

Assemblea plenaria
Commissione degli utenti dell'informazione statistica

Nuove esigenze informative e ampliamento della platea degli utilizzatori: orientamenti attuali dell'Istat

Patrizia Cacioli

Da dove veniamo, dove andiamo?

- Dai dati statistici per contarsi ...
 - ... all'integrazione dei dati per capire ...
 - ... alla statistica come “conoscenza”
-

A stylized, top-down map of a city with a winding blue river. The map features various colored location pins: a red pushpin at the top, a pink pin with a white star, a red pin with a white exclamation mark, an orange pin with a white house icon, a blue pin with a white minus sign, and a green pin. The city blocks are depicted in shades of brown and tan with white outlines for streets and buildings. The text "Dove siamo rispetto agli utenti ?" is overlaid in the center in a bold, red, sans-serif font.

Dove siamo rispetto agli utenti ?

L'offerta attuale

- **Servizi web** e sportelli d'orientamento all'informazione statistica
 - **Sistemi informativi** statistici
 - **Prodotti editoriali** a carattere trasversale e specialistici
 - **Ufficio stampa**
-

La definizione delle esigenze informative dell'utenza è perseguita attraverso tre modalità

- focus group e interviste
- questionari cartacei e online
- analisi delle richieste pervenute

L'Istat nel corso degli anni ha migliorato qualità e quantità dei servizi erogati attraverso vari canali e/o azioni dirette: **contact centre, circoli di qualità, URP elettronico, sito web, ufficio stampa, biblioteca, centri di informazione statistica, social network, campagne di comunicazione integrata, eventi.**

E da ultimo con la costituzione della **Commissione degli utenti dell'informazione statistica**

I servizi al pubblico

	2009	2010	2011	
Comunicati stampa	247	297	311	(+5%)
Articoli	in media dai 700 ai 1. al giorno			
Servizi radio-televisivi			1.330	
Interviste giornali-radio		220	269	(+22%)
Interventi trasmissioni TV		30	76	(+153%)
Richieste di giornalisti		1.600	2.110	(+32%)
Sito web (dati mensili)				
- visitatori (migl.)	257	299	360	(+21%)
- GB scaricati	451	656	1.000	(+63%)
I.Stat			17.000	
Volumi a stampa		56	16	(-28%)
File microdati		561	923	(+64%)
Contact centre (anno)	15.000		12.000	(-20%)
Mail da cittadini			1.600	
Rivaluta.it (primo mese)			60.000	
NewsStat			20.000	
Eventi	40	54	65	(+20%)
Biblioteca digitale (accessi)			4.600	
Twitter (followers)			1.200	

Alcuni dati relativi al I semestre 2012

- su www.istat.it ogni mese hanno navigato oltre 380 mila visitatori diversi (+23%), che hanno visitato 4 milioni 700 mila pagine (+28%) e scaricato mensilmente oltre 1.200 Gigabyte (+65%)
- comunicati e altre note per la stampa complessivamente diffusi +1,3% rispetto al I semestre 2011; interviste a emittenti radio-tv e testate di carta stampata +20%; partecipazioni a trasmissioni radio-televisive +67% (l'attività della Commissione Giovannini ha determinato un sensibile incremento delle richieste)
- il Contact centre ha ricevuto più di 6046 richieste di dati, per oltre due terzi evase entro 24 ore
- lo sportello telematico ha ricevuto oltre 800 richieste di informazioni
- le richieste di microdati forniti gratuitamente sono passati da un totale di 807 nel I semestre 2011 a 2.020 nel I semestre 2012, con un aumento del 230 % di file per la ricerca



Seguendoci puoi ricevere aggiornamenti quotidiani dall'Istituto nazionale di statistica. Per un panorama completo delle nostre attività e dei dati che produciamo visita www.istat.it/it



Il 1° marzo 2011 è stato aperto l'account ufficiale @istat_it

1200 Tweet
5.630 Follower



Istat
@istat_it
Tutti gli aggiornamenti sulle attività e i dati diffusi dall'Istituto nazionale di statistica. All'indirizzo <http://bit.ly/t-policy> la Twitter policy dell'Istat
Italia · <http://www.istat.it/it>

Modifica il tuo profilo

954 TWEET
47 FOLLOWING
3.588 FOLLOWER

- Tweet >
- Following >
- Follower >
- Preferiti >
- Liste >

- Simili a te >
-  **Ansa.it** @ansa_it Segui
 -  **ONS** @statisticsONS Following
 -  **Internazionale** @Internazionale Segui

twitter
© 2012 Twitter Chi siamo Aiuto
Termini di servizio Privacy Blog Stato App
Risorse Lavora con noi Inserzionisti Business
Media Sviluppatori

- Tweet**
-  **Istat** @istat_it 13 Apr
L'agenda #Istat della prossima settimana: [istat.it/it/files/2010/...](http://istat.it/it/files/2010/)
 -  **Istat** @istat_it 13 Apr
@vaferina I.Stat (fermo 2 giorni per manutenzioni) nasce dall'obiettivo di offrire un'unica base dati. Per questo chiude Con.Istat
↳ In risposta a vaferina
 -  **Istat** @istat_it 13 Apr
I #prezzi dei prodotti acquistati con più frequenza dai consumatori aumentano dello 0,6% su mese e del 4,6% su anno istat.it/it/archivio/59...
 -  **Istat** @istat_it 13 Apr
L'#inflazione a marzo si conferma stabile al 3,3% istat.it/it/archivio/59... #istat
 -  **Istat** @istat_it 13 Apr
A febbraio la #produzione industriale cala dello 0,7% su mese e del 6,8% su anno istat.it/it/archivio/59... #istat
 -  **Istat** @istat_it 12 Apr
Al via l'indagine campionaria di controllo copertura e qualità del #censimento della popolazione, coinvolti 255 comuni istat.it/it/archivio/59...
 -  **Istat** @istat_it 11 Apr
Cresce il consumo di #alcol fuori pasto dei giovanissimi: dal 15,5% del 2001 al 18,8% del 2011 istat.it/it/archivio/59...
 -  **Istat** @istat_it 11 Apr
Dal 2001 al 2011 diminuiscono i consumatori giornalieri di #bevande alcoliche ma aumentano quelli occasionali istat.it/it/archivio/59...
 -  **Istat** @istat_it 10 Apr
La nostra agenda della settimana: uso e abuso di alcol, produzione industriale e inflazione [istat.it/it/files/2010/...](http://istat.it/it/files/2010/)
 -  **Istat** @istat_it 5 Apr
Nel 2011 la quota di #profitto delle società non finanziarie è del 40,4%, il valore più basso dal 1995 istat.it/it/archivio/58... #istat

Istat.it | Istituto Nazionale di Statistica



Social network



YouTube. A ottobre 2010 è stato aperto il canale www.youtube.com/videoistat che conta numerose visualizzazioni (ad oggi quasi 25 mila) per i 50 video caricati.



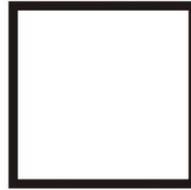
Flickr. All'indirizzo htwww.flickr.com/photos/galleria_istat sono on line oltre 200 scatti, per un totale di circa 9.150 visualizzazioni, realizzati durante diversi eventi organizzati dall'Istituto.



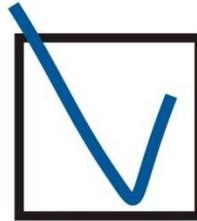
SlideShare. Su www.slideshare.net/slideistat sono disponibili 67 presentazioni e 15 documenti organizzati per evento e per tag: le visualizzazioni sono numerose (oltre quota 119.000) soprattutto per il tema dedicato al 15° Censimento della popolazione.

- Cambia il ruolo dell'**utente**, da fruitore a coprotagonista nella produzione dell'informazione statistica.
- Di pari passo con il progresso tecnologico, ognuno può divenire fonte o destinatario del messaggio. Il **prosumer** (producer-consumer) è un individuo fortemente indipendente dal mainstreaming.
- Strumenti di **collaborazione**, **integrazione** tra siti, mashup, gadget, widget sono apprezzati dall'utenza del web che produce informazione a valore aggiunto (User-Generated Content), sintomo della democratizzazione della produzione di contenuti multimediali.
- Cambia rapidamente anche il “**kit di competenze**” degli operatori dell'informazione: non a caso si parla molto di Data Journalism.

Quali sono le strategie?



Profonda **conoscenza** delle diverse categorie di **utenti** e ascolto continuo delle loro esigenze



Analisi e soddisfazione delle esigenze informative delle **istituzioni**, al fine di rendere più “concreto” l’uso della statistica per prendere decisioni



Allargamento della platea degli utenti, con particolare attenzione alle **nuove generazioni**.

Per conoscere meglio gli utenti abbiamo individuato diversi ambiti di intervento puntando sulla multicanalità:

- analisi dei contenuti informativi richiesti attraverso Contact Centre, URP, Sportello giornalisti, Biblioteca digitale, CUIS
- sviluppo delle strategie di ricerca dell'informazione sul web con strumenti di web analytics, di servizi VoC, di e-reputation
- valutazione della customer satisfaction di prodotti e servizi
- promozione di ambienti collaborativi sul web
- analisi del linguaggio degli utilizzatori
- individuazione degli utenti potenziali
- collaborazione con gli utenti professionali, gli utenti istituzionali, gli utenti stranieri, gli utenti speciali.

Ulteriori azioni a corredo e supporto:

- studiare i “mediatori di opinione”
- creare partnership eccellenti con attività di pr
- estendere l’investimento su i social network emergenti
- praticare un sistematico “ascolto della rete”
- coinvolgere la società civile nella vita della statistica ufficiale
- dare impulso all’interazione con università e ricerca
- puntare su il territorio, decentrando eventi di forte impatto
- rafforzare ulteriormente il dialogo con i cittadini
- strutturare canali di consultazione periodica sul posizionamento strategico dell’ente.

Per il Sistan:

- ampliamento delle azioni di audit e peer review
- consolidamento della rilevazione sul numero degli utenti, le loro caratteristiche e la tipologia di domanda espressa.

In particolare per la profilazione degli utenti

Sviluppo del web istituzionale *user oriented*

applicazioni per la fruizione **via mobile** dei contenuti Istat e, più in generale, di prodotti personalizzabili, riutilizzabili e incorporabili per gli utenti.

strumenti di **web analytics**, per acquisire informazioni sulla fenomenologia delle visite, sull'uso delle interfacce, sull'esperienza generale di accesso alle infrastrutture e sulla soddisfazione soggettiva, informazioni e dati da associare ai risultati provenienti da azioni di tipo VoC (Voice of the Customer) sul web e all'analisi sistematica del linguaggio e delle ricerche degli utilizzatori.

personalizzazione delle informazioni e delle funzionalità pubblicate, in un'ottica integrata con le altre fonti informative sul web Istat.

I prossimi passi: un sistema social media

Includere nelle strategie di comunicazione dell'Istat la progettazione di un "sistema social media", ovvero di programmare le politiche di comunicazione in modo che:

- sia sfruttata la **sinergia** tra nuovi media, sito web istituzionale e, più in generale, tutti gli strumenti di interazione e scambio con i cittadini
- vengano utilizzati **linguaggi e modalità di relazione** comuni per tutti gli strumenti
- siano condivisi gli **obiettivi** del sistema e i **messaggi** da portare all'esterno.

Un progetto integrato di questo tipo comporta:

1. un'adeguata **politica di comunicazione interna** a sostegno
2. un elevato livello di **trasparenza e responsabilizzazione** di tutti i livelli di governo coinvolti
3. la **disponibilità all'ascolto e allo scambio**.

Gli ulteriori obiettivi?



Open data

Istat.it e I.stat offrono i propri contenuti in formati aperti: grafici, dati, informazioni, widget sono riutilizzabili e incorporabili dagli utenti su altri siti ed è possibile riprodurre, distribuire, trasmettere e adattare liberamente dati e analisi dell'Istat, anche a scopi commerciali, con la sola condizione che venga citata la fonte (grazie all'adozione della Creative Commons Attribution Licence).

SEP

L'apertura dei sistemi informativi Istat tramite web services - ossia di canali potenzialmente aperti a diverse forme d'uso dei dati attraverso il dialogo machine to machine - vede il suo nodo centrale nella realizzazione di un *Single Exit Point*, ossia di una modalità per consentire la connessione di applicazioni Web o di Apps per dispositivi mobili, direttamente ai dati contenuti nel db di I.Stat.

I.Stat: principali linee evolutive

Nuove funzioni e arricchimento delle interfacce

Sviluppo di nuove funzionalità maggiormente rivolte all'utente per la ricerca, la navigazione e la costruzione di interrogazioni personalizzate

Sistema Informativo Statistico integrato

Per sostenere la migrazione dei s.i. tematici e favorire la creazione di aggregati multidimensionali integrati da parte dei settori di produzione, integrazione con altre soluzioni software dedicate in particolare ai metadati e ai processi di modellazione, produzione, alimentazione e produzione integrata degli output, conformi agli standard internazionali per la condivisione e l'interscambio di dati e metadati statistici.

Libri e Ebook Istat

- dare forte impulso all'editoria digitale tenendo il passo con un'evoluzione tecnologica in corso e ridefinendo i processi di produzione interna attorno alle necessità e alle opportunità offerte dall'editoria digitale
- gestire la trasmigrazione di prodotti dal supporto cartaceo a quello digitale
- sviluppare prodotti (in particolare i *flagship*) nei vari formati e per i vari supporti offerti dal mercato e di valorizzare la produzione libraria tradizionale "contaminandola" con interazioni e rimandi a contenuti e formati digitali: libri elettronici per dispositivi ereader (ebooks in formato epub e mobi), pdf arricchiti (sfogliabili, ipertestuali, multimediali) per la fruizione via web, apps per tablet e smartphone, webapps ecc

Riconversione dei Servizi al pubblico

Realizzazione di un Knowledge Centre integrato:

■ **StatPoint:** un nuovo centro polivalente, una struttura per condividere virtualmente e in modo diretto conoscenze ed esperienze, un luogo aperto a tutti, che garantisce un primo accesso alla statistica e alle risorse informative dell'Istat. Utenti, studenti e cittadini interessati, sono accompagnati da un servizio di reference di primo livello nella navigazione nel patrimonio informativo digitale dell'Istat o di Eurostat.

Al servizio di informazione si associa la disponibilità di uno spazio adatto ad ospitare incontri scientifici, barcamp e seminari, presentazioni, conferenze stampa e broadcasting.

■ **Knowledge Centre:** dedicato ai ricercatori, a supporto della produzione scientifica e, in generale, dell'attività dell'Istituto, articolato in uno spazio fisico e un corrispondente spazio virtuale (progetto della nuova intranet istituzionale). Nel Knowledge Centre trovano posto risorse informative provenienti dall'esterno, opportunamente selezionate, e risorse interne sviluppate dai ricercatori e pubblicate dall'Istat. Gli utenti dispongono di uno spazio per condividere e scambiare informazioni.

■ **Web contact centre:** viene potenziata la struttura di User Support, con la reingegnerizzazione del software di gestione del back office per la fornitura di risposte personalizzate agli utenti. La costituzione di un Knowledge database renderà disponibile un bagaglio informativo adeguato alla fornitura di risposte pertinenti, coerenti, dettagliate e personalizzate. Grazie alla disponibilità della reportistica ottenuta dal sistema sarà possibile procedere ad una sistematica analisi delle esigenze espresse dall'utenza con la conseguente produzione di servizi personalizzati.

infine

■ **Biblioteca e Archivio storico:** puntando sulla valorizzazione del patrimonio storico informativo e documentale dell'Istituto, si riorganizza l'accesso ai fondi documentali e biblioteconomici conservati, inventariati e catalogati con strumenti e tecnologie che ne permettano una fruizione anche digitale. Un servizio di reference specializzato supporta il lavoro di ricerca di studiosi di alto livello ai quali è dedicato l'accesso. La Biblioteca storica diventa dunque centro propulsivo per la ricerca statistica a livello storico, promuovendo e supportando progetti in collaborazione con altri enti affini, con il mondo universitario, con i Beni culturali.

Ufficio stampa Istat nel nuovo contesto

Più strumenti nella “cassetta degli attrezzi”

il comunicato stampa

- da press release a news release
- contenuto destrutturato, pronto per il riuso, **ipertesti**
- stile della scrittura, **per il web** piuttosto che per documenti a stampa, e **per tutti i tipi di audience**, non più solo per gli esperti in materia
- Search Engine Optimization

prodotti *puramente digitali*

- foto, video (interviste, faq, animazioni), audio



Press kit è multimediale

In base alle esigenze degli **operatori dell'informazione**
(incontri face to face o focus group)

news room sul sito

- Agenda appuntamenti
- Calendario comunicati stampa
- Comunicati stampa e prodotti multimediali
- Contenuti di interesse (articoli o video ad hoc)
- Nuovi servizi all'utenza (chat per il dialogo con gli addetti stampa)
- Guida all'uso dei dati statistici
- Rettifiche e risposte
- L'Istat in cifre (numero dipendenti, bilancio, ecc)

account Skype

per interviste a dirigenti in sessioni costanti della giornata o della settimana

organizzazione dell'ufficio stampa «social»

personale interno formato per nuove competenze (nuove tecnologie, riprese, post produzione)



OBIETTIVO

**rendere l'informazione statistica
un cardine di conoscenza
e una commodity**