

La promozione attraverso i media e la stampa

Lorenzo Padovan

Giornalista

*Consulente dell'Ordine
degli Psicologi del Friuli Venezia Giulia*

Di cosa parleremo

- *Da dove siamo partiti*
- *Cosa stiamo facendo*
- *Strategie vincenti per comunicare ed errori da evitare*
- *Come si informano nel 2015 i cittadini del Friuli Venezia*

Giulia

Da dove siamo partiti



Cosa stiamo facendo



- L'Ordine FVG ha organizzato un gruppo che si occupa della comunicazione orientata al **rapporto con la società**
- L'Ufficio Stampa **promuove la categoria** nel suo insieme
- L'informazione e la presenza sui media e nel dibattito sociale organizzati con **regole e procedure condivise**

Cosa stiamo facendo

- L'Ordine si propone alla Stampa come **collegamento di una rete di esperti** nel territorio regionale: si tratta di figure pronte ad intervenire in quanto **formate nelle diverse aree professionali** di appartenenza.



Cosa stiamo facendo

- **Contatto costante** con le redazioni giornalistiche, perché l'Ordine diventi il riferimento da contattare quando si parla di psicologia, per orientare il dibattito e l'informazione nel modo più adeguato



- **Monitoraggio** sull'informazione sulla psicologia, per intervenire con efficacia a tutela dell'immagine e della professione.

Cosa stiamo facendo

Organizzazione di **giornate di confronto** e studio con altri Ordini professionali: Medici, Avvocati, Giornalisti...



Strategie vincenti per comunicare ed errori da evitare

- Elaborare un **piano specifico** di comunicazione
- Informare **preventivamente** tutti i soggetti partendo dai media



Strategie vincenti per comunicare ed errori da evitare

- Non escludere dalla campagna promozionale i **social**

"I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli. Prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli".

Umberto Eco



Come si informano i cittadini del Friuli Venezia Giulia nel 2015

*Risultati di una ricerca commissionata dal Corecom del Friuli Venezia Giulia
all'istituto Ixé di Roberto Weber (20 ottobre 2015)*

- i più giovani mostrano una progressiva distanza dalla tv e dalla radio
- la presenza dominante e intensa di **Internet è nella fascia fino a 44 anni**, ridotta fra gli over 64 (tra cui però risulta una nicchia di oltre il 10% ad alta intensità fruitiva)
- il picco di ricerca di informazioni si manifesta **fra i 25 e i 44 anni**, con l'utilizzo di più fonti e canali
- con l'aumentare dell'età aumenta anche l'interesse per l'informazione **rivolta al territorio**
- le fasce più anziane testimoniano una fruizione più concentrata su **media locali**

Come si informano i cittadini del Friuli Venezia Giulia nel 2015

*Risultati di una ricerca commissionata dal Corecom del Friuli Venezia Giulia
all'istituto Ixé di Roberto Weber (20 ottobre 2015)*

- esiste una curva dell'interesse verso l'informazione su politica italiana ed estera, attualità, economia e **società**, che registra il punto più basso sui più giovani: tra gli under 18 la quota che non si informa tocca il 15%, e nella fascia 18-24 anni è del 9%
- il picco degli informati è nella fascia attiva, tra i **35 e i 54 anni**, poi si riduce per assestarsi su una media di non informati del 5%
- meno della metà dei fruitori di informazione televisiva guarda i programmi di attualità e un terzo circa i dibattiti politici (seguiti da soprattutto dagli over 44enni) mentre le inchieste attraggono più della media i 25-44enni.

Come si informano i cittadini del Friuli Venezia Giulia nel 2015

*Risultati di una ricerca commissionata dal Corecom del Friuli Venezia Giulia
all'istituto Ixé di Roberto Weber (20 ottobre 2015)*

- Sull'utilizzo di tv per informazione il 62% riguarda quella in chiaro e il 14% quella pay: 88% emittenti private nazionali in chiaro; 86% Rai escluso Rai Regione; **83% Rai Regione**; 65% emittenti private locali; 37% emittenti private a pagamento
- l'utilizzo della radio per informazione è pari al 33%: 78% network privati nazionali; 78% Rai (escluso Rai Regione); **71% radio Rai Regione**; **59% Radio Private locali**
- L'ascolto di radio aumenta in corrispondenza degli under 24 e degli over 64

Come si informano i cittadini del Friuli Venezia Giulia nel 2015

*Risultati di una ricerca commissionata dal Corecom del Friuli Venezia Giulia
all'istituto Ixé di Roberto Weber (20 ottobre 2015)*

- L'utilizzo dei **quotidiani** per informazione è pari al 49%, vengono letti mediamente per 4 o 5 giorni alla settimana, e **la frequenza aumenta con l'età**
- il 60% della popolazione FVG utilizza Internet, la media è il **46% che lo utilizza per informarsi** – la percentuale sale fino al 69% quando si parla di 25-44enni e scende al 17% con gli over 64 – e lo fa con una frequenza media di oltre 6 giorni la settimana; quanto all'informazione nel web, è diffusa l'abitudine a navigare sui **siti dei quotidiani**, ma piuttosto frequentati sono anche i **siti di informazione**, oltre ai **social network**. L'utilizzo del web mostra comunque di essere in netta crescita.

Come si informano i cittadini del Friuli Venezia Giulia nel 2015

*Risultati di una ricerca commissionata dal Corecom del Friuli Venezia Giulia
all'istituto Ixé di Roberto Weber (20 ottobre 2015)*

- L'utilizzo dei **quotidiani** per informazione è pari al 49%, vengono letti mediamente per 4 o 5 giorni alla settimana, e **la frequenza aumenta con l'età**
- il 60% della popolazione FVG utilizza Internet, la media è il **46% che lo utilizza per informarsi** – la percentuale sale fino al 69% quando si parla di 25-44enni e scende al 17% con gli over 64 – e lo fa con una frequenza media di oltre 6 giorni la settimana; quanto all'informazione nel web, è diffusa l'abitudine a navigare sui **siti dei quotidiani**, ma piuttosto frequentati sono anche i **siti di informazione**, oltre ai **social network**. L'utilizzo del web mostra comunque di essere in netta crescita.

Grazie per l'attenzione!

