



Camera di Commercio
Pisa

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2019

Ufficio Comunicazione e Affari generali



Nella foto: Camera di Commercio di Pisa, esterno

7 marzo 2019

INDICE

PREMESSA.....	2
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL 2019.....	6
Obiettivi di comunicazione esterna.....	6
Obiettivi di comunicazione interna.....	7
STAKEHOLDERS	8
STRATEGIE ED AZIONI DI COMUNICAZIONE PER IL 2019	8
Strategie e azioni di comunicazione esterna	8
Strategie ed azioni di comunicazione interna	10
Iniziative per il 2019	11
IL 2018 IN BREVE	18
Comunicazione esterna	18
Sito Internet Istituzionale (utenti esterni)	18
Sito Internet Pisa Food and Wine	18
Azioni di maling	18
Comunicati stampa	19
Interventi istituzionali	19
Spazi su emittenti radiotelevisive	19
I Social media (vanitymetrics).....	19

PREMESSA

A Pisa il programma di mandato della attuale consigliatura, avviatasi nel 2013 sarebbe giunto a compimento nel 2018: con la disposizione del DM 8 agosto 2017 poi riformulato nel DM 26 febbraio 2018 le procedure di costituzione degli organi delle Camere destinate all'accorpamento sono stati sospesi e con il 1° di Marzo si sono avviate le procedure per la costituzione della Camera di Commercio della Toscana Nord – Ovest.

Ad oggi le procedure sono state bloccate. Il Consiglio di Stato in sede giurisdizionale, nella seduta del 29 novembre 2018, ha accolto l'appello promosso dalla Camera di Commercio di Massa Carrara e ha emesso ordinanza di sospensione degli effetti degli atti impugnati in primo grado, disponendone la trasmissione al TAR per la sollecita celebrazione dell'udienza di merito, peraltro già fissata alla 30 gennaio 2019

Considerato che per gli altri analoghi ricorsi, le procedure di costituzione dei nuovi enti sono stati sospese in attesa del giudizio di merito, è plausibile ritenere che i tempi per la costituzione del nuovo ente si allunghino e la Camera di Pisa possa conservare la propria autonomia almeno per tutta la prima metà del 2019.

La riforma del 2016 ha ridisegnato le funzioni, sulle quali ormai da mesi si sta attendendo il decreto del Ministero dello Sviluppo Economico che stabilisce il catalogo dei servizi delle Camere di Commercio italiane a partire da quelli che riguardano i nuovi temi: mercato del lavoro, digitale, cultura e turismo.

I progetti nazionali per il finanziamento dei quali il Ministero ha autorizzato la maggiorazione del diritto annuale hanno preso avvio in tutta Italia sul tema della diffusione di industria 4.0 “**PID - Punto Impresa Digitale**” e sui “**Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni**” oltre che sul turismo.

Tra le nuove funzioni, alcune riprendono in misura immutata quelle attuali, di natura sia amministrativa che economica: pubblicità legale e di settore, attraverso la tenuta del registro imprese e degli altri registri ed albi, tra cui quello artigiano; formazione e gestione del fascicolo informatico di impresa e funzioni – ove

delegate – di punto unico di accesso telematico per le imprese; l'informazione economica (seppur depotenziata); il sostegno alla creazione d'impresa, in particolare giovanile e femminile; la qualificazione delle imprese e delle produzioni; la sostenibilità e l'ambiente; la tutela del consumatore e della fede pubblica attraverso attività di vigilanza e controllo, nonché di regolazione del mercato. In questi ambiti, nel 2019 verranno realizzate sia nuove iniziative, sia attività che derivano dalla prosecuzione di progetti avviati negli anni precedenti, in particolare di tipo cofinanziato.

Altre funzioni riguardano temi innovativi o li ridisegnano, ampliando l'ambito di intervento camerale.

Il primo di questi temi è quello del digitale. Il sistema camerale è chiamato ad accompagnare le piccole imprese a conoscere e sfruttare appieno le potenzialità dell'economia digitale. Innanzitutto, innalzando le competenze digitali all'interno dell'azienda attraverso attività di assistenza personalizzata “sul campo” dei Digital Promoter. **I PID (Punto Impresa Digitale)** saranno il primo livello di contatto con le imprese per servizi di informazione, formazione, orientamento e assistenza per acquisire le competenze necessarie per il passaggio al digitale in attuazione del Piano Nazionale Industria 4.0. Il digitale determina anche un cambiamento radicale nell'approccio con gli utenti che il sistema camerale sta operando, nella logica della semplificazione. In questo stesso ambito si inserisce l'iniziativa nazionale “Ultranet”, un progetto affidato a Unioncamere dal MISE per informare/sensibilizzare cittadini, imprese e PA sui vantaggi della banda ultra larga per la qualità della vita e l'incremento della produttività.

Sul tema dell'**orientamento al lavoro e alle professioni**, il sistema camerale è chiamato a svolgere la funzione chiave di avvicinamento delle competenze di chi si affaccia sul mondo del lavoro alle effettive esigenze delle imprese, anche attraverso lo sviluppo e l'animazione di “network” camerali sui nuovi servizi per le politiche attive del lavoro, finanziati attraverso l'aumento del 20% del diritto annuale. Il sistema camerale faciliterà altresì la diffusione delle competenze dell'Industria 4.0 nel nostro sistema produttivo. In particolare, attraverso la

continuazione del Progetto Excelsior, si vuole rafforzare il ruolo del sistema camerale quale interlocutore qualificato delle imprese, delle scuole, delle università, delle strutture che si occupano di placement, dei policy makers sui temi del matching domanda-offerta di lavoro e della transizione scuola-lavoro. Il sistema camerale intende altresì intensificare le azioni per la promozione dell'alternanza scuola lavoro, attraverso la riproposizione dell'Alternanza Day, anche con l'obiettivo di valorizzare il Registro per l'Alternanza Scuola Lavoro e confermarne la centralità di raccordo tra imprese e istituti scolastici per i percorsi di alternanza scuola lavoro.

Sul tema dell'**internazionalizzazione**, anche grazie a un recente accordo di Unioncamere con il MISE, le singole Camere di commercio sono impegnate a raggiungere e preparare per l'estero le tantissime piccole aziende italiane che hanno tutti i numeri per esportare, ma hanno bisogno di qualcuno sui territori che sia in grado di assisterle nel fare i primi passi. L'obiettivo strategico, annunciato in sede di Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, è portare più imprese all'estero e rafforzare le quote di mercato delle aziende che esportano in maniera ancora saltuaria. A tale riguardo, l'accordo Unioncamere-ICE, apre la strada a intese di natura convenzionale tra la stessa ICE-Agenzia e le Camere di commercio. Le Camere sono chiamate a supportare lo sviluppo delle capacità di partecipazione delle PMI ai mercati globali anche sotto il profilo dei servizi finanziari: un campo nuovo per il sistema camerale, ma strategico per le imprese. Infine, per assistere le PMI italiane a sviluppare nuove iniziative all'estero, proseguirà a livello nazionale e la Camera di Pisa ne è partecipe - in stretta collaborazione con la rete delle Camere italiane all'estero - il "**Progetto EasyExport**", al fine di attivare e gestire un sistema di servizi a disposizione di imprese intenzionate a sviluppare la propria presenza sui mercati, anche attraverso nuove collaborazioni in campo tecnologico e commerciale.

Sul **turismo e sulla cultura**, le Camere di commercio sono impegnate a valorizzare le diverse attività del Sistema Produttivo Culturale e Creativo – dalla manifattura legata ai saperi dei territori fino al design e alle arti visive. Anche in

considerazione della rivisitazione delle funzioni e dei compiti voluta dalla riforma, il sistema camerale promuoverà la costituzione di punti di contatto con le imprese al fine di favorirne il raccordo con le attività di promozione dei beni culturali e del turismo a livello locale (anche realizzate da altri enti o pubbliche amministrazioni), facilitando altresì l'integrazione tra gli strumenti della programmazione territoriale, la gestione degli attrattori culturali e turistici e le filiere del Made in Italy (rilanciando anche il marchio di qualità "Ospitalità Italiana" in Italia e all'estero).

Nel corso del 2019, proseguirà il programma di formazione, che prevede l'attivazione o la riedizione di otto linee formative sulle nuove competenze camerali su: Orientamento al lavoro e alle professioni; Camere per l'innovazione digitale; Customer Relationship Management (CRM); SUAP e fascicolo elettronico di impresa; Ambiente e sostenibilità; Personale; Contabilità e bilancio; Compliance normativa.

Oltre alla **diffusione di informazioni** su queste attività, la Camera è chiamata anche a **rispondere alle sollecitazioni da parte di cittadini e imprese**, fornendo risposte rapide, chiare ed esaurienti utilizzando strumenti e mezzi diversificati che debbono essere presidiati in modo corretto.

Il piano è suddiviso in due sezioni, con lo scopo di riflettere sui nodi relativi alla gestione della comunicazione interna ed esterna, mettendo in evidenza le azioni da compiere, tanto sul versante del potenziamento quanto su quello del consolidamento. Per sua natura, il documento è dinamico, adattabile alla mutevolezza degli argomenti da trattare ed in grado di integrare la spinta propulsiva proveniente dai diversi soggetti coinvolti, tanto interni quanto esterni. E' inoltre presente un resoconto delle attività 2018.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL 2019

Gli obiettivi e le azioni individuate in questo piano seguono ovviamente le indicazioni contenute nei vari atti di indirizzo, partendo dalla *mission* dell'Ente "MORE FOR LESS" (sostenere la competitività delle imprese, mantenendo centrata l'attenzione sulla creazione di valore) che si esplicita nelle tre aree strategiche del Programma di mandato che si chiude quest'anno:

1. Promuovere la competitività e lo sviluppo sostenibile del sistema economico locale
2. Favorire la crescita responsabile delle imprese e del territorio promuovendo strumenti di tutela del mercato a garanzia della concorrenza, trasparenza e fede pubblica
3. Affermare e diffondere il ruolo della Camera di Pisa quale PA trasparente ed efficiente in grado di erogare servizi a valore aggiunto;

Tali aree strategiche hanno trovato la loro concretizzazione nella **Relazione Previsionale e Programmatica 2019** (approvata dal Consiglio con delibera n. 11/2018) e nei **Progetti ed azioni 2019** (approvati dalla Giunta con delibera n. 143/2018).

Gli obiettivi di comunicazione sono ripartiti in due categorie a seconda dei soggetti coinvolti "*Comunicazione esterna*" e la seconda i soggetti interni, "*Comunicazione interna*".

Obiettivi di comunicazione esterna

Per arrivare a rappresentare un riferimento per il sistema imprenditoriale, economico e sociale, la Camera di Pisa presidierà ed e incrementerà le relazioni bidirezionali con l'utenza, soprattutto in rete e sui social network dove questa è presente. L'obiettivo, per quanto possibile, sarà quello di posizionarsi in maniera simmetrica rispetto all'utenza cercando di diventare un interlocutore e non un

mero informatore. Durante l'anno si continuerà a prestare attenzione alle discussioni che interessano la Camera di Commercio di Pisa in rete: la conoscenza di come l'utenza e la cittadinanza ci percepisce è infatti fondamentale per avviare e tarare qualsiasi azione di comunicazione.

Strategica, nel corso dell'anno, sarà la ricerca supporto per la diffusione dei contenuti prodotti da “persone come noi”: soggetti (imprenditori, amici, parenti, professionisti, ecc.) che, come dicono molte autorevoli fonti specialistiche, sono considerate più affidabili e persino più credibili rispetto ai soggetti istituzionali. In conseguenza di questi cambiamenti sociali, oggi gli utenti/clienti/sostenitori della Camera di Commercio di Pisa ed i cosiddetti “micro-influencer” hanno assunto un'importanza mai avuta prima portando l'asse della comunicazione ad essere o “peer-to-peer”, dimostrando la maggiore autorità di persone reali, utenti, amici, dipendenti e familiari rispetto alla Camera stessa. Segno tangibile di questo mutamento è rappresentato soprattutto dal progetto “Terre di Pisa” che proprio dai suoi sostenitori (imprenditori e loro familiari ed amici, clienti, amministratori pubblici, guide turistiche, ecc.) è stato diffuso superando di gran lunga l'*audience* potenziale della Camera di Commercio.

Altro obiettivi, imposti da norme di legge, sono quelli legati alla **Semplificazione e la trasparenza della Camera** in linea con il D.Lgs. 33/2013 e le modifiche introdotte dal D.Lgs. 97/2016 ma anche dal miglioramento dell'accessibilità del sito web secondo gli **Obiettivi annuali di accessibilità** di cui l'Ente annualmente si dota ai sensi del D.L. 179/2012

Obiettivi di comunicazione interna

La comunicazione interna intende diffondere e condividere i valori dell'ente ed il senso di appartenenza, al fine di creare un contesto collaborativo e migliorare i processi di lavoro. Il *target* della Comunicazione interna è rappresentato dai dipendenti e dagli amministratori della Camera e della Fondazione di partecipazione per l'innovazione e lo sviluppo imprenditoriale. Anche in questo

caso i dipendenti e gli amministratori, grazie al loro supporto in rete, possono diventare i migliori ambasciatori dell'Ente.

STAKEHOLDERS

Gli interlocutori con i quali la Camera di Commercio si interfaccia quotidianamente possono essere sinteticamente individuati sui seguenti gruppi:

- il personale e gli amministratori della Camera e della Fondazione di partecipazione per l'innovazione e lo sviluppo imprenditoriale
- le imprese (oltre 45mila aziende e quasi 56mila persone con carica attive in provincia di Pisa a fine 2018)
- i professionisti (circa 500 tra notai, commercialisti, ragionieri e consulenti del lavoro)
- i consumatori (sono circa 355mila i maggiorenni residenti in provincia di Pisa ad inizio 2018)
- le associazioni di categoria, dei consumatori e i sindacati dei lavoratori
- le istituzioni
- la stampa cartacea
- le testate giornalistiche on-line e i blog tematici
- altri soggetti (blogger, micro-influencer, ecc.)

STRATEGIE ED AZIONI DI COMUNICAZIONE PER IL 2019

Strategie e azioni di comunicazione esterna

Anche per il 2019, la comunicazione dell'ente sarà continuativa, coerente, coinvolgente ma, soprattutto, digitale: l'utilizzo della rete rappresenta una scelta strategica e obbligata. Audiweb, nel secondo semestre, afferma che sono stati **33,1 milioni** gli individui dai 2 anni in su che hanno navigato nel **giorno medio**, rimanendo online complessivamente per oltre 3 ore a persona. Dai dati di media sui device utilizzati per accedere a internet in questi mesi del 2018, si conferma

ulteriormente la **preferenza degli italiani per la navigazione via smartphone**. Risultano, infatti, nel **giorno medi** del semestre **27,9 milioni** gli utenti che hanno navigato da smartphone, il 62% della popolazione maggiorenne, online per 2 ore e 48 minuti in media per persona, mentre sono stati 11,4 milioni gli utenti che hanno navigato - anche o solo - da computer e 5,3 milioni da tablet.

Da qui l'impegno per un presidio maggiore della rete, **sito web istituzionale dell'ente, siti dedicati a specifici eventi, animazione profili social, inserzioni a pagamento (testate online e social)** con particolare attenzione ai contenuti, al linguaggio, non fermandosi alla sola comunicazione testuale, ma diffondendo la notizia corredata da immagini, filmati e animazioni.

Un'attenzione particolare continuerà ad essere posta alle attività di **DEM (Direct Email Marketing)** tramite la piattaforma camerale CIAO IMPRESA, con la maggiore profilazione e pulizia dei contatti (anche a seguito dell'entrata in vigore a maggio del GDPR, General Data Protection Regulation), con un'attenzione crescente alla tipologia dei destinatari della comunicazione, alla veste grafica dei messaggi e ad un linguaggio più accattivante, che punti a coinvolgere l'interlocutore.

Affinché tutto questo possa affermarsi, continuerà il lavoro di interazione tra gli addetti alla comunicazione e gli altri uffici camerale. Nel 2019 le azioni di comunicazione continueranno ad essere articolate tenendo presenti:

- la **calendarizzazione, i destinatari e la scelta dei mezzi di comunicazione;**
- la **quantificazione delle risorse**, economiche ed umane, da destinare a ciascuna attività nel rispetto dei vincoli esistenti;
- la **qualità dell'informazione** e l'utilizzo di un **linguaggio idoneo** allo strumento di comunicazione utilizzato;

Nel corso dell'anno proseguirà il monitoraggio dei canali attraverso cui gli utenti hanno avuto notizia delle iniziative, per verificare l'efficacia degli strumenti utilizzati.

L'attività di ascolto-monitoraggio dell'utenza proseguirà anche nel 2019, non solo per verificare quello che è stato fatto, ma soprattutto per **rilevare bisogni emergenti**, la presenza di **nuovi stakeholder**, il **livello di conoscenza e soddisfazione delle azioni intraprese**, il **miglioramento della percezione del ruolo istituzionale** e la **rilevazione delle ricadute** delle iniziative sul territorio.

Gli strumenti operativi adottati e da adottare, con il coinvolgimento di tutti gli uffici camerati, saranno:

- ascolto sistematico della rete di discussioni riguardanti la Camera di Commercio e le sue competenze;
- rilevazione della divulgazione dei comunicati stampa lanciati;
- rilevazione quantitativa dei soggetti che seguono le informazioni offerte dalla Camera e l'interazione con gli stessi utilizzando le piattaforme social sulle quali siamo presenti e tutti gli altri strumenti disponibili;
- rilevazione sistematica del numero di partecipanti alle iniziative camerati e delle modalità con le quali ne sono venuti a conoscenza;

Strategie ed azioni di comunicazione interna

Nel 2019 proseguirà il rafforzamento la comunicazione all'interno dell'amministrazione per:

- **facilitare e migliorare la circolazione delle informazioni**, al fine di diffondere la conoscenza reciproca delle attività e favorire la condivisione e la compartecipazione degli obiettivi
- **migliorare ed aumentare il senso di appartenenza** dei dipendenti e degli amministratori.

Gli strumenti della comunicazione e della condivisione interna saranno la **intranet** l'**area riservata** dedicata agli amministratori ma anche le piattaforme **social** della Camera di Commercio di Pisa.

Da non trascurare l'importanza del **sito internet** che permette di far ruotare le notizie di rilievo, selezionate dalla redazione, sulla *home page* del sito, così come di informare sugli eventi organizzati in sede attraverso il banner **Appuntamenti di oggi**.

Per quanto concerne i **social** è opportuno proseguire il lavoro di **coinvolgimento** dei colleghi e degli amministratori nella diffusione e promozione delle iniziative camerali utilizzando i propri canali (i cosiddetti **ambassador**).

Iniziative per il 2019

Le iniziative oggetto di attività di comunicazione finora programmate o realizzate, e suddivise per mese, sono le seguenti:

GENNAIO

- Seminario Orientamento al Lavoro - 10 Gennaio 2019 - ISI
- Seminario Orientamento al Lavoro - 25 Gennaio 2019 – ISI
- Terre di Pisa PrimAnteprima Conferenza stampa 29 gennaio 2019 – promozione
- Diffusione dati domanda di lavoro

FEBBRAIO

- Borsa del Matrimonio fiera – Roma – 1-2 febbraio 2019 – promozione
- Conosci le Terre di Pisa seminario – 5 febbraio – promozione
- Diffusione dati dinamica delle imprese - febbraio
- Workshop Economia Circolare, commercio, turismo e pelli - 8 Febbraio 2019 – ISI
- Conosci le Terre di Pisa seminario – 8 febbraio – promozione
- PrimAnteprima (evento per piccoli consorzi) – 9 febbraio – Firenze – promozione
- Tour Educational post Buy Wine -10 febbraio 2019 – promozione
- Seminario Alt è Servita Kick Off - 12 febbraio 2019 – ISI
- Conosci le Terre di Pisa seminario – 19 febbraio – promozione
- Training on the road (FP) Seminario "Web marketing" + B2B aziende per export check-up – 21-22 febbraio 2019 - promozione
- Corso Digital Marketing - 27 Febbraio 2019 – ISI
- Conosci le Terre di Pisa seminario – 27 febbraio - promozione
- Seminari Con Le Scuole - Febbraio-Maggio 2019 - ISI
- Bando Certificazioni/sicurezza - Febbraio 2019 – ISI (da pubblicazione fino 19 aprile)
- Bando Voucher Ultraneet - Febbraio 2019 – ISI (pubblicazione – 15 marzo)
- Bando Voucher Internazionalizzazione – Febbraio 2019 – promozione (dal 15 maggio al 31 agosto, 15 dicembre)
- Bando per consorzi di tutela agroalimentare - Febbraio 2019 – promozione (entro 31 marzo)
- Bando nazionale e locale Premio Storie di Alternanza (1 febbraio - 19 aprile)

MARZO

- Terre di Pisa 4.0 –seminario Hospitality 4.0 – 1 marzo promozione
- Diffusione dati imprenditoria femminile – 7 marzo
- *Conosci le Terre di Pisa approfondimenti sul territorio – 12 marzo – promozione*
- Pelle VS Rifiuti 4-0 - 13 marzo - seminario ISI
- Olio Capitale fiera - Trieste - dal 15 al 18 marzo 2019 –
Promozione
- *Conosci le Terre di Pisa approfondimenti sul territorio – 19 marzo - promozione*
- *“Terre di Pisa 4.0” – Tourism-Up: Soluzioni digitali per gestire recensioni negative, commissioni troppo alte e aumentare la propria visibilità 19 marzo – ISI*
- *“Terre di Pisa 4.0” – e-commerce per settore agroalimentare seminario 21 marzo – Promozione*
- Seminario “Disciplina fiscale della commercializzazione dei prodotti vitivinicoli – 21 marzo 2019 – Promozione
- BMT Napoli fiera – 22-24 marzo 2019 – Promozione
- Corso Olio Professionale – Pisa - dal 25 al 29 marzo 2019 –
Promozione
- *Conosci le Terre di Pisa approfondimenti sul territorio – dal 26 al 29 marzo – promozione*
- Seminario Deutsche Bank sul passaggio generazionale – 26 marzo 2019 – Promozione
- Pisaniana Industria 4.0 - 28-29 marzo
- Discover Italy fiera – Sestri Levante – 29 marzo 2019 –
promozione
- Workshop Nuovi Materiali - Marzo 2019 – ISI
- Seminari Con Le Scuole - Febbraio-Maggio 2019 – ISI

- Diffusione dati andamento export –marzo
- Bando Voucher Pid - marzo 2019 - ISI
- Bando Voucher Alternanza - marzo 2019 - ISI

APRILE

- *Conosci le Terre di Pisa approfondimenti sul territorio – 1 aprile – promozione*
- Corso aggiornamento mediatori (4 pomeriggi)
- Corso B&B Pisa - 2 Aprile 2019 – ISI
- Seminario "La certificazione Bio e Veg" – 4 aprile - promozione
- Vinitaly fiera– Verona 7– 10 aprile 2019 – Promozione
- Cibus Connect fiera - Parma - 10 - 11 aprile 2019 – Promozione
- Innovarte edizione 2019 12 aprile 2019 – fino settembre 2019
- Pisaniana Innovarte, 11 o 12 aprile
- Corso frantoiani – Pisa - dal 15 aprile 2019 al 17 aprile 2019 - Promozione
- Corso Digital Marketing - 16 Aprile 2019 – ISI
- Seminario "Gluten Free" – 18 aprile - promozione
- Seminario Retail 4.0 Ristoranti - 18 Aprile 2019 – ISI
- Seminari Con Le Scuole - Febbraio-Maggio 2019 - ISI

MAGGIO

- Anteprima Vini della costa – 4-5 maggio - promozione
- Tuttofood fiera - Milano 6 – 9 maggio 2019 – Promozione
- Esame agenti affari in mediazione – 7 maggio 2019
- Seminario Agroalimentare e nuove tecnologie - 16 Maggio 2019 – ISI
- *“Terre di Pisa 4.0” – seminario webmarketing per local business 6, 13, 20, 27 maggio promozione*

- Seminario "procedura di autorizzazione per apporre in etichetta indicazioni nutrizionali e sulla salute" – 16 maggio – promozione
- Seminario ADR in Proprietà industriale – 14 maggio – brevetti
- Impresa In Azione – evento - 22 Maggio 2019 – ISI
- Terre di Pisa – Terre del Vino – evento 27-28 maggio 2019 (cene extra a inizio maggio) – Promozione
- Pisaniana 28 maggio su Terre di Vino
- Incontro Su Remediation e Metal Free - Maggio 2019 - ISI
- Seminario sulle procedure doganali – 30 maggio – promozione
- Concorso per le scuole in collaborazione con un quotidiano e la Strada del Vino/Consorzio Terre di Pisa – promozione
- Seminari Con Le Scuole - Febbraio-Maggio 2019 – ISI
- Diffusione dati domanda di lavoro
- Marketing fiera – seminario presentazione bando AF – maggio promozione

GIUGNO

- Corso Ultraneet - 10 Giugno 2019 – ISI
- Operazioni triangolari in ambito doganale – 20 giugno 2019 – Promozione
- Focus Paese Cina – 27 giugno 2019 – Promozione in collaborazione con ufficio Brevetti

LUGLIO

- B&B Pisa - 2 Luglio 2019 - ISI
- Seminario Nautica e Nuove Tecnologie - 9 Luglio 2019 – ISI

SETTEMBRE

- Festival Robotica – Pisa – Settembre 2019
- Seminario Revamping – in festival robotica Settembre 2019 – ISI

- Customs Decision – 19 settembre 2019 – promozione
- Panoramica normativa etichettatura e lancio portale – 24 settembre 2019 - promozione
- Corso di formazione per gestori della crisi – fine settembre
- Buy Terre di Pisa – settembre – promozione
- Diffusione dati andamento export – settembre
- Diffusione dati domanda di lavoro

OTTOBRE

- Corso Digital Mkt - 8 Ottobre 2019 – ISI
- Buy Mice, fiera, Milano
- Internet Festival – Pisa – 10-13 ottobre Promozione
- Internet Festival incontro B to Big - 10-13 ottobre - ISI
- Terre di Pisa. Identità di una destinazione turistica - Food & Wine Festival fiera – 18-20 ottobre 2019 – Promozione
- Seminario Retail 4.0 Abbigliamento - 22 Ottobre 2019 – ISI
- Laboratorio delle etichette - 29 ottobre 2019 - Promozione

NOVEMBRE

- Esame agenti affari in mediazione – 7 novembre 2019
- Agri&tour fiera – Arezzo – 15-16 novembre 2019 – Promozione
- Educational post Agri&tour
- Ecomondo fiera - Novembre 2019 - ISI
- Artigiano in Fiera – Milano - 30 novembre – 8 dicembre – Promozione
- Diffusione dati domanda di lavoro
- *“Terre di Pisa 4.0” -seminario webmarketing per imprese turismo (5, 12, 19, 26 novembre)*

DICEMBRE

- Cerimonia consegna Borse di studio per gli studenti più meritevoli degli istituti tecn-prof (Premio Fascetti-Bernardini)
- Cerimonia consegna “Premio Innovazione 2019”

Altri eventi al momento senza date

- Azioni seminari e formative Easy Export (marchi e brevetti nelle strategie di Internazionalizzazione delle Imprese)
- Terre di Pisa Concorso destinato ai membri e partner delle Terre di Pisa
- Terre di Pisa Concorso per gadget
- Marchio Ospitalità Italiana e Marchio Terre di Pisa
- Progetto Vetrina Toscana a Tavola
- Rubrica su carta stampata dedicata alla Camera di Commercio di Pisa
- Terre di Pisa. Identità di una destinazione turistica - Comunicazione a livello extra regionale

Per la realizzazione delle attività di informazione e comunicazione, nel 2019 le risorse disponibili ammontano a € 50.000. Da queste, debbono essere tolte le spese per attività minime di funzionamento quali *housing* e *manutenzione* del sito, canone servizio mailing, rassegna stampa ed altre. Le risorse rimanenti saranno utilizzate per la promozione delle iniziative per le quali non sono stati previsti appositi oneri in bilancio.

I soggetti che si occupano direttamente delle attività di comunicazione, interna ed esterna, sono tre: il responsabile ed i due addetti, che provvedono anche a

redigere i comunicati stampa da inviare ai media oltre che ad altre attività di segreteria. L'ufficio è posto in *Staff* al Segretario Generale.

Per ogni singola iniziativa da realizzare viene attuata la consueta stretta collaborazione con gli uffici di riferimento e verranno coinvolti i referenti e/o i responsabili degli stessi, al fine di rendere sempre più omogenea e condivisa la comunicazione istituzionale.

IL 2018 IN BREVE

Comunicazione esterna

Sito Internet Istituzionale (utenti esterni)

confronto 2018/2017

Utenti (+7,5%) **Nuovi utenti** (+8,2%), **Sessioni** (+6,8%), **Pagine visualizzate** (+5,2%)

dati 2018

Rimbalzo (49,0%), **Sessioni da motori di ricerca** (73,8%), **Sessioni da attività di comunicazione** (9,7%, delle quali un 4,2% derivante da azioni mailing), **Motore ricerca interno di Google** (oltre 12mila, +50% in un anno)

Sito Internet Pisa Food and Wine

confronto 2018/2017 (14-31 ottobre)

Utenti -18,8% **Nuovi utenti** -15,4% **Sessioni** (-17,7%), **Pagine visualizzate** (-25,6%)

dati 2018

Rimbalzo (55,8%), **Sessioni da motori di ricerca** (26,7%). **Sessioni da ADV** (55%)

Azioni di mailing

dati 2018

Invii (74), **Email inviate** (oltre 200mila), **Tasso di apertura medio** (438,9%, 40% nel 2017), **Tasso di clic medio** (3,1%, 3% nel 2017). **Tasso medio di clic su aperture** (7,8%, 10% nel 2017)

Comunicati stampa

dati 2018

Lanci stampa (53, 43 nel 2017), **Uscite** (582, 525 nel 2017, 124 su carta stampata, 86 nel 2017)

Interventi istituzionali

dati 2018

Interventi (32 come nel 2017)

Spazi su emittenti radiotelevisive

dati 2018

Trasmissioni TV registrate (9, 11 nel 2017)

I Social media (vanitymetrics)

dati 2018

Facebook (1.549 mi piace, 973 nel 2017), **Twitter** (1.127, 1.030 nel 2017), **You Tube** (40 iscritti, 23 nel 2017), **Slideshare** (24 followers, 19 nel 2017) **ISSUU** (2 followers). Pagina **Facebook Pisa Food and Wine Festival** (2.399, 2.106 mi piace nel 2017) e **Facebook Terre di Pisa** (725 mi piace).

Nei primi giorni del 2019, considerando l'imminente chiusura della piattaforma, è stato eliminato l'account camerale Google+