



SETTIMANA AMMINISTRAZIONE APERTA



Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria

La best practice del DIE: 18app

Dott.ssa Francesca D'Onofrio

Servizio comunicazione istituzionale

14 marzo 2019

Il Bonus Cultura

Inserito per la prima volta nella legge di stabilità 2016, e confermato dalle leggi di bilancio 2017 e 2018, il Bonus Cultura è destinato ai giovani residenti in Italia, inclusi gli extracomunitari con regolare permesso di soggiorno, che hanno compiuto 18 anni nel 2016, 2017 e 2018, ovvero nati nel 1998, 1999 e 2000.

Rientra in un pacchetto di misure del Governo a sostegno della cultura, con uno stanziamento di circa 290 mln per ciascuna edizione.

Dà diritto a 500 euro da spendere per cinema, teatro, concerti, spettacoli di danza, ingressi a musei, monumenti, parchi, aree archeologiche, libri, musica registrata, corsi di musica, di teatro o di lingua straniera.

Funziona attraverso una web app appositamente predisposta e per registrarsi è necessario avere SPID. E' in corso la terza edizione.

La campagna di comunicazione

La campagna di comunicazione è partita nel novembre 2016 con: spot tv e radio da veicolare sulle reti Rai e campagna social.

Contestualmente all'on line del sito, sono stati aperti i seguenti canali social brandizzati 18app: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter.

L'agenzia di comunicazione aggiudicataria della procedura è stata attiva per due mesi, fino a gennaio 2017.

La campagna social è stata gestita sulla base di un modello organizzativo messo a punto dal Servizio comunicazione del DIE e costituisce il progetto pilota con il quale si sono sperimentate le potenzialità della comunicazione istituzionale sui social media.

Modello organizzativo

GRUPPO MONITORAGGIO

- E' costituito dai responsabili delle strutture coinvolte;
- si riunisce per monitorare l'andamento della campagna;
- approva da remoto i contenuti ritenuti più delicati dalla redazione;
- gestisce le crisi imprevedibili.

REDAZIONE SOCIAL

- E' costituito da un rappresentante per ciascuna struttura coinvolta;
- segue l'andamento della campagna e approva i post realizzati dall'agenzia;
- propone eventuali cambiamenti al piano editoriale;
- esamina i report sull'andamento della campagna forniti dall'agenzia;
- gestisce le crisi prevedibili.

AGENZIA DI COMUNICAZIONE

- Gestisce quotidianamente i canali social secondo le modalità concordate;
- si raccorda con la redazione per valutare eventuali cambiamenti al piano editoriale;
- rimanda al customer service per quanto riguarda i quesiti tecnici.

Strategia e gestione della campagna

La campagna su Facebook e Instagram è stata gestita per due anni dal Servizio comunicazione del DIE, in modalità organica, con le seguenti attività:

1. definizione e attuazione di una strategia efficace in termini di rilevanza per il target e di performance della campagna;
2. ideazione e produzione settimanale di contenuti, sia statici che dinamici (gif, meme, infografiche, etc.);
3. attività di social media, community e crisis management, incluso il direct messaging, con risposta al 100% dei messaggi inviati dagli utenti;
4. coordinamento operativo attraverso la collaborazione con le Amministrazioni coinvolte nel progetto (Mibac, Team digitale, Agid, Sogei) e con le community spontanee nate su Facebook e dedicate al Bonus Cultura;
5. attività di monitoraggio dell'andamento e dei risultati della campagna con report finale.

I numeri



Fan: 49 mila

Copertura: 4 milioni

Tasso di engagement: 12 %

N. di post: 224

N. di messaggi ricevuti: 14 mila +



Followers: 13,6 mila

Copertura: 1,4 milioni

Tasso di engagement: 6 %

N. di post: 145

Esempi di visual

1. Come funziona



A vertical flow diagram on a dark blue background. It starts with the 18app logo and the text 'entra nella homepage www.18app.italia.it'. Below this is a red circle with a white user icon, followed by the heading 'Login' and the text 'usa le tue credenziali spid per effettuare il primo accesso a 18app. Riceverai una mail di conferma dal tuo Idp.'. This is followed by a red circle with a white checkmark, the heading 'Registrati', and the text 'effettua la procedura di registrazione a 18app fino all'ultimo passaggio dell'accettazione della normativa.'. The final step is a red circle with a white checkmark, the heading 'Spendi!', and the text 'visualizza il tuo portafoglio e spendi il bonus culturale.'. A vertical line of white dots connects the steps.

Esempi di visual

2. Cosa posso comprare



Esempi di visual

3. Scadenze



Insights (19 settembre 2017)

Lancio della seconda edizione (organico)



Facebook

Copertura **629.371**

Clic sul post e interazioni **83.269**

Instagram

Copertura **3.000**

Interazioni **183**

Bonus Cultura 2016

I numeri della prima edizione



I numeri della prima edizione

356 MILA

18ENNI REGISTRATI

162 MILIONI

DI SPESA TOTALE

4.433

ESERCENTI ATTIVI

Libri  **133.225.800**

Concerti  **14.276.291**

Cinema  **12.022.986**

Teatro e danza  **1.690.587**

Musei  **569.754**

Eventi Culturali  **339.475**



30 mila

FOLLOWERS



6 mila

MESSAGGI RICEVUTI



100%

RISPOSTE AI MESSAGGI

*I dati si riferiscono al periodo 15/09/16 - 31/12/17

Bonus Cultura 2017

I numeri della seconda edizione



I numeri della seconda edizione

417 MILA

18ENNI REGISTRATI

192 MILIONI

DI SPESA TOTALE

5.354

ESERCENTI ATTIVI

Libri		132.396.896
Musica		21.096.698
Concerti		18.129.617
Cinema		15.348.464
Formazione		1.994.459
Teatro e danza		1.756.752
Eventi Culturali		701.047
Musei		632.691



46.464 followers



11.000 followers

*I dati si riferiscono al periodo 19/09/17 - 31/12/18

Bonus Cultura 2018

La prima settimana della terza edizione



TERZA EDIZIONE: I NUMERI DELLA PRIMA SETTIMANA

147 MILA
18ENNI REGISTRATI

+ **190 %** RISPETTO ALLA
SECONDA EDIZIONE

7,8 MILIONI
SPESA TOTALE

+ **160 %** RISPETTO ALLA
SECONDA EDIZIONE



Libri		5.751.593
Musica		1.147.339
Concerti		589.230
Cinema		196.883
Altro		112.556



48 mila followers
+ 3.50 % in 7 giorni



13,1 mila followers
+ 19 % in 7 giorni

* I dati si riferiscono al periodo 07/01/19 - 14/01/19

La campagna in corso

Nel 2019 è stata selezionata un'agenzia per la realizzazione di una campagna di comunicazione sponsorizzata su Facebook e Instagram con l'obiettivo di aumentare gli strumenti informativi diretti ai neo-maggiorenni e agli esercenti e di veicolare il corretto uso del Bonus Cultura.

Con la nuova campagna sponsorizzata si potenzieranno i diversi social media a disposizione con una pianificazione editoriale specifica per ciascun canale.

Insights (4 marzo 2019)

Eventi in sinergia con il Mibac (sponsorizzato)



Facebook

Copertura **621.319**
Clic sul post e interazioni **1.290**

Instagram

Copertura **11.700**
Interazioni **3.773**



Grazie per l'attenzione
f.donofrio@palazzo.chigi.it