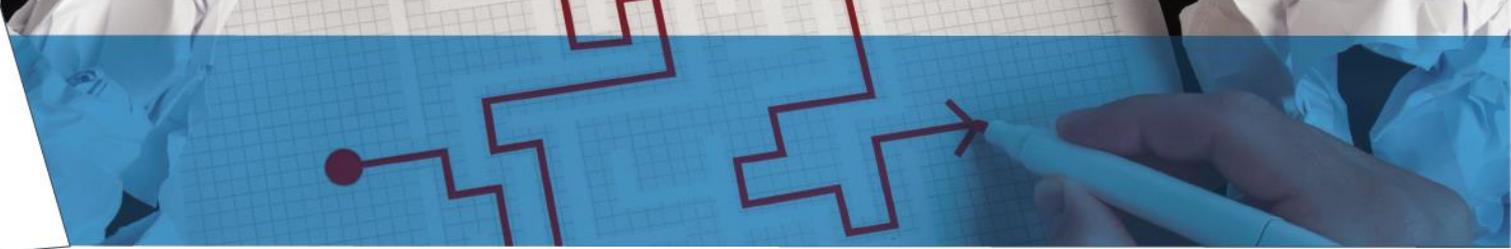
Oggi avere una forte presenza sociale è un paradigma affermato come parte essenziale di un approccio olistico all'attivazione dell'innovazione.



Nel 2020, tutto ciò che ci era familiare – dalla routine quotidiana ai progetti a lungo termine – è stato sconvolto al di là di ogni immaginazione.

Di fronte alla crisi climatica sempre più evidente e brutale, a una pandemia globale e alle rinnovate lotte per i diritti civili, tutte le persone a livello globale sono state costrette ad affrontare le crepe formatesi nell'ordine stabilito e a rivalutare le priorità nell'ottica di un futuro incerto.

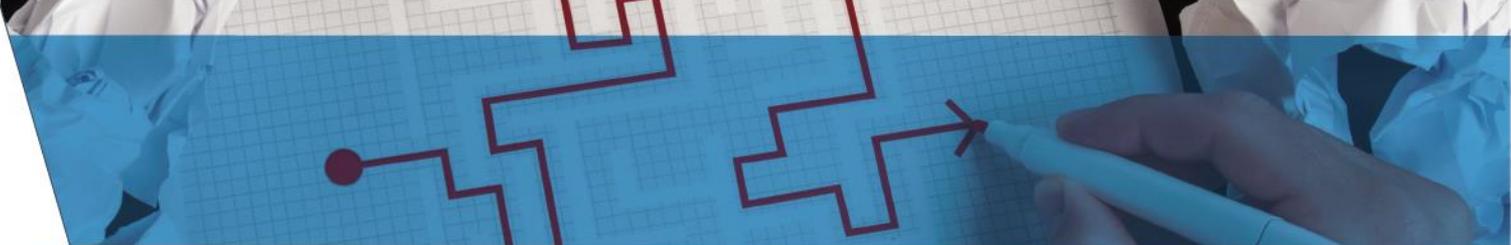
I social hanno giocato un ruolo centrale in questa situazione drammatica.



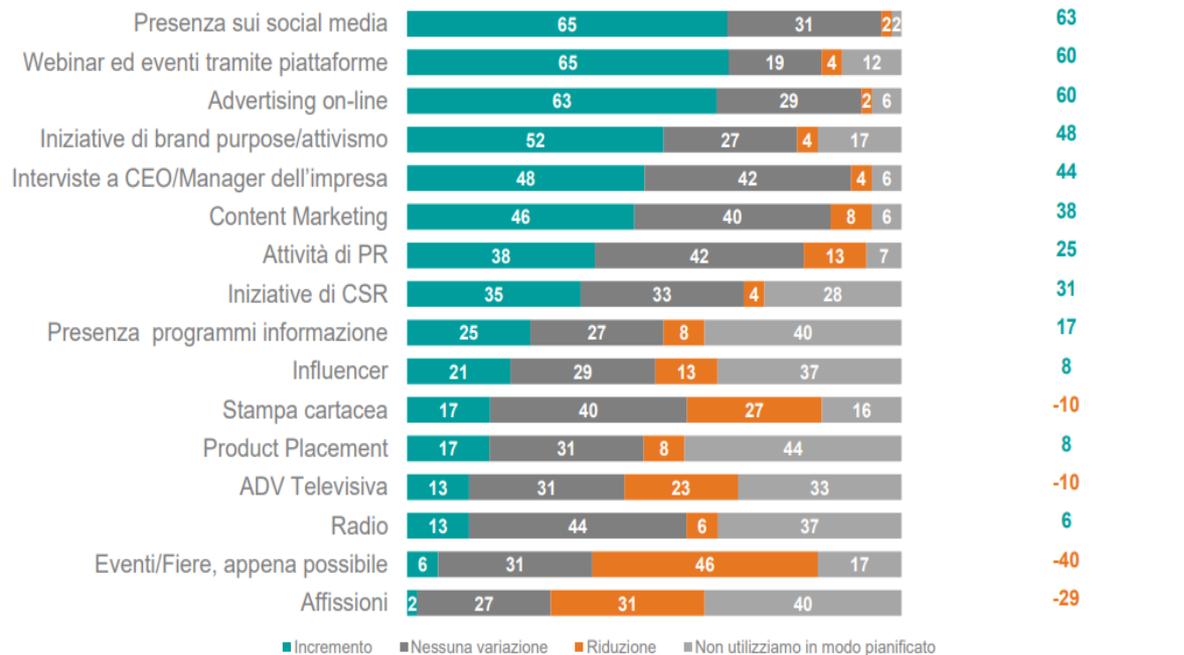
L'idea che gli schermi e i social abbiano un impatto negativo sulle nostre relazioni offline si affievolisce, mentre le persone cominciano a superare l'inerzia legata agli strumenti progettati per umanizzare le interazioni digitali.

Social di cittadinanza e social funzionali





CAMBIO DI COMMUNICATION MIX: PIU' SOCIAL E CONTENT, MENO TV E OOH

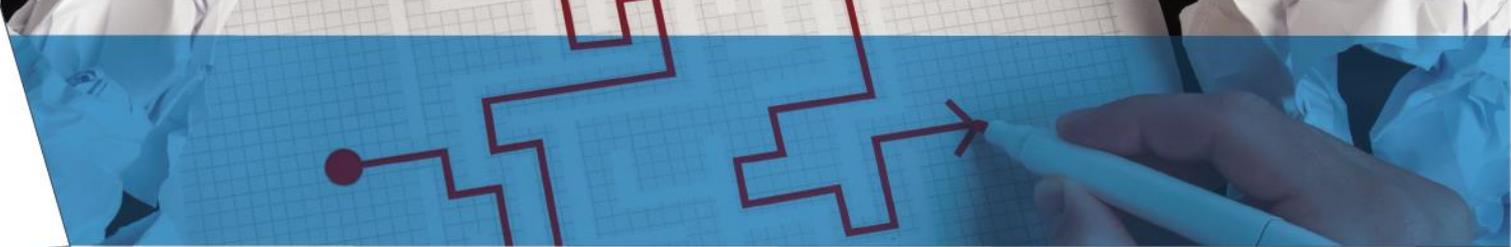


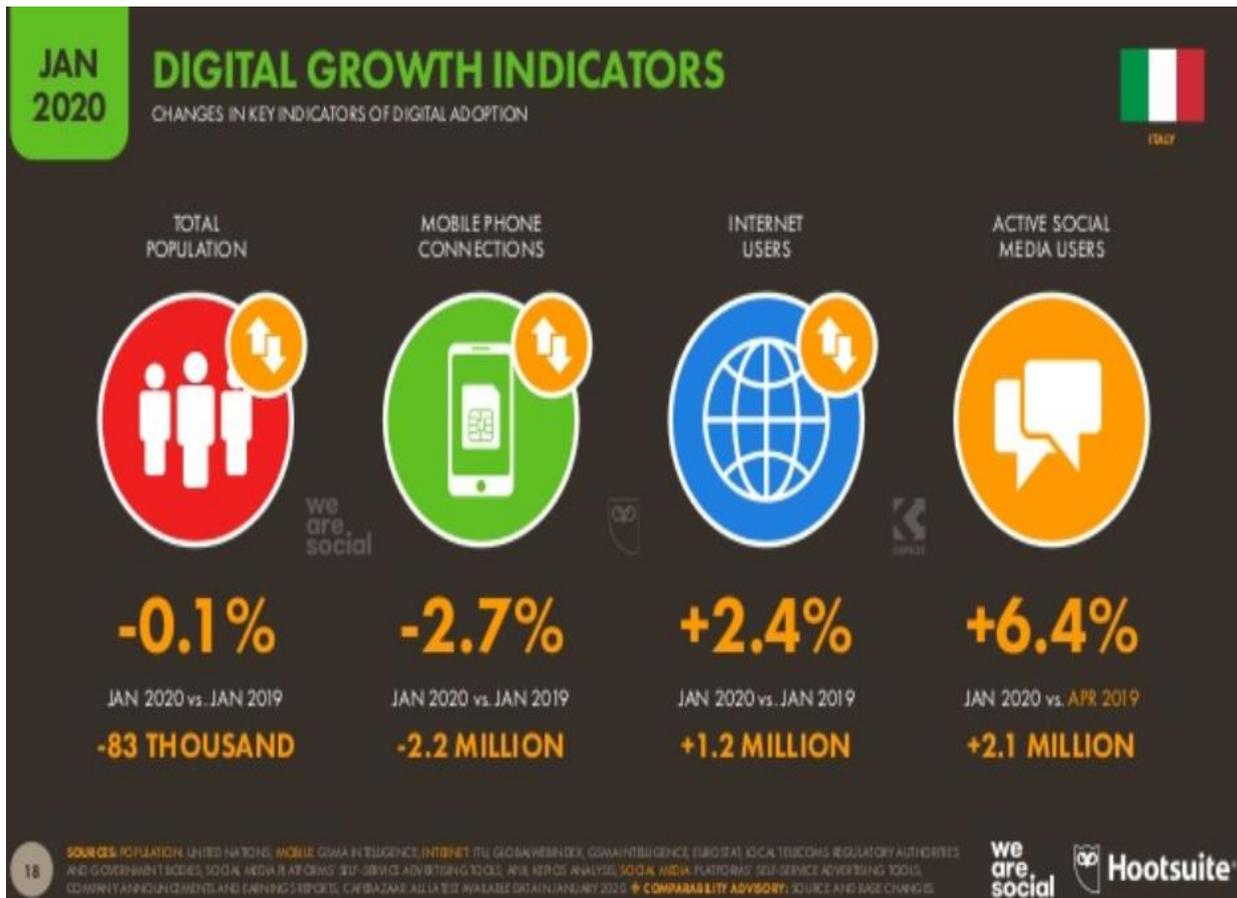
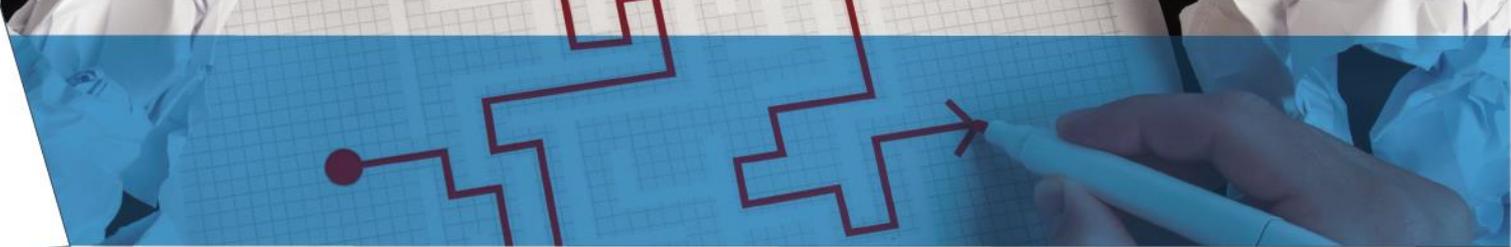
Base:
Totale Rispondenti (48)

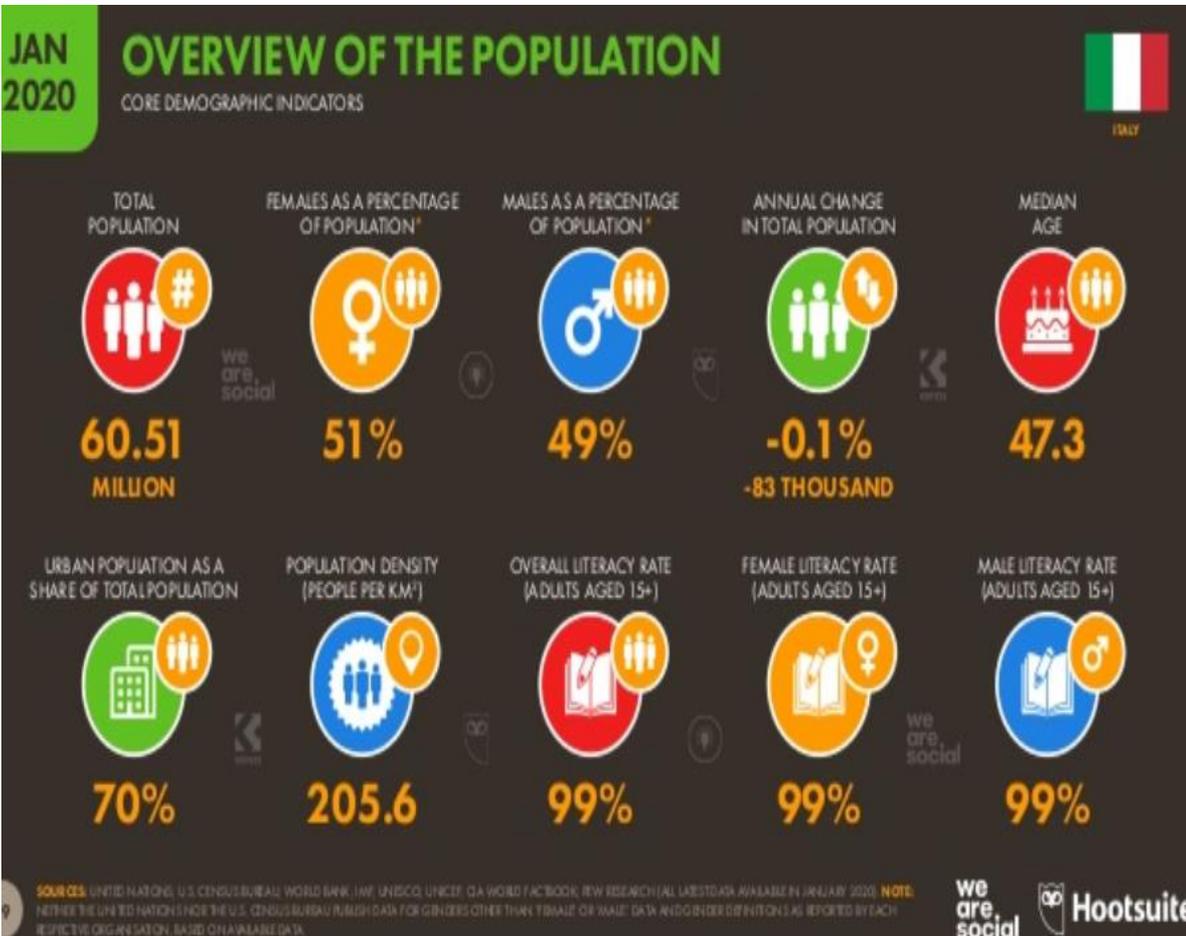


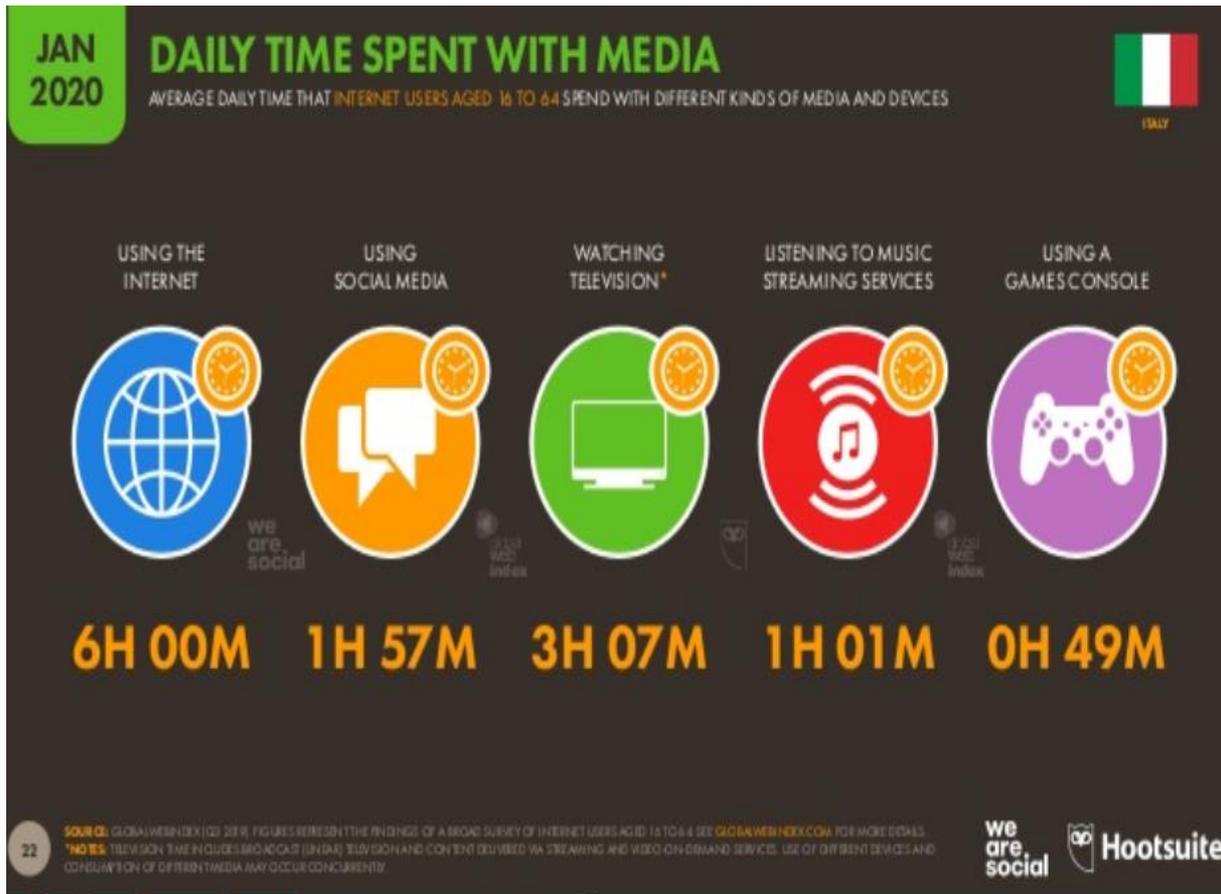
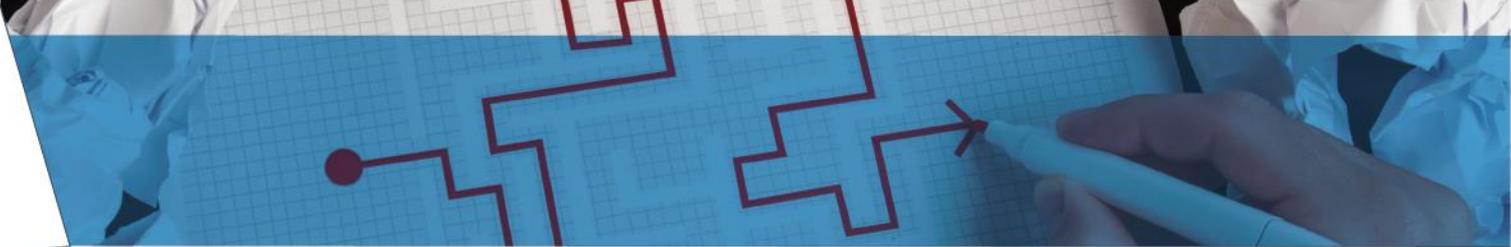
C3

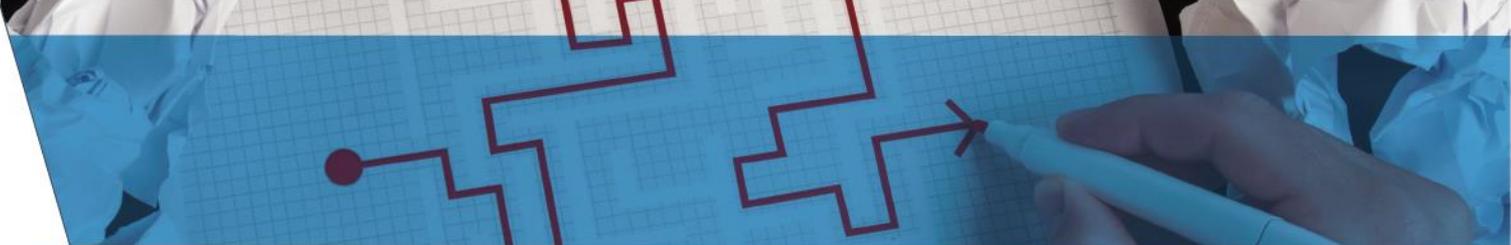
Cambierà nei prossimi mesi il vostro communication mix? Cosa cambierà soprattutto? Si riferisca alle principali categorie di prodotti della vostra offerta.











JAN
2020

SOCIAL MEDIA OVERVIEW

BASED ON THE REPORTED POTENTIAL ADVERTISING REACH OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



ITALY

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

35.00
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS
COMPARED TO
TOTAL POPULATION



global
web
index

58%

CHANGE IN SOCIAL
MEDIA USER NUMBERS
(APR 2019 TO JAN 2020)



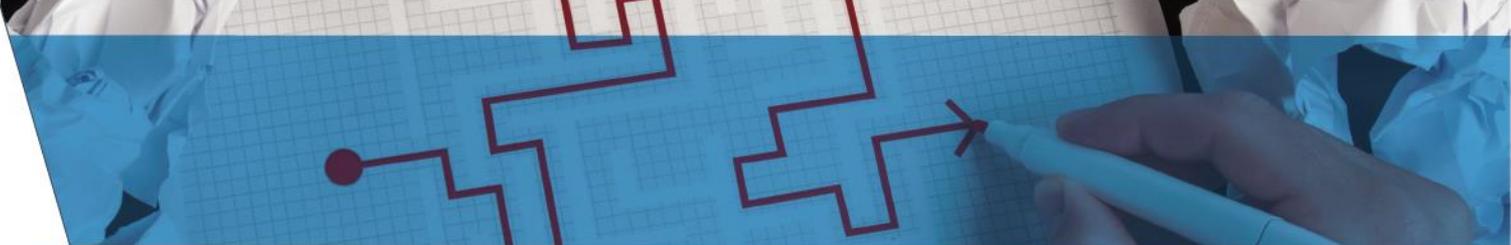
statista

+6.4%
+2.1 MILLION

PERCENTAGE OF ACTIVE
SOCIAL MEDIA USERS
ACCESSING VIA MOBILE



98%



**JAN
2020**

SOCIAL MEDIA BEHAVIOURS

DETAILS OF HOW INTERNET USERS AGED 16 TO 64 ENGAGE WITH SOCIAL MEDIA



VISITED OR USED A SOCIAL NETWORK OR MESSAGING SERVICE IN THE PAST MONTH*

ACTIVELY ENGAGED WITH OR CONTRIBUTED TO SOCIAL MEDIA IN THE PAST MONTH

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA ACCOUNTS PER INTERNET USER*

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO USE SOCIAL MEDIA FOR WORK PURPOSES



99%



81%



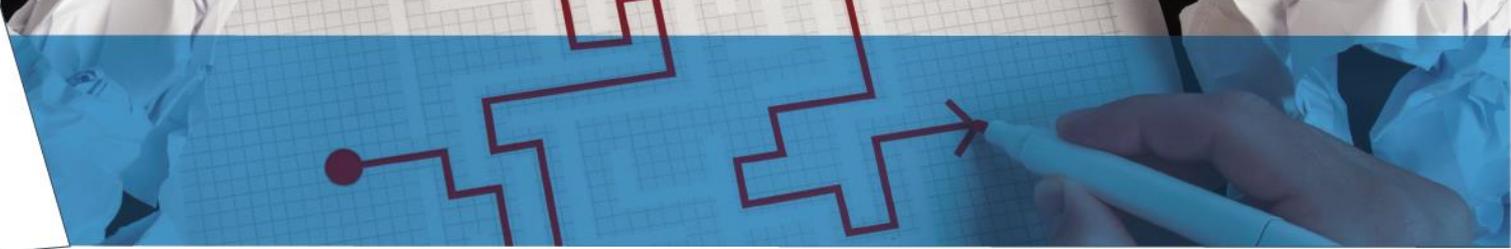
1H 57M



7.8



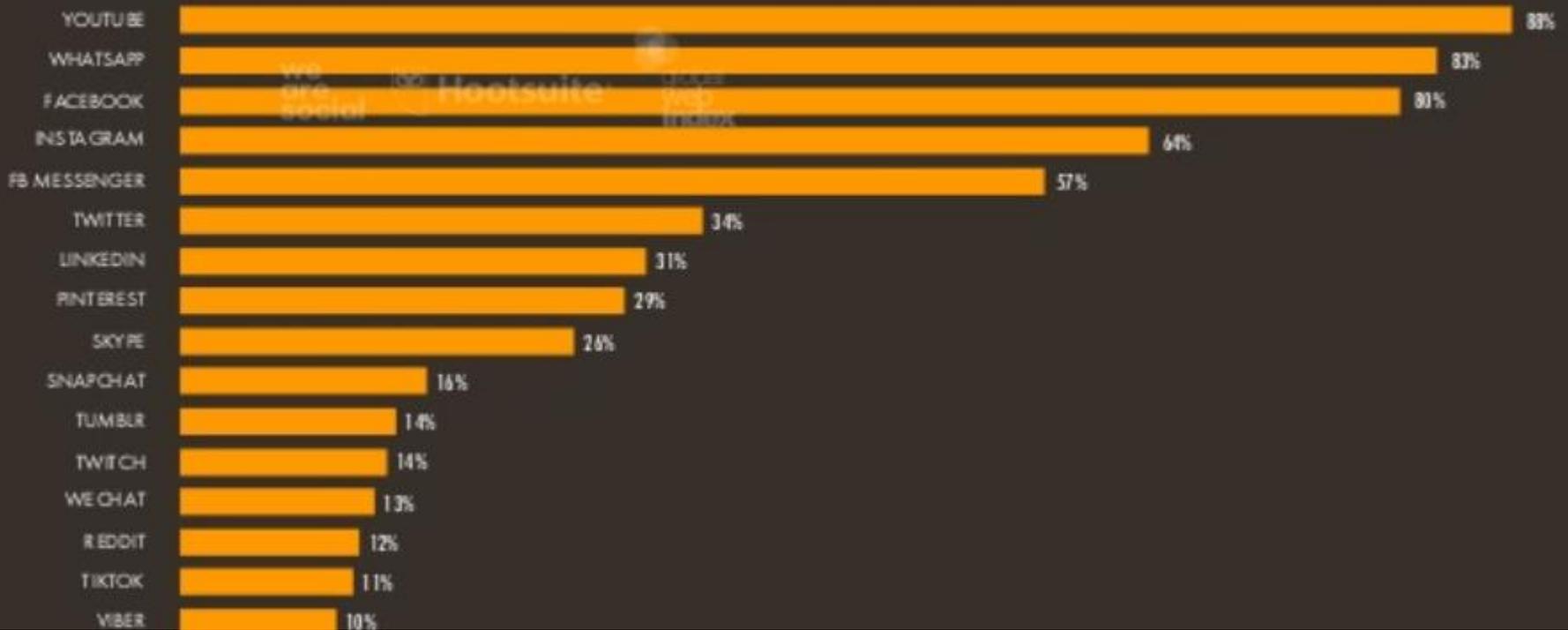
31%



JAN
2020

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



La rete sociale

I concetti alla base di "*rete sociale*" non sono nulla di nuovo, ma i modi per connettersi, creare una rete e promuoversi, hanno assunto **un significato del tutto nuovo (e più veloce) nell'era digitale.**

Mentre una volta utilizzavamo strette di mano, passaparola e lettere stampate, **le relazioni di oggi spesso iniziano e si sviluppano su LinkedIn, Instagram e Facebook.**

Gli utenti **devono conoscere e utilizzare una varietà di piattaforme sociali** per rimanere rilevanti, per non parlare di approfittare delle opportunità emergenti.

Investire nelle community locali

I canali digitali giocano un ruolo crescente nel modo in cui le persone si interfacciano con le community di prossimità, e questo si traduce in un'opportunità per i marchi di celebrare e investire in tali community.

Ad esempio, Heineken ha utilizzato i canali digitali per il crowdfunding, al fine di sostenere economicamente i luoghi dell'intrattenimento indipendenti in difficoltà. Un'altra possibile strategia è quella di ingaggiare persone reali che i clienti conoscono e amano, come quella signora che lavora al banco del formaggio nel supermercato britannico Waitrose, la quale ha guadagnato migliaia di seguaci su TikTok condividendo informazioni interessanti sul mondo del formaggio.

Formati audio per comunicare

Una nuova ondata di applicazioni come Chalk e Space stanno sperimentando formati audio che migliorino l'intimità delle conversazioni. Il fenomeno prende in prestito da applicazioni come Discord, che combina la natura casual di un'app per chattare (tipo Slack) con l'audio, permettendo ai gamer di parlare a mani libere. Anche LinkedIn ha aggiunto l'opzione del messaggio vocale, mentre Twitter ha introdotto i tweet audio, anche se il team di addetti ai lavori sta ancora studiando come garantire che queste funzionalità siano accessibili a tutti.

Cosa si intende per partecipazione ai social network? Un po' tutto, dalla creazione di un profilo utente, la pubblicazione di messaggi o altri contributi ai social network.



Maggiore consumo e utilizzo dei media online: sui social network, la percentuale di persone che leggono contenuti e che li condividono o li commentano è aumentata incredibilmente.

Purtroppo però questa partecipazione non è andata di pari passo con un miglioramento delle capacità di comprensione del testo, nel senso di interpretarlo, di saper leggere fra le righe elaborando delle conclusioni proprie.

Lo mostrano chiaramente i risultati dei test Pisa di OCSE, che misurano la competenza di lettura al fine di raggiungere i propri obiettivi, sviluppare le proprie conoscenze e potenzialità e svolgere un ruolo attivo nella società

I social media hanno giocato un ruolo fondamentale per gli italiani, in quanto hanno permesso loro di **restare in contatto con le persone care**, vista l'impossibilità di potersi ritrovare dal vivo, di **usarli di più per il proprio lavoro** e di vederli come una finestra sul mondo, dalla quale **reperire informazioni e notizie** su tutto quello che stava succedendo.

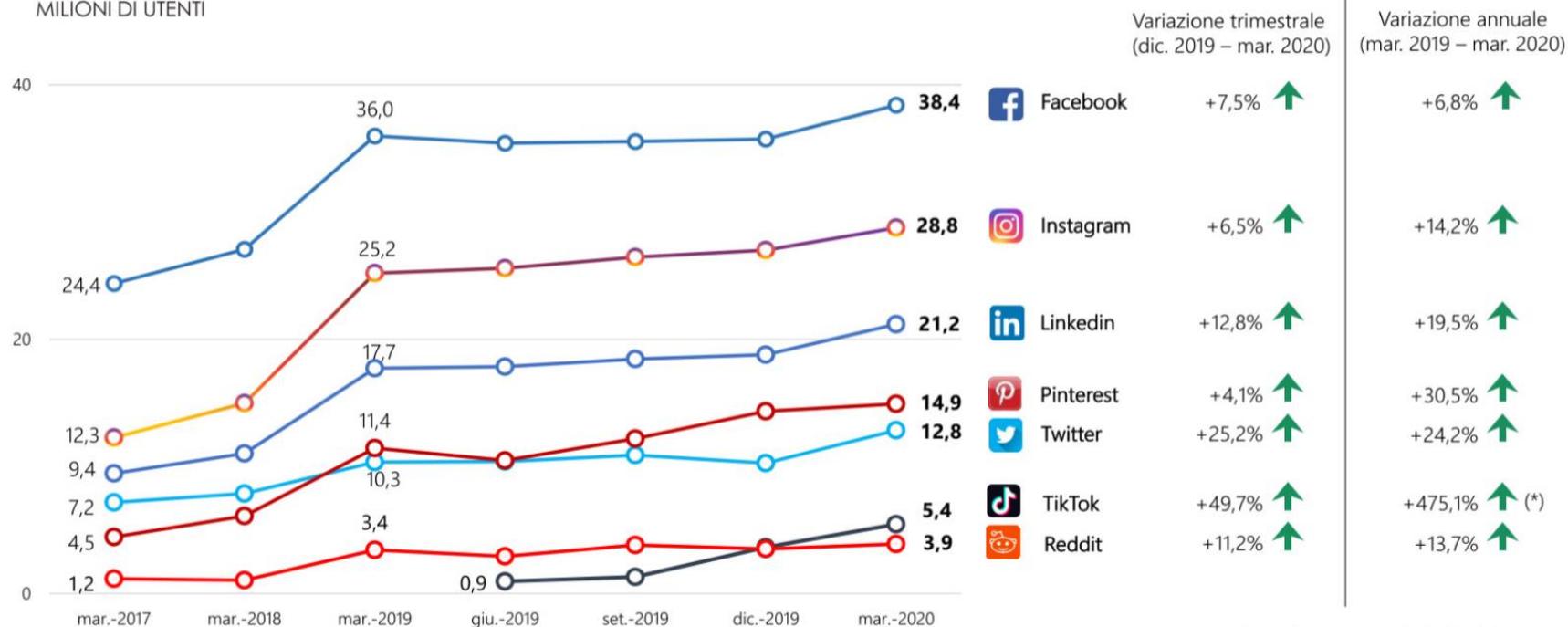
A crescere di più sono stati TikTok e Twitter.

2.4: MEDIA: INTERNET AUDIENCE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK



AUDIENZE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK PER UTENTI UNICI

MARZO 2017 – MARZO 2020
MILIONI DI UTENTI



(*) Nota: il tasso di crescita annuale di TikTok è calcolato a partire dal mese di giugno 2019.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb (Nielsen)

La situazione social in Italia

In Italia ci sono **25,3 milioni di persone che ricorrono ai social.**

Sono soprattutto i più giovani a fare un uso anche eccessivo delle nuove tecnologie, ma in Italia i giovani (la fascia tra i 15 e 24 anni) conta per il 9,8% della popolazione complessiva.

Tra i giovani europei dai 16 ai 24 anni, circa 9 su 10 hanno partecipato ai social network (86%). In Italia siamo intorno al 73%, il dato più basso d'Europa.

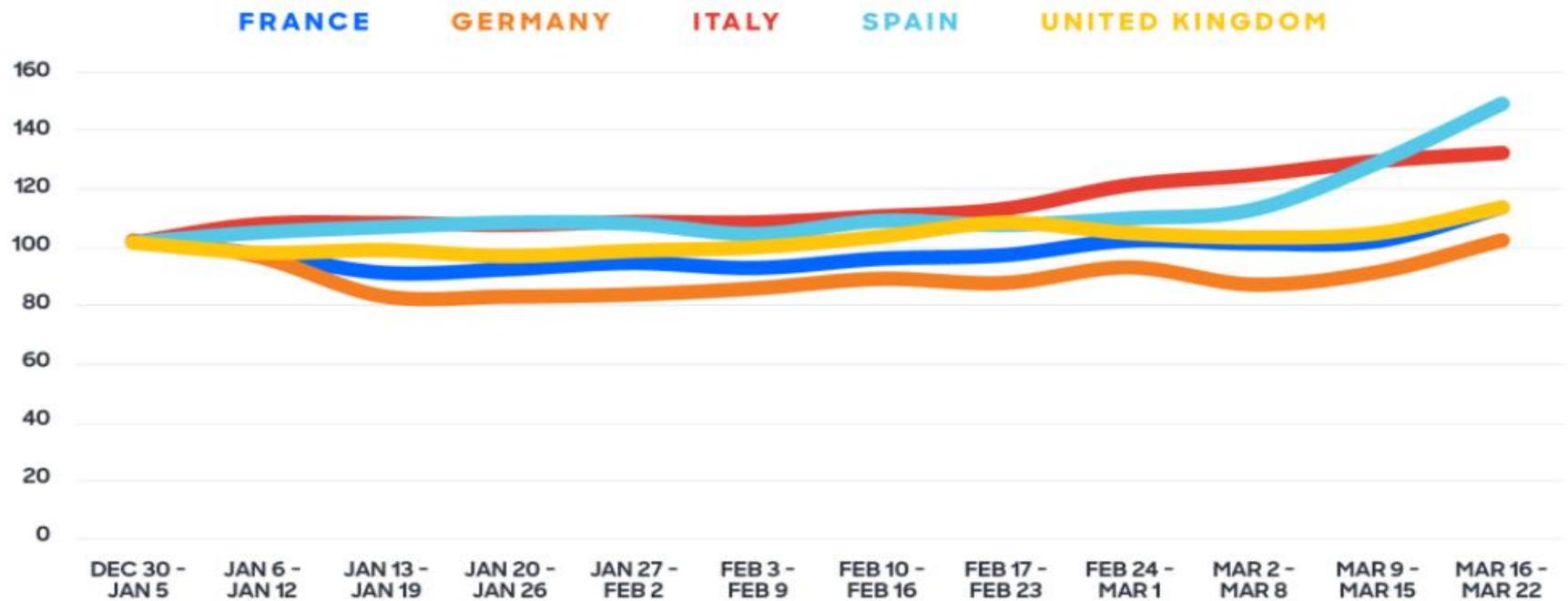
Mentre le persone anziane, solitamente poco reattive alla tecnologia, continuano ad avere poco familiarità con ciò che offre la rete. Così tra gli over 65 d'Italia (13,8 milioni) appena il 14% (1,9 milioni) dispone di account e interagisce con gli altri.

44,7 milioni di italiani connessi nel giorno medio a marzo 2020, con 113 ore di navigazione di media nel mese di marzo.

La **pandemia da Coronavirus** sta, inevitabilmente modificando le nostre abitudini e continuerà a farlo ancora per molto. E cambia anche il nostro atteggiamento online con un differente consumo delle notizie e l'uso dei social media in questo periodo nel nostro paese ed in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna, quelli solitamente definiti **paesi EU5**.

Social Networking Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100

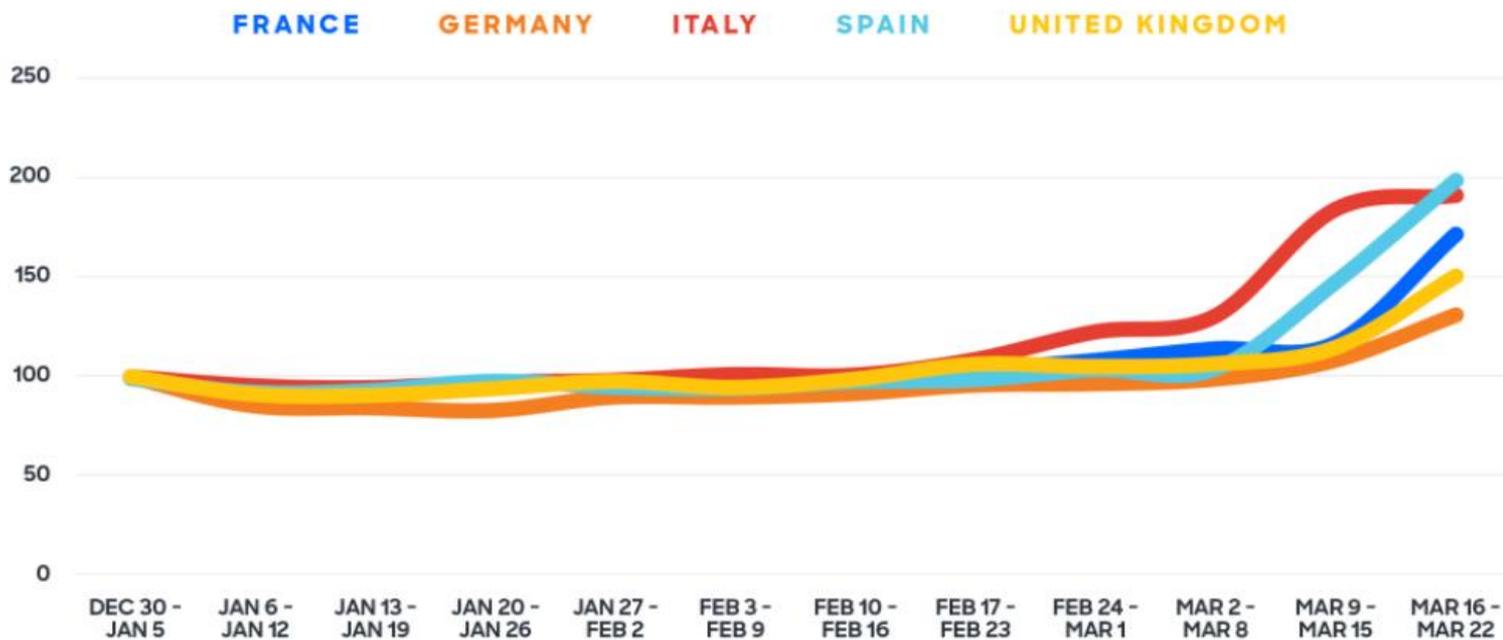


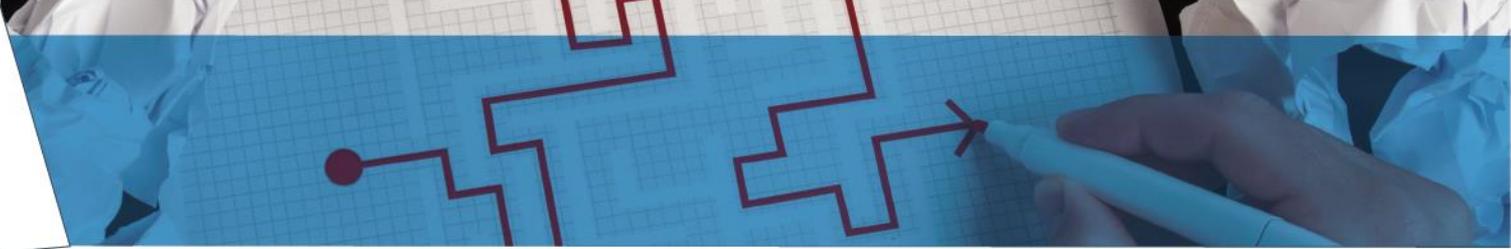
Cresce il consumo di notizie in generale: l'Italia mostra comunque un interesse molto più alto rispetto agli altri paesi per quello che è il **consumo delle notizie in generale.**

Nel nostro paese, il primo ad essere maggiormente colpito dal Coronavirus in Europa, e il primo a prendere misure di contenimento molto severe, **il consumo di General News è aumentato del 125 per cento** anche nella settimana che stiamo considerando, un aumento che segue quelli notati anche nelle settimane precedenti a partire dalla prima metà di febbraio.

Instant Messaging Sites/Apps: Visit Indices

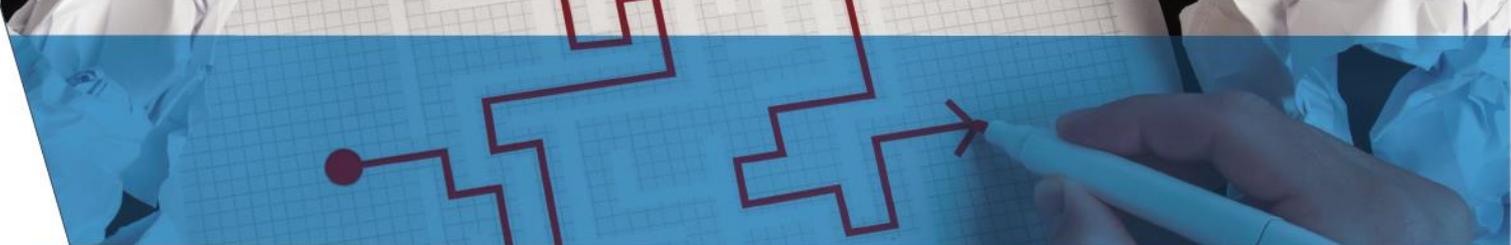
WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100





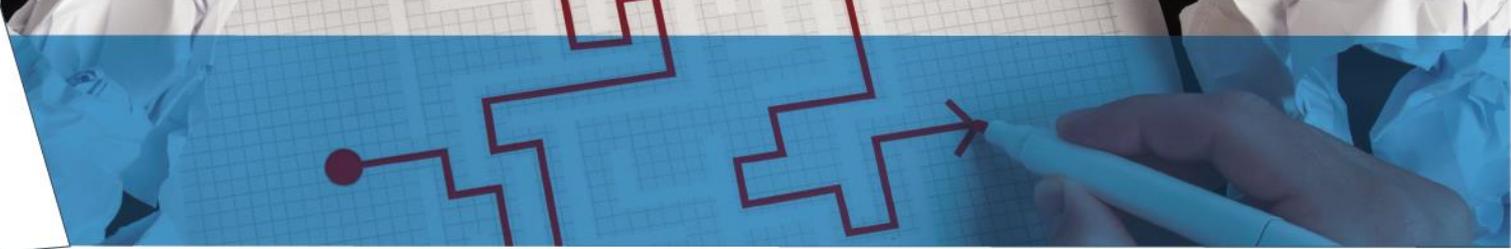
Gli italiani vogliono essere informati e, in una situazione assolutamente inedita, con l'obbligo di restare a casa e rispettare la regola della distanza sociale, usano il web come strumento per restare aggiornati leggendo siti di news online.

In Francia l'aumento è stato del +68 per cento, in Germania +57 per cento, in Spagna +87 per cento e nel Regno Unito +51 per cento.



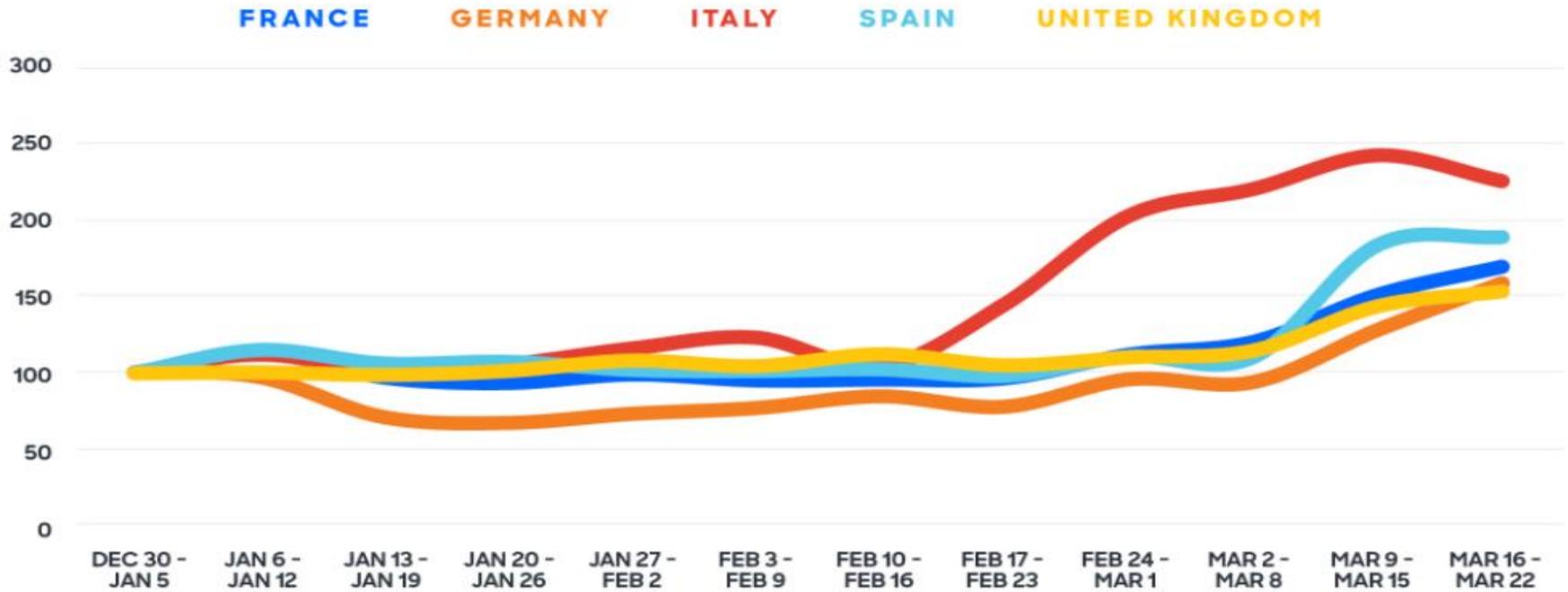
Da rilevare, dato molto interessante, un **aumento del consumo di notizie a livello locale**, per restare più informati sulla evoluzione del Coronavirus nelle zone più colpite.

Un aumento del consumo di notizie più locali comincia ad evidenziarsi in Italia già nelle prime due settimane di febbraio, un interesse che poi si estende anche negli altri paesi e che mostra un tasso di crescita ben superiore alle categorie viste prima , quella Business & Finance e quella General News.



General News Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



L'impatto del nuovo coronavirus sui media è misto. L'aumento dei consumi dovuto all'autoisolamento e alla quarantena ha aumentato la domanda di media.

Dopo che la Cina ha implementato misure di isolamento a livello nazionale, i download medi settimanali di app durante le prime due settimane di febbraio sono aumentati del 40% rispetto alla media dell'intero 2019 (Financial Times) .

Nello stesso mese, i download settimanali di giochi sui dispositivi Apple sono aumentati dell'80% rispetto al 2019.

L'industria dei media è stata ribaltata molte volte in passato. Ciò che è rimasto costante è il ruolo indispensabile che i media giocano nella società.

- I media non aiutano solo a passare il tempo; tengono le persone informate.
- I media creano sempre più momenti culturali condivisi e catturano l'identità. Abbiamo bisogno di una misura più dinamica per calcolare il valore reale dei media per la società.

Il coronavirus dimostra che il valore dei media sta crescendo, ma dobbiamo trovare modi migliori per misurarlo. La pandemia COVID-19 sta sconvolgendo ogni settore. Per il settore dei media il coronavirus crea sia opportunità che sfide.

L'80% e il 90% di noi legge, guarda o ascolta notizie e intrattenimento per una media di quasi 24 ore durante una settimana tipica. Non sorprende che il coinvolgimento con i media sia elevato, considerando la varietà di fornitori di qualità che esistono oggi.

«L'attuale sfida al coronavirus sottolinea solo il ruolo indispensabile che i media svolgono nella società odierna. Con il valore dei contenuti in crescita, l'industria ha bisogno di modelli finanziari che consentano loro di adempiere alle loro funzioni sociali pur supportando un accesso diffuso ai contenuti critici. Questo non può accadere isolatamente: richiede il dialogo, anche con le autorità di regolamentazione, per trovare soluzioni che bilanciano innovazione, benessere dei consumatori e responsabilità aziendale di ogni stakeholder nel settore dei media.»

- Kirstine Stewart, Head of Shaping the Future of Media, Entertainment and Culture, World Economic Forum

Cambiano i tempi: l'era COVID19

Ci sono prove che l'impegno dei media si intensifica durante gli eventi di rifugio sul posto. Nel 2017, Nielsen ha misurato un aumento del 56% dell'utilizzo della televisione negli Stati Uniti durante l'uragano Harvey. La tendenza si replica anche nel contesto odierno. L'Italia e la Corea del Sud, due paesi più avanti nella loro esperienza di pandemia, hanno registrato un aumento del 12-17% dei consumi televisivi.

TikTok e Twitter crescono di più in Italia

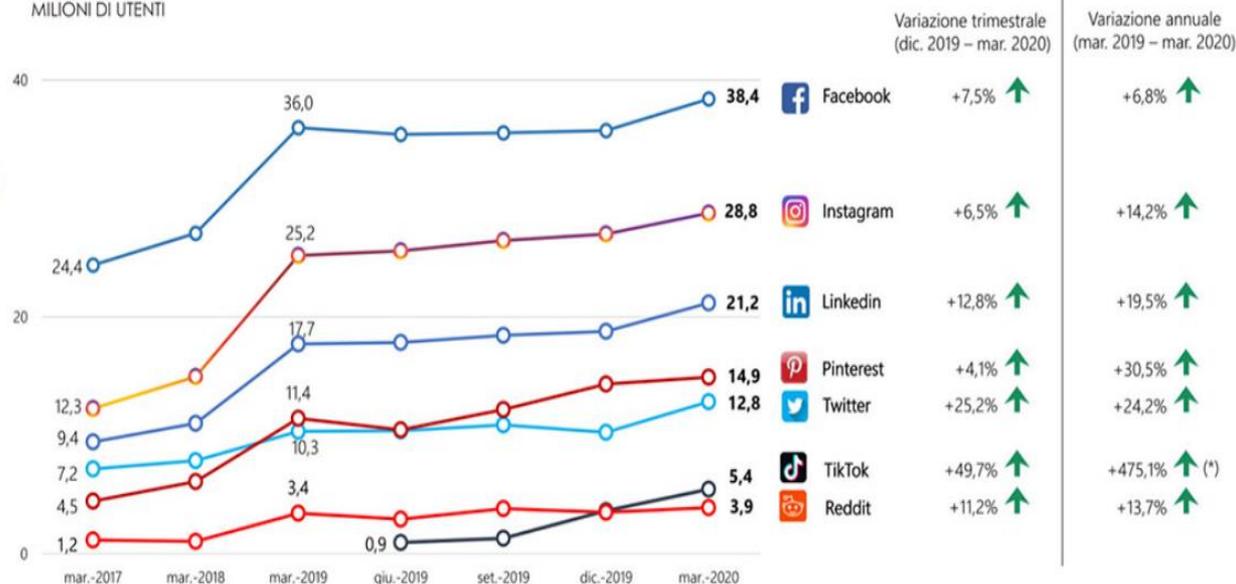


2.4: MEDIA: INTERNET AUDIENCE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK



AUDIENCE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK PER UTENTI UNICI

MARZO 2017 – MARZO 2020
MILIONI DI UTENTI



(*) Nota: il tasso di crescita annuale di TikTok è calcolato a partire dal mese di giugno 2019.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb (Nielsen)

Cambiano i tempi: l'era COVID19

Altra grande sorpresa, nel periodo del lockdown, è **la crescita di Twitter che fa segnare +25,2% nel trimestre**, il secondo dato più alto dopo quello di TikTok, e il **+24,2% rispetto all'anno precedente**, il terzo più alto dopo TikTok e Pinterest.

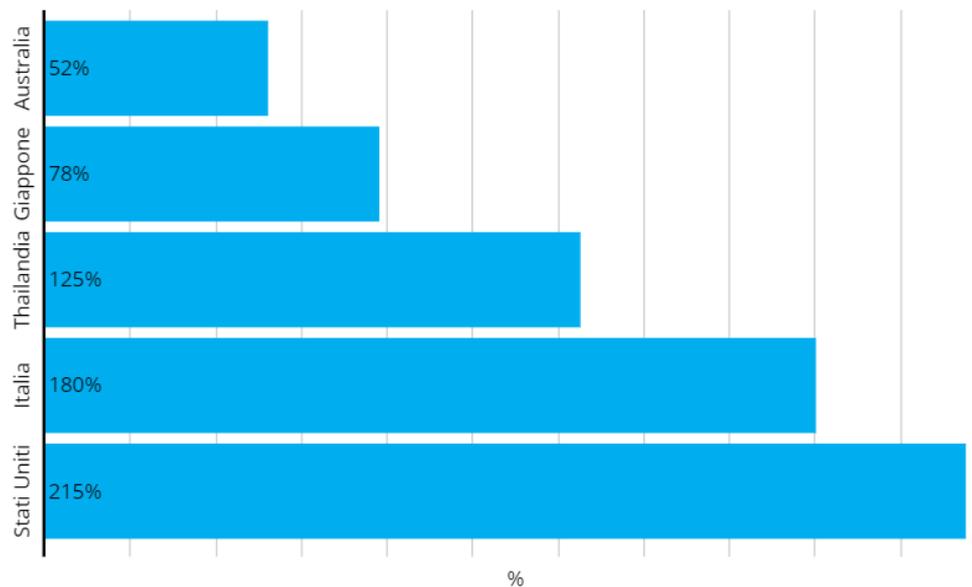
Twitter nel periodo del lockdown ha giocato il ruolo che più gli si addice, ossia di piattaforma che tiene aggiornati su quello che succede.

Cambiano i tempi: l'era COVID19

Menzione speciale poi per due piattaforme che hanno visto crescere l'apprezzamento da parte degli utenti italiani e parliamo di **LinkedIn, che cresce nel primo trimestre del 12,8% (+19,5% in un anno)**, e di **Pinterest che cresce nei primi tre mesi dell'anno del 4,1% ma che fa registrare +30,5% in un anno** (secondo dato più alto dopo quello di TikTok).

Fake news, le notizie false che rischiamo di diffondere inutile allarmismo gran parte delle notizie false viene veicolata attraverso web e social media

TEMPO TRASCORSO ONLINE (MOBILE) PER ACCEDERE A NEWS E ATTUALITÀ'. CRESCITA PERCENTUALE MARZO 2020 VS MARZO 2019



Contrasto alle Fake news

Nella settimana del 16-22 marzo (a paragone con la settimana 30 dicembre 2019-5 gennaio 2020) l'uso dei social media continua a crescere, un incremento che segue la diffusione del virus negli altri paesi europei. Infatti, in Spagna l'aumento è del 48 per cento, il secondo paese più colpito dopo l'Italia. A seguire il nostro paese, appunto, con il 31% e poi +12 per cento in Francia e +12 per cento nel Regno Unito.

Nella del 16-22 marzo 2020 **le notizie locali sono aumentate** del +125 per cento in Francia, +101 per cento in Germania, **+105 per cento in Italia**, +158 per cento in Spagna e +45 per cento nel Regno Unito.

Twitter a marzo lancia anche in Italia, in collaborazione con il **Ministero della Salute**, un lavoro contro la disinformazione, allo scopo di fare **emergere contenuti corretti e attendibili**, e promuovere un coinvolgimento costruttivo su quello che è un tema ancora in via di sviluppo. Nel corso delle ultime quattro settimane su Twitter sono stati pubblicati **oltre 20 milioni di tweet sull'argomento #coronavirus**. Un trend che non accenna a diminuire.



Contrasto alle Fake news

Twitter sia una delle poche piattaforme che si sta attrezzando al fine di rendere la piattaforma sempre più sana e protetta, dopo anni di inattività

Dal 20 gennaio tornerà un utente normale

Twitter toglie a Trump i “privilegi” da capo di Stato

Per Donald Trump si apre una nuova stagione anche su Twitter. Il social network su cui ha costruito buona parte della sua comunicazione ha fatto sapere che, con l'uscita dalla Casa Bianca, Trump perderà anche i privilegi che vengono riconosciuti al profilo di un capo di Stato. Il cambiamento di status verrà attuato da Twitter a partire dal 20 gennaio, giorno del cambio della guardia a Washington. Il trattamento speciale riservato dagli amministratori del social a un presidente degli Stati

Uniti (così come a qualunque altro leader mondiale) prevede, tra l'altro, la possibilità di non rimuovere

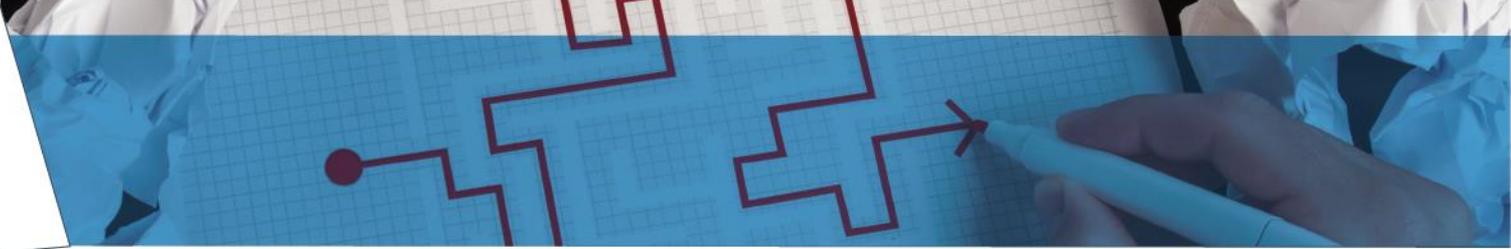
un tweet che violi le regole previste per gli utenti normali, se i contenuti di quel tweet contengono comunque un'informazione di evidente interesse pubblico. In futuro, dunque, i messaggi di Trump giudicati non corretti verranno cancellati, come succede a qualunque altro utente.

Contrasto alle Fake news

Per fare retweet ad un tweet apparirà un passaggio ulteriore, ossia quello di aggiungere un commento al tweet che volete, appunto retwittare. Si aggiunge un passaggio extra con l'intento, corretto, di portare l'utente a riflettere prima di fare retweet e indurlo alla condivisione aggiungendo un suo pensiero attraverso la modalità della citazione.

Contrasto alle Fake news

Sia da desktop che da mobile infatti, non appena andate per compiere l'azione di RT apparirà immediatamente il composer della modalità “citazione”. **Il retweet veloce, quello fatto spesso senza pensare, viene in questo modo “scoraggiato”**, invitando l'utente ad aggiungere un pensiero. Non si tratta però di una impostazione fissa, infatti se non volete aggiungere altro, potrete comunque cliccare sul tasto in alto a destra “Ritwitta” (da mobile) o in basso a destra (da desktop).



JAN
2020

TWITTER AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON TWITTER



NUMBER OF PEOPLE THAT
TWITTER REPORTS
CAN BE REACHED WITH
ADVERTS ON TWITTER



3.17
MILLION

TWITTER'S REPORTED
ADVERTISING REACH
COMPARED TO TOTAL
POPULATION AGED 13+



5.9%

QUARTER-ON-
QUARTER CHANGE
IN TWITTER'S
ADVERTISING REACH



-11%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT TWITTER
REPORTS IS FEMALE*



38.7%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT TWITTER
REPORTS IS MALE *



61.3%

Una fotografia di Twitter

Twitter sembra anche essere uno dei più divertenti e interessanti social. I messaggi sono limitati a caratteri definiti, ma questo è più che sufficiente per postare un link, condividere un'immagine, o anche scambiare pensieri con influencer o con la tua celebrità preferita.

L'interfaccia di Twitter è facile da imparare e da usare, e la creazione di un nuovo profilo richiede solo pochi minuti.

Arrivano le Storie: i fleet

Funzionalità che prende più che uno spunto proprio dalla celebre funzione di Instagram annunciata oltre tre anni fa e che consente a tutti gli utenti di pubblicare dei post che scompaiono dopo le faticose 24 ore.

Il funzionamento (e l'estetica generale) dei Fleet è pressoché identico a quello delle ben più note Instagram Stories: proprio come quest'ultime, infatti, anche in questo caso sarà possibile creare dei contenuti unicamente testuali o includere anche video, GIF o fotografie.

Arrivano le Storie: i fleet

Tutti i Fleet potranno essere consultati direttamente nella schermata principale di Twitter, attraverso le classiche **immagini profilo circolari con un contorno colorato**.

I Fleet potranno essere visualizzati dai propri follower, che di conseguenza potranno interagire tramite una messaggio di risposta o un'emoji visibile direttamente nei DM.

Leggere prima di condividere

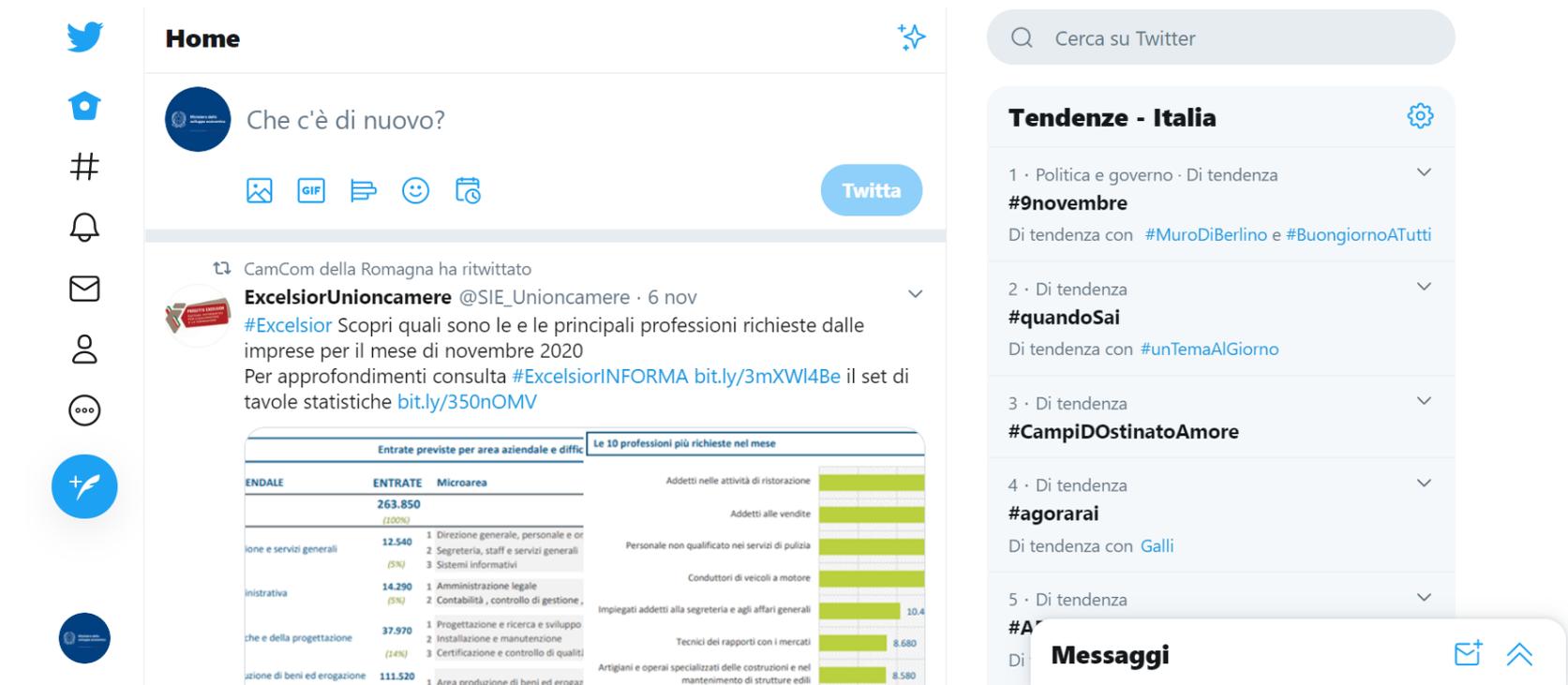
Twitter vuole fare in modo che gli utenti **evitino di ritwittare articoli senza prima averli letti**. Grazie a questa nuova funzionalità la piattaforma prova a **limitare la disinformazione e la diffusione di contenuti pericolosi (fake news)**.

La funzione potrà essere utilizzata in un primo momento **unicamente dagli utenti Android e di lingua inglese** adesso è estesa anche a **IOS**.

//

Condividere un articolo può innescare una conversazione, quindi potreste volerlo leggere prima di twittarlo. Per aiutare a promuovere una discussione informata, stiamo testando un avviso su Android - quando ritwittate un articolo che non avete aperto su Twitter, potremmo chiedervi se volete aprirlo prima.

Twitter: piattaforma ideale di microblogging perfetto per il giornalismo; per sviluppare le interazioni ed i contenuti con una linea editoriale basata su campagne organiche o a pagamento



Home

Che c'è di nuovo?

Twitta

CamCom della Romagna ha ritwittato

ExcelsiorUnioncamere @SIE_Unioncamere · 6 nov

#Excelsior Scopri quali sono le e le principali professioni richieste dalle imprese per il mese di novembre 2020
Per approfondimenti consulta #ExcelsiorINFORMA bit.ly/3mXWI4Be il set di tavole statistiche bit.ly/350nOMV

Entrate previste per area aziendale e diff.		Le 10 professioni più richieste nel mese	
ENDALE	ENTRATE	Microarea	
	263.850		
	(100%)		
zione e servizi generali	12.540	1 Direzione generale, personale e or 2 Segreteria, staff e servizi generali 3 Sistemi informativi	Addetti nelle attività di ristorazione
	(5%)		Addetti alle vendite
inistrativa	14.290	1 Amministrazione legale 2 Contabilità, controllo di gestione,	Personale non qualificato nei servizi di pulizia
	(5%)		Conducenti di veicoli a motore
che e della progettazione	37.970	1 Progettazione e ricerca e sviluppo 2 Installazione e manutenzione 3 Certificazione e controllo di qualità	Impiegati addetti alla segreteria e agli affari generali
	(14%)		Tecnici dei rapporti con i mercati
azione di beni ed erogazione	111.520	1 Area produzione di beni ed erogaz	Artigiani e operai specializzati delle costruzioni e nel mantenimento di strutture edili
	(43%)		

Tendenze - Italia

1 · Politica e governo · Di tendenza
#9novembre
Di tendenza con [#MuroDiBerlino](#) e [#BuongiornoATutti](#)

2 · Di tendenza
#quandoSai
Di tendenza con [#unTemaAlGiorno](#)

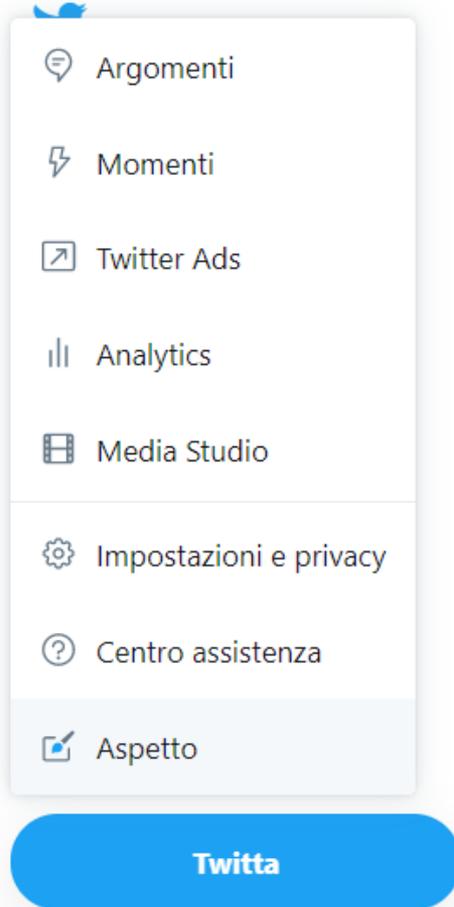
3 · Di tendenza
#CampiDOstinatoAmore

4 · Di tendenza
#agorarai
Di tendenza con [Galli](#)

5 · Di tendenza
#A

Messaggi

Scopriamo twitter



- Argomenti
- Momenti
- Twitter Ads
- Analytics
- Media Studio
- Impostazioni e privacy
- Centro assistenza
- Aspetto

Twitta



Cerca su Twitter

Tendenze - Italia

Messaggi

1 · #9		wifi.italia.it @wifiitaliait Hai risposto a un Tweet con ❤️	13 ott
2 · #q		BandaUltraLargaIT @pianoBUL Hai risposto a un Tweet con 👍	9 ott
3 · #C		Unioncamere @unioncamere Hai risposto a un Tweet con ❤️	8 ott
4 · #a		Censis @FonteCensis Grazie	8 ott
5 · #A		MEF @MEF_GOV	16 set

Scopriamo twitter



#Economiacircolare: dal 10 dicembre **#agevolazioni** dedicate per progetti di **#ricerca** e **#sviluppo**

Agevolazioni finalizzate alla realizzazione di nuovi prodotti, processi o servizi o al notevole miglioramento di prodotti, processi o servizi esistenti, tramite lo sviluppo delle tecnologie abilitanti fondamentali (Key Enabling Technologies, KETs).

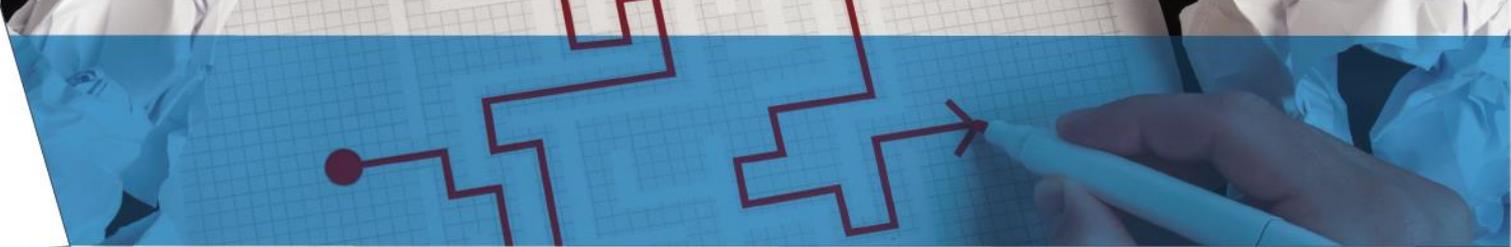
<https://bit.ly/2ldliZF>

#ricerca

-90



Twitta



Home



#Economiacircolare: dal 10 dicembre **#agevolazioni** dedicate per **#ricerca** e **#sviluppo** finalizzate alla realizzazione o al miglioramento di prodotti, processi o servizi tramite lo sviluppo delle tecnologie abilitanti fondamentali **#Key Enabling #Technologies**
<https://bit.ly/2ldliZF>



Chi può rispondere?

Scegli chi può rispondere a questo Tweet. Gli utenti menzionati possono rispondere sempre.



Tutti



Persone che segui



Solo chi menzioni



Chiunque può rispondere



Twitta

Home



Ministry of Economic Development official account on LinkedIn: #ag...
Dal 10 dicembre sarà possibile presentare le domande di **#agevolazioni**, in favore di progetti di **#ricerca** e **#sviluppo**, per la ...
[linkedin.com](https://www.linkedin.com)



Aggiungi altro Tweet



Chiunque può rispondere

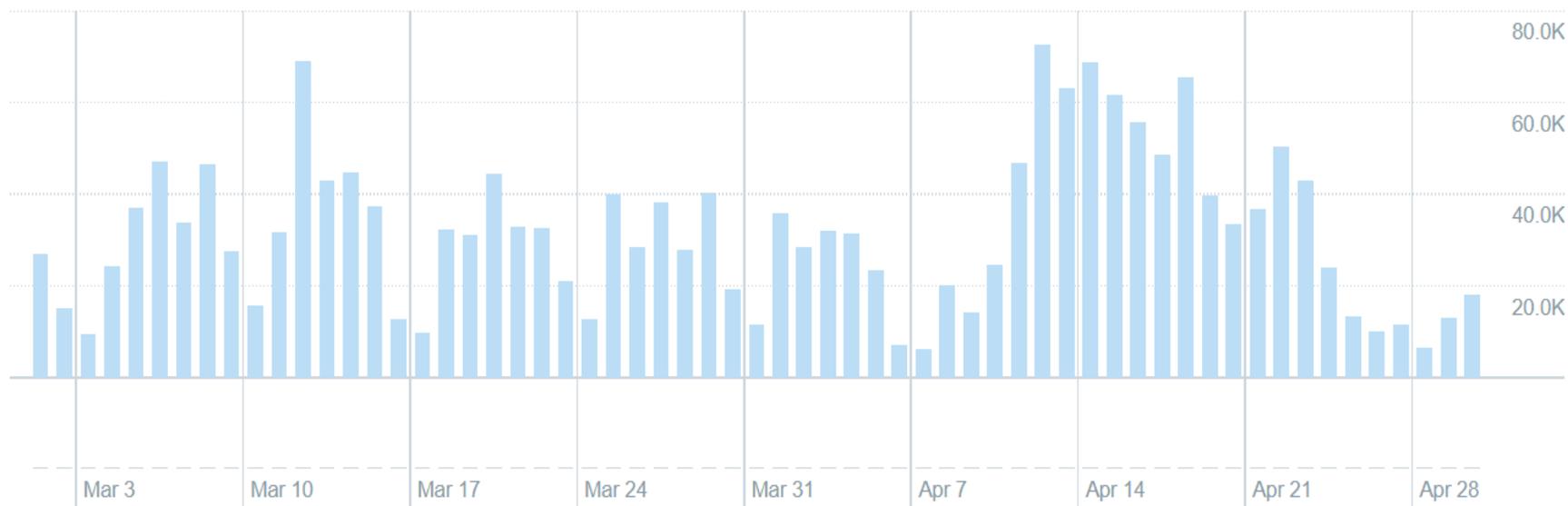


Chiunque può rispondere



Twitta tutto

I tuoi Tweet hanno guadagnato **1.9M visualizzazioni** in questo periodo di **61 giorni**



Tweet

Tweet più popolari

Tweet e risposte

Sponsorizzato

Visualizzazioni

Interazioni

Tasso di interazione

Tweet	Tweet più popolari	Tweet e risposte	Sponsorizzato	Visualizzazioni	Interazioni	Tasso di interazione
	MISE @MISE_GOV · 30 apr 2019 #MISE @ITAtradeagency @Invitalia #Expo2020 #Dubai: fino al 6 maggio è possibile presentare le offerte alla Request for Proposal (RFP) per diventare Partner Tecnico del Padiglione #Italia Innovation Hub struttura dimostrativa del migliore ingegno italiano mise.gov.it/index.php/it/p... pic.twitter.com/md5NyhBq6z			4.501	32	0,7%
Visualizza attività Tweet						
	MISE @MISE_GOV · 30 apr 2019 #MISE @luigidimaio Forum economico Italo-Tunisino: Firmato importante accordo di collaborazione nel settore della #pesca "un risultato importante che permetterà al nostro comparto della pesca, in particolare quello siciliano, di lavorare con più serenità" mise.gov.it/index.php/it/p... pic.twitter.com/mt6WKKWenj			2.101	33	1,6%
Visualizza attività Tweet						
	MISE @MISE_GOV · 30 apr 2019 #MISE @luigidimaio firmato #oggi accordo per il progetto di interconnessione elettrica con il Ministro Industria e PMI #SlimFeriani Vertice intergovernativo Italia-Tunisia occasione per rafforzare le relazioni e il partenariato commerciale tra i due Paesi mise.gov.it/index.php/it/p... pic.twitter.com/4Hsk5elKzu			11.225	299	2,7%
Visualizza attività Tweet						
	MISE @MISE_GOV · 30 apr 2019 #MISE #SergioLeone emesso #oggi #francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze italiane dello spettacolo" stampato @IPZS Bozzettista: Gaetano Ieluzzo. La vignetta raffigura un ritratto in primo piano sulle montagne della Sierra Nevada e un cow boy pic.twitter.com/dalRXJ2tzK			7.554	161	2,1%
Visualizza attività Tweet						



Analisi mensili

Tweet	Tweet più popolari	Tweet e risposte	Sponsorizzato	Visualizzazioni	Interazioni	Tasso di interazione
	MISE @MISE_GOV · 19 apr 2019 #MISE @Invitalia @Regione_Sicilia #GELA importante partecipare al webinar per scoprire tutti i dettagli ma domande aperte fino al #14maggio @MinLavoro @luigidimaio mise.gov.it/index.php/it/i... twitter.com/Invitalia/stat...			22.430	22	0,1%
						<input type="button" value="Promuovi"/>
	MISE @MISE_GOV · 19 apr 2019 #MISE @GSErinnovabili @crippa5stelle #CertificatiBianchi insieme per semplificare il meccanismo: obiettivo è quello di facilitare il rilancio dell'offerta di titoli di efficienza energetica mise.gov.it/index.php/it/p... pic.twitter.com/4WC5u9BK0S			20.845	97	0,5%
						<input type="button" value="Promuovi"/>
	MISE @MISE_GOV · 19 apr 2019 #MISE @luigidimaio #Internazionalizzazione per partecipare al capitale delle imprese extra #UE. Se società estera ha sede in aree geografiche di interesse strategico possibile intervento di @SIMEST e/o @FinestPN del Fondo di Venture Capital @MinLavoro incentivi.gov.it/index.php/gli-... pic.twitter.com/PGfkufLwkm			20.080	104	0,5%
						<input type="button" value="Promuovi"/>
	MISE @MISE_GOV · 19 apr 2019 #MiSE @SorialGiorgio siglato accordo sindacale sulla cessione della Linkra-Compel "Raggiunto un obiettivo importante per salvaguardare produttività e lavoratori" mise.gov.it/index.php/it/p... pic.twitter.com/7AD7cOBed0			18.470	24	0,1%
						<input type="button" value="Promuovi"/>

Home account **MISE @MISE_GOV** Pagina aggiornata quotidianamente

Riepilogo degli ultimi 28 giorni con variazioni nel periodo precedente



Nov 2020 • 8 giorni finora...

TWEET IN EVIDENZA

Tweet più popolare

ricevuti 8.524 visualizzazioni

#daleggere #Digitalizzazione, #sviluppo delle #tecnologie e #dirittoadinnovare. Questo e molto altro all'interno dell'ultimo numero 2020 di #Plusmag bit.ly/3i7kwNK pic.twitter.com/kBm1khOVun



15 32

Visualizza interazioni Tweet complete

Visualizza attività Tweet

Follower popolare

seguito da 4.356 persone



Menzione più popolare

ricevuti 407 interazioni

Poste Italiane
@PosteNews · 1 nov

#Filatelia Emesso oggi un #francobollo dedicato al #Palermo Football, nel 120° anniversario della fondazione. La vignetta raffigura, in grafica stilizzata, lo Stadio Comunale Renzo Barbera di Palermo, noto anche con il nome "La Favorita". @MISE_GOV @IPZS @Palermofficial pic.twitter.com/20ymyDcq1B



2 18 61

Visualizza Tweet

PUBBLICIZZA SU TWITTER

Fai arrivare i tuoi Tweet a un numero più vasto di persone

Con Promoted Tweet e contenuti Twitter Ads puoi ampliare la tua copertura su Twitter e raggiungere più persone.

Inizia

RIEPILOGO NOV 2020

Tweet 8	Visualizzazioni Tweet 37.600
Visite al profilo 961	Menzioni 283
Nuovi follower 295	

Oct 2020 - 31 giorni

TWEET IN EVIDENZA

Tweet più popolare ricevuto 8.319 visualizzazioni

#agevolazioni #DigitalTransformation #PMI
100 milioni di euro dal 15 dicembre domande per favore
#trasformazionetecnologica e #digitale con applicazione di tecnologie avanzate previste da #Impresa 4.0 e con soluzioni tecnologiche digitali di filiera bit.ly/3JE7S7Z
pic.twitter.com/NlrQ6m2nGp



4 6 4 7 17

Visualizza interazioni Tweet completo

Visualizza attività Tweet

Follower popolare seguito da 15.300 persone



Paolo Rossi

@paolorossi1965

Juventino, sono il più anonimo degli anonimi di un campione del mondo. Però mi piace essere un Paolo Rossi

Visualizza profilo

Menzione più popolare ricevuto 545 interazioni

Poligrafico e Zecca
@PFZS · 15 set

Il #francobollo @cioccolatmodica emesso oggi da @MISE_GOV celebra l'eccellenza del nostro #MadeInItaly e la qualità del sistema produttivo italiano.
Il QR code sul francobollo attiva il video "Il passaporto digitale del Cioccolato di Modica IGP" #tracciabilità #agroalimentare
pic.twitter.com/dzQd11yJwo



4 2 15 37

Visualizza Tweet

Tweet con contenuti multimediali più popolare ricevuto 6.655 visualizzazioni

@immuni_app valido contributo al contrasto del #Covid19: l'app #immuni è gratuita, anonima ed aiuta a spezzare la catena del contagio, allertando l'utente di un contatto a rischio con persone positive. Proteggiamo noi stessi e i nostri cari!
immuni.italia.it/download.html
pic.twitter.com/7LPAEm7pkM



4 5 17 23

Visualizza interazioni Tweet completo

Visualizza attività Tweet

PREP.LOCCO DC1 2020

Tweet
49

Media al post
4.200

Numero follower
652

Visualizzazioni Tweet
173.000

Menzioni
1.314



Covid-19 · IN DIRETTA

Aggiornamenti sulla situazione del Covid-19 in Italia

Tendenze - Italia

- 1 · Di tendenza ▼
#9novembre
Di tendenza con [#murodiberlino](#) e [#lunedì](#)
- 2 · Di tendenza ▼
#quandoSai
Di tendenza con [#unTemaAlGiorno](#)
- 3 · Di tendenza ▼
#agorarai
- 4 · Di tendenza ▼
#CampiDOstinatoAmore
- 5 · Di tendenza ▼
#BuongiornoATutti

Il contenuto è il re

In un'epoca di notizie false e disinformazione, i contenuti di buona qualità sono più preziosi che mai. Quindi chi lo crea, chi lo paga e chi ne controlla la produzione?

Lo sconvolgimento dell'industria dei media, con l'ascesa dei social media, la digitalizzazione dei contenuti e l'aumento del consumo di dispositivi mobili ha cambiato i modelli di finanziamento tradizionali oltre al riconoscimento.

Ottimizzare il piano media digitale

In quest'epoca con molte persone fisicamente isolate, questo ruolo è vitale nella ricerca di informazioni, storie e arte per nutrire lo spirito umano e accendere l'immaginazione per superare le sfide future.

Copertura e creatività rimangono i principali fattori di differenziazione per il rendimento «pubblicitario», motivo per cui è così importante avere una proposta convincente .

Inoltre, le campagne di marketing dovrebbero mirare a raggiungere le persone attraverso più canali per guidare le prove dei prodotti .

Una catena responsabile

La rivoluzione dei media digitali è stata trasformativa, ma ha un lato oscuro: man mano che altri milioni verranno online, questi aspetti negativi verranno amplificati.

Tutti gli stakeholder devono collaborare per costruire una catena di fornitura che sia positiva sia per i clienti che per le imprese.

Una catena responsabile

Qualità dei contenuti. Ogni fornitore di contenuti multimediali deve avere il controllo completo sulla qualità dei contenuti sulla propria piattaforma.

Civiltà. La libertà di parola è un diritto, ma la civiltà e l'etica sono una responsabilità. Ciò significa che ogni fornitore di media deve gestire i commenti editoriali in modo da garantire la libertà di espressione, con un discorso equilibrato e costruttivo.

Trasparenza. Tutti i fornitori di media consentono la piena visibilità delle degli annunci, sia all'interno delle loro piattaforme che su tutte le altre piattaforme.

Responsabilità dei dati. Tutte le parti interessate seguono standard e pratiche di privacy comuni che iniziano e finiscono per servire i migliori interessi degli utenti.

La tecnologia consente conversazioni ampie e produttive, ma non deve rendere facile dirottare e amplificare le conversazioni in modo sproporzionato favorendo negatività, divisione o odio.

Concludendo

Il poeta e romanziere Ben Okri scrive

“Può darsi che non siano solo l'autoisolamento e la scienza a salvarci. Potremmo anche essere salvati dalle risate, dalla catarsi, dall'ottimismo di poter vedere oltre questi tempi, con le storie, con la comunità, con le canzoni”.

In assenza di un contatto reale, l'interazione e il consumo di esperienza sono ora prevalentemente mediati. Il valore e l'integrità dei media non sono mai stati più rilevanti.



Grazie per l'attenzione!

Gabriele.palamara@mise.gov.it –

twitter.com/palagab - linkedin.com/in/gabriele-palamara

www.ot11ot2.it/dfp-organismo-intermedio/progetti/riformattiva