

L'Italia che comunica in digitale
Edizione 2019

A cura di Livio Gigliuto

Pubblicazione realizzata da:



Partner Istituzionali



Partner Tecnologici



A CHI, OGNI GIORNO,
COMUNICA L'ITALIA.

Si ringrazia per l'alto contributo fornito a questa pubblicazione:

Monia Abruzzo, Marco Ambrosini, Francesca Anzalone, Alessandro Bellantoni, Michele Bergonzi, Giuseppe Bonura, Domenico Bova, Alessandro Cederle, Enrico Cellotto, Carlo De Vincentiis, Gea Ducci, Aurora Fantin, Elena Gagliardi, Cinzia Giovanni, Simona Greco, Giuseppe Lanese, Marco Lanzarone, Marco Laudonio, Stefania Lenci, Marisandra Lizzi, Daniele Lombardini, Valentina Lopez, Alessandro Lovari, Fabio Malagnino, Gianni Martino, Letizia Materassi, Patrizia Minnelli, Mirko Palmieri, Francesco Pira, Pasquale Popolizio, Federica Quattrocchi, Duilio Rabottini, Sara Rossi, Giovanni Sacchitelli, Lorella Salce, Marzia Sandroni.

INDICE

Introduzione

di Francesco Di Costanzo

1. Il ruolo dell'Osservatorio Nazionale sulla Comunicazione Digitale

di Livio Gigliuto

1.1 La Comunicazione Digitale nella PA
di Sergio Talamo

1.2 Pubblica utilità e uguaglianza digitale
di Gianluca Spitella

1.3 La comunicazione digitale delle imprese: la trasformazione dall'attenzione all'esperienza
di Marco Bani

2. La comunicazione digitale nella vita del Paese

di Livio Gigliuto

2.1 Panoramica del supporto OCSE alla comunicazione pubblica e le risposte al cambiamento dell'ecosistema dei media
di Alessandro Bellantoni

2.2 Social media e Sindaci. Il territorio come rete di connessione
di Patrizia Minnelli

2.3 On-demand o palinsesto. I media al bivio fra interattività e interpassività
di Marco Lanzarone

2.4 LE APP per il cittadino e per la PA.
di Mirko Palmieri

2.5 Il Sistema Camerale e la comunicazione digitale: l'esperienza di InfoCamere
di Carlo De Vincentiis

2.6 La "Age discrimination" – nelle aziende altamente digitalizzate
di Gianni Martino

2.7 In social per la salute e la sanità di tutti
di Lorella Salce e Marzia Sandroni

2.8 La comunicazione digitale nella scuola italiana
di Giuseppe Lanese

2.9 Le aziende farmaceutiche e la comunicazione digitale
di Marco Ambrosini

2.10 L'Università e lo studio della comunicazione digitale
di Michele Bergonzi, Gea Ducci, Alessandro Lovari e Letizia Materassi

2.11 Informazione, giornalismo e comunicazione digitale
di Francesca Anzalone, Giuseppe Lanese e Fabio Malagnino

3. Approfondimenti: cosa cambia nella comunicazione digitale in Italia

di Livio Gigliuto

3.1 Due approcci complementari: dal web e social monitoring all'Open Source Intelligence
di Giuseppe Bonura

3.2 Ascoltare il proprio pubblico: Monitoraggio e analisi dei social media per una comunicazione più efficace.
di Alessandro Cederle

3.3 Le professioni della comunicazione digitale in Italia
di Pasquale Popolizio

3.4 Il marketing nell'era digitale

di Enrico Celotto

3.5 Elemento umano e piattaforme digitali
di Marisandra Lizzi

3.6 La comunicazione digitale: l'opportunità circolare di engagement.
di Giovanni Sacchitelli

3.7 Focus: Le fake news in Italia
di Francesco Pira

Conclusioni

La PA digitale che unisce e accelera l'Italia
di Livio Gigliuto