

Progetto n. 009-2015
Data 02-03-2015

Piano editoriale Social media [Bozza 0.1]

Servizi tecnici relativi alla redazione del portale turismo web della Regione Umbria.

Spett.le

Sviluppumbria SpA

Indice

1. Scenario.....	3
2. Obiettivi.....	8
3. Target.....	9
4. Canali.....	12
5. Contenuti.....	13
6. Frequenza.....	21
7. Fonti.....	22
8. Ascolto e monitoraggio	26
9. Report	26
10. Calendario.....	28
11. Social media policy	31
12. Social team.....	33
13. Processo autorizzativo.....	33

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

1. Scenario

Il sistema di social media del Turismo della Regione Umbria è composto da una serie di canali preesistenti, gestiti fino ad oggi da un gruppo redazionale diverso in via di dismissione. Il presente piano editoriale si propone quale strumento operativo del social media team individuato, nella presa in carico di tutte le attività di aggiornamento e sviluppo evolutivo dei canali, in stretta relazione con le attività redazionali relative al sito istituzionale del Turismo regionale.

I canali attivi sono i seguenti:

Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/Umbriatourism>

Account Twitter: <https://twitter.com/UmbriaTourism>

Account Instagram: <https://instagram.com/umbriatourism>

Canale Youtube: <https://www.youtube.com/user/Umbriatourism>

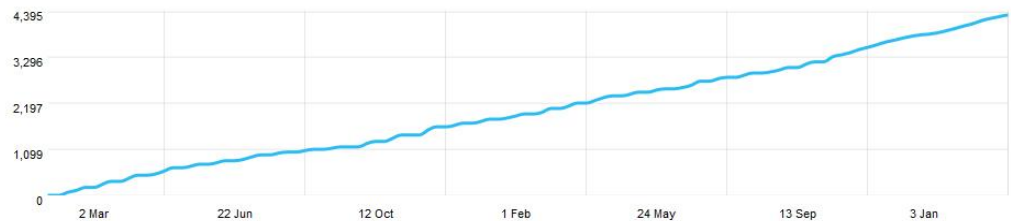
I canali sono stati gestiti in maniera proficua fino ad oggi, attraverso un'attività di approvvigionamento di contenuti continua e di animazione puntuale delle comunità, ferma restando l'assenza di una strategia complessiva legata al raggiungimento di obiettivi definiti.

A livello strettamente quantitativo, i canali sono seguiti da un numero discreto di utenti e riescono a coinvolgere una buona quantità di questi nella produzione di azioni e interazioni sociali.



Figura 1 - Insight Facebook

4,296 follower in data 2/28/2015 (giorni riportati in base al fuso orario del Pacifico)



Interessi

Interessi più particolari

45% Italia

20% Viaggi di lusso

20% Hotel

19% Europa

8% Bed and breakfast

Interessi principali

55% Affari e notizie

45% Novità dal mondo dei viaggi e inform...

45% Italia

44% Notizie dal mondo dell'editoria e info...

42% Commedie (Cinema e televisione)

35% Politica e attualità

33% Novità dal mondo del cinema e infor...

32% Viaggi d'avventura

24% Cronaca

Zona

Migliori Paesi e Stati



Città in rilievo

13% Rome, IT

11% Perugia, IT

7% Milan, IT

3% Florence, IT

2% Foligno, IT

Genere



I tuoi follower seguono anche

42% repubblicait - [Profilo](#)

40% matteorenzi - [Profilo](#)

35% Expo2015Milano - [Profilo](#)

34% viaggiatori - [Profilo](#)

28% MarcheTourism - [Profilo](#)

26% Umbria24 - [Profilo](#)

24% CorriereUmbria - [Profilo](#)

24% umbriatweets - [Profilo](#)

22% GiomaleUmbria - [Profilo](#)

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

Figura 2 - Analytics Twitter

Ciò nonostante, rispetto a canali analoghi, normalmente riconosciuti come best practices, i canali del sistema regionale umbro mostrano ampi margini di miglioramento.

Per quanto riguarda la Pagina Facebook, ad esempio, le pagine migliori hanno valori più alti relativamente a numero di fans, livello di engagement, frequenza di pubblicazione e numero di interazioni generate.

	UMBRIA	TOSCANA	ABRUZZO	TRENTINO
Likes	11889	303671	57399	116418
Engagement rate	2.38%	10.37%	21.73%	3.99%
PTAT	283	31477	12475	4650
Post/day	0.58	3.44	3.31	3.61
Interazioni/post	41	2007	553	420

Su tali parametri è necessario intervenire per aumentare l'efficacia complessiva dell'azione sui social media.

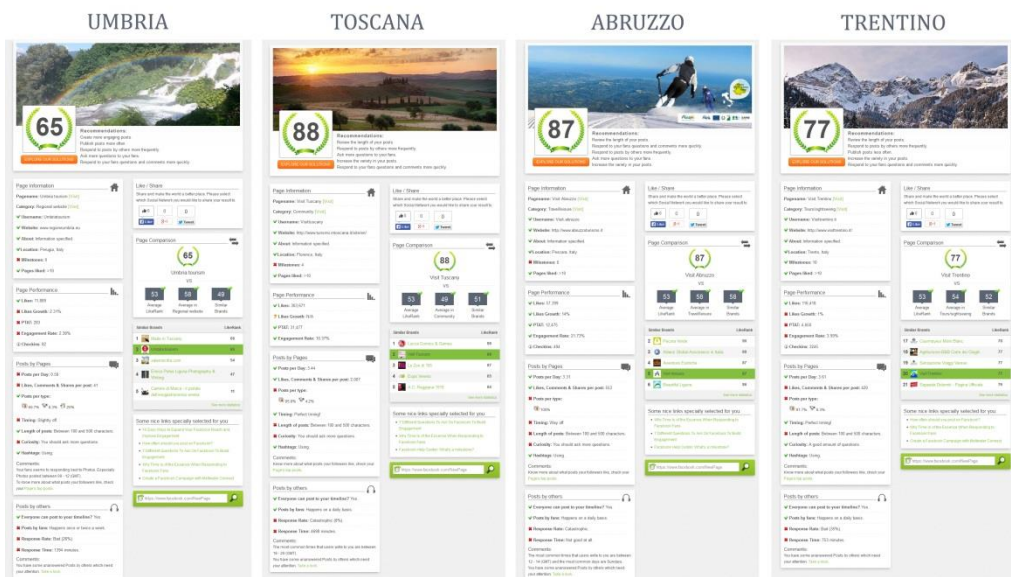


Figura 3 - Confronto Pagine Fb regionali (fonte: Likealyzer ranking)

Il dato fondamentale dal quale avviare un'azione di revisione strategica è la dimensione delle fanbase, dalla quale dipendono in gran parte anche gli altri indicatori.

Nel quadro italiano, infatti, l'Umbria si colloca in posizione medio/bassa, denotando quindi un ampio margine di miglioramento.

		Mi Piace			
Pagine regionali Italia		Gennaio	Dicembre	Variazione	Pct
=	Tuscany	299.691	294.909	4.782	1,62%
=	Visit Sicily	279.642	278.812	830	0,30%
=	Alto Adige da vivere	132.888	132.648	240	0,18%
=	Visit Trentino	115.764	114.993	771	0,67%
=	Liguria	92.238	91.907	331	0,36%
=	Viaggiareinpuglia.it	87.883	87.499	384	0,44%
=	Marche Tourism	80.630	78.769	1.861	2,36%
=	Turismo in Veneto	75.908	73.480	2.428	3,30%
=	Visit Lazio	62.571	61.696	875	1,42%
=	Visit Abruzzo	49.994	46.097	3.897	8,45%
=	Friuli Venezia Giulia Turismo	44.628	44.022	606	1,38%
=	Valle d'Aosta	42.025	41.333	692	1,67%
=	Turismo Emilia Romagna	36.726	36.136	590	1,63%
=	Visit Sardinia	30.454	30.146	308	1,02%
=	Basilicata Turistica	27.546	26.995	551	2,04%
=	Umbria Tourism	11.791	11.644	147	1,26%
=	In Campania Tourism Bbc	6.643	6.622	21	0,32%
=	Relax in Lombardia	5.601	5.563	38	0,68%
=	Regione Piemonte - Piemonteitalia.eu	2.678	2.626	52	1,98%
=	Turiscalabria.it	1.145	1.096	49	4,47%

Elaborazione Studio Giaccardi & Associati / Officina Turistica

Figura 4 - Classifica Pagina Facebook regionali (gennaio 2015)

Classifica Follower Dicembre-Gennaio

Account	Follower
@MarcheTourism	54400
@turismoER	30000
@VisitTrentino	15600
@viaggiarepuglia	15400
@VisitTuscany	14700
@TurismoVeneto	10200
@FVGlive	9124
@YourAbruzzo	8727
@TurismoLiguria	7069
@SardegnaTurismo	6841
@Basilicata_Tur	6475
@visit_lazio	6394
@piemonte_italia	5797
@UmbriaTourism	4096
@visitSicilyOP	2305
@InCampania	1555
@visitaosta	577
@Turiscalabriait	164
@tourlombardia	163

Elaborazione Studio Giaccardi & Associati

Figura 5 - Classifica Account Twitter regionali (gennaio 2015)

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

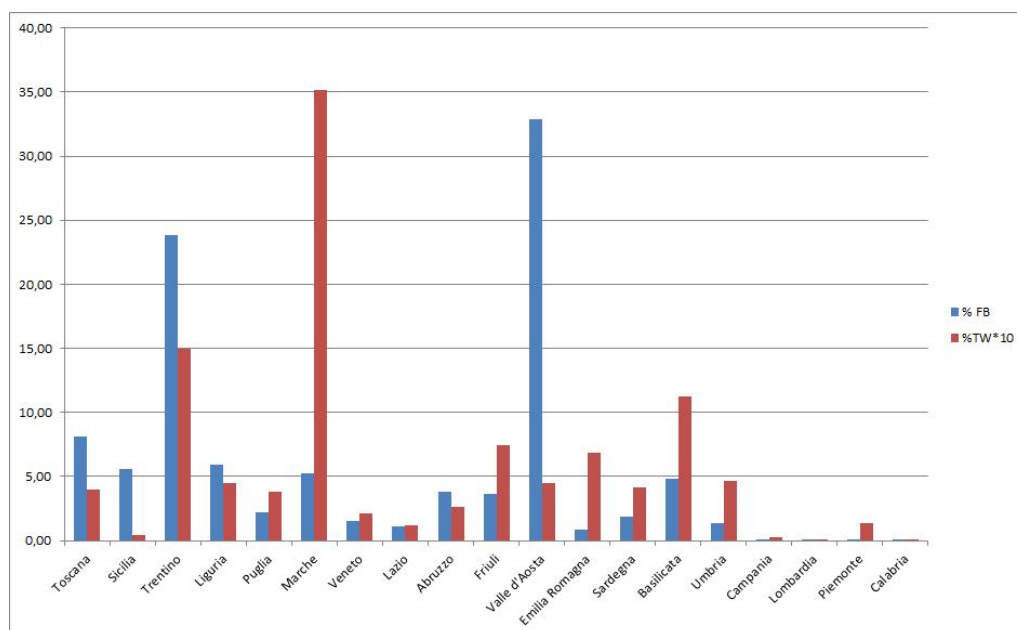


Figura 6 - Grafico canali regionali Tw/Fb

Tale margine si nota anche nel quadro che tiene conto della dimensione demografica delle diverse regioni.

REGIONE	POPOLAZIONE	FANS FB	% FB	FOLLOWERS TW	%TW
Toscana	3692828	299691	8,12	14700	0,40
Sicilia	4999932	279642	5,59	2305	0,05
Trentino	1039934	247642	23,81	15600	1,50
Liguria	1565127	92238	5,89	7069	0,45
Puglia	4050803	87883	2,17	15400	0,38
Marche	1545155	80630	5,22	54400	3,52
Veneto	4881756	75908	1,55	10200	0,21
Lazio	5557276	62571	1,13	6394	0,12
Abruzzo	1312507	49994	3,81	3408	0,26
Friuli	1221860	44628	3,65	9124	0,75
Valle d'Aosta	127844	42025	32,87	577	0,45
Emilia Romagna	4377487	36726	0,84	30000	0,69
Sardegna	1640379	30454	1,86	6841	0,42
Basilicata	576194	27546	4,78	6475	1,12
Umbria	886239	11791	1,33	4096	0,46
Campania	5769750	6643	0,12	1555	0,03
Lombardia	9794525	5601	0,06	163	0,00
Piemonte	4374052	2678	0,06	5797	0,13
Calabria	1958238	1145	0,06	164	0,01

Figura 7 - Quadro d'insieme fanbase regionali

2. Obiettivi

La relazione tra portale del turismo e social media sarà orientata alla creazione di un ecosistema sociale all'interno del quale nessun elemento prevalga sugli altri, così che il valore complessivo di comunicazione e informazione si fondi sulle relazioni stesse più che sulle specifiche entità. In questo senso, i canali sociali attivati saranno non solo degli amplificatori di contenuti del portale, ma avranno una propria dignità di canale di comunicazione, con un proprio tono adeguato al mezzo e al target, un proprio stile e un proprio piano editoriale. Il social media mix sarà individuato a partire dall'infrastruttura esistente, per non disperdere investimenti e contributi già impegnati, ma tenderà a coinvolgere il più possibile canali diversi, così da essere indipendente da ciascuno e rafforzare un profilo sociale riconoscibile al di là dei canali utilizzati.

I macro obiettivi della strategia social possono essere così sintetizzati:

- miglioramento reputazione complessiva del "brand Umbria"
- promozione dell'offerta turistica regionale
- costruzione di una base di utenti fidelizzati cui rivolgere specifiche azioni di promozione
- informazione sulle attività di programmazione turistica regionale
- reindirizzamento delle istanze degli utenti verso gli stakeholders e i soggetti istituzionali di riferimento
- supporto informale di primo livello agli utenti
- affermazione dei canali sociali regionali come punti di riferimento turistico nei confronti delle comunità interne ed esterne interessate

Gli obiettivi di massima che ci si propone di traguardare nel medio periodo sono i seguenti:

- **Aumento fanbase**
 - In termini assoluti
 - In proporzione ai canali analoghi delle altre regioni
- **Aumento engagement**
 - Maggior numero di commenti, condivisioni, like ai post

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

- **Aumento frequenza**
 - Maggior numero medio di pubblicazioni quotidiane
- **Maggior collegamento col sito**
 - Aumento del numero di visite provenienti dai Social
 - Maggior numero di post/articoli condivisi
- **Maggior coinvolgimento stakeholders**
 - Aumento condivisioni post degli stakeholder
 - Aumento condivisioni post dagli stakeholder

Gli obiettivi specifici misurabili, traggurabili nel breve periodo, sono indicativamente i seguenti:

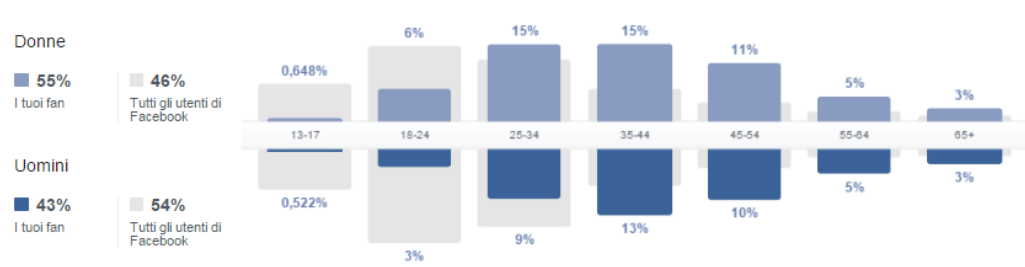
Obiettivo	Oggi	Entro sei mesi
Aumento fanbase Facebook	11.889	20.000
Aumento fanbase Twitter	4.301	7.000
Aumento frequenza Facebook (ultimo mese)	0.50	2.00
Aumento frequenza Twitter (ultimo mese)	0.76	3.00

3. Target

Gli utenti che compongono il target tipico del sistema web del turismo regionale sono riconducibili ad alcune macrocategorie:

- turisti italiani
- turisti stranieri
- stakeholder
- media/stampa
- decisori
- cittadini umbri

L'attuale ripartizione della fanbase (dati Facebook Insight) mostra una prevalenza netta dell'ultima categoria.



Paese	I tuoi fan	Città	I tuoi fan	Lingua	I tuoi fan
Italia	10.302	Perugia, Umbria	2.908	Italiano	10.156
Stati Uniti d'America	212	Foligno, Umbria	697	Inglese (USA)	534
Brasile	117	Roma, Lazio	680	Inglese (Regno Unito)	239
Argentina	93	Terni, Umbria	309	Spagnolo	145
Regno Unito	91	Assisi, Umbria	295	Francese (Francia)	108
Francia	62	Spoletto, Umbria	247	Portoghese (Brasile)	104
Belgio	61	Milano, Lombardia	228	Olandese	85
Paesi Bassi	60	Bastia, Umbria	187	Tedesco	63
Spagna	56	Città di Castello, Umbria	128	Spagnolo (Spagna)	60
Germania	53	Orvieto, Umbria	120	Russo	54

Posto che il target estero sarà oggetto dell'attività delle specifiche "antenne" dislocate nei paesi chiave, e dei relativi canali sociali, è opportuno riservare particolare attenzione, e quindi una maggiore frequenza di aggiornamenti, al **target dei turisti italiani**, cercando di tarare una buona parte delle pubblicazioni sui loro bisogni latenti:

- scoprire l'Umbria, i suoi luoghi e le sue eccellenze
- conoscere gli eventi e le possibilità di visita
- avere informazioni di orientamento

All'interno del macrotarget di riferimento è possibile segmentare una serie di nicchie interessate a "turismi" specifici, verso le quali bisognerà indirizzare contenuti molto verticali orientati a promuovere attività specifiche, località specifiche, esperienze specifiche, rispetto alle quali il riferimento al brand Umbria possa configurarsi più come "mood" e componente valoriale che non riferimento geografico, per moltissimi turisti poco rappresentativo.

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

L'esperienza personale e il passaparola, modalità d'elezione per la promozione orientata alla socialità del web, spingono alla visita delle località dell'Umbria un target di domanda principalmente adulto, rappresentato da coppie e famiglie con figli al seguito e motivato soprattutto dalla possibilità di godere del relax immerso nelle bellezze naturali, che costituiscono una delle maggiori attrattive della regione.

A richiamare i turisti sono però anche l'offerta culturale ed enogastronomica della regione, come confermano i dati sui soggiorni in città d'arte, e le principali attività svolte una volta raggiunta la località di vacanza sono la visita a monumenti e musei e la degustazione dei prodotti tipici.

Anche lo sport trova una conferma di mercato, soprattutto se legato ad attività all'aperto come il trekking, l'equitazione e le passeggiate in bicicletta.

La segmentazione per interessi/bisogni seguirà quindi la tassonomia individuata per il portale turistico (temi/categorie), e si rispecchierà nel piano dei contenuti social attraverso l'individuazione

di una serie di rubriche in grado di rappresentarla in ogni sua nicchia di interesse, al di là delle attività più note e più comunemente associate al turismo in Umbria.

L'azione di amplificazione dei Social media sarà orientata inoltre a

dare visibilità a comprensori meno frequentati dal turismo italiano (es: Eugubino, Tuder-
te, Amerino), come emerge dai dati sul movimento turistico comprensoriale ([Movimento comprensoriale 8 mesi 2014](#)), oltre che a rappresentare comprensori e località ad alta attrattiva turistica anche in relazione ad esperienze ed attività meno "battute" ma con offerte di alto livello qualitativo.

COMPENSORI	TOTALE GENERALE					
	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ASSISANO	224.510	489.236	137.635	300.829	362.145	790.065
VALNERINA	101.719	221.635	16.540	57.743	118.259	279.378
TRASIMENO	88.019	312.537	63.561	417.712	151.580	730.249
ALTA VALLE TEVERE	44.384	132.412	14.618	85.422	59.002	217.834
POLIGNATE	108.856	242.736	24.196	86.493	133.052	329.229
EUGUBINO	67.119	157.438	15.413	63.571	82.532	221.009
PERUGINO	206.276	517.551	86.163	248.942	292.439	766.493
SPOLETINO	58.947	123.817	15.993	53.991	74.940	177.808
TUDERTE	43.018	101.899	27.532	76.964	70.550	178.863
PROVINCIA PERUGIA	942.848	2.299.261	401.651	1.391.667	1.344.499	3.690.928
AMERINO	15.352	28.629	9.876	25.525	25.228	54.154
ORVIETANO	63.015	110.704	60.836	136.189	123.851	246.893
TERNANO	83.154	202.276	15.727	53.823	98.881	256.099
PROVINCIA TERNI	161.521	341.609	86.439	215.537	247.960	557.146
TOTALE REGIONE	1.104.369	2.640.870	488.090	1.607.204	1.592.459	4.248.074

L'analisi del target tipico rilevato dai dati riguardanti la domanda turistica sarà sovrapposto a quello tipico dei social network allo scopo di

- raggiungere i segmenti meno attivi
 - o giovani 18-34 anni
 - o utenti di regioni a minor tasso di provenienza turistica verso l'Umbria
 - o utenti motivati da interessi legati a temi di nicchia
- fidelizzare i target tipici e consolidati
 - o coppie, famiglie con bambini
 - o utenti motivati da interessi legati a temi prevalenti (enogastronomia, grandi eventi, natura e relax)

Il target ad oggi prevalente, quello dei cittadini umbri, sarà coperto da una programmazione in grado di stimolare il senso di appartenenza e fare in modo che ogni cittadino possa sentirsi ingaggiato come testimonial delle eccellenze umbre. Per questo sarà fondamentale coprire il territorio in maniera quanto più omogenea possibile, privilegiando luoghi ed eccellenze con meno visibilità.

Per quanto riguarda il target qualificato composto da stampa, media, decisori e stakeholder, ci si riserva di delineare una programmazione orientata alla promozione di risultati raggiunti, attività in corso, valorizzazione dei contenuti del sito, condivisione contenuti dai siti territoriali.

4. Canali

I canali che si intende utilizzare nell'attuazione del piano sono i seguenti, già attivi:

Pagina Facebook: <https://www.facebook.com/Umbriatourism>

Account Twitter: <https://twitter.com/UmbriaTourism>

Account Instagram: <https://instagram.com/umbriatourism>

Canale Youtube: <https://www.youtube.com/user/Umbriatourism>

Dopo una prima fase di startup è possibile prevedere l'attivazione sperimentale di ulteriori canali sociali, limitatamente a specifici contenuti:

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

- **Pinterest**, per la creazione di una gallery delle eccellenze umbre
- **Slideshare**, per la creazione di miniguide dedicate ai territori e ai turismi di nicchia
- **Storify**, per la creazione di storie relative ai social tour in programma, alla content curation dei grandi eventi

5. Contenuti

L'architettura editoriale che definisce il piano operativo si basa su un complesso di argomenti in grado di

- presentare, soprattutto a chi non lo conosce, il territorio umbro
- informare sugli eventi in corso e in programma
- proporre idee di visita
- rafforzare negli utenti la correlazione del brand Umbria con i suoi valori tipici
- dare visibilità alle eccellenze di nicchia, ai luoghi da riscoprire
- mostrare la bellezza dell'Umbria in tutte le sue declinazioni
- dare visibilità alle voci del web che raccontano l'Umbria
- trasmettere il senso della continua progettualità di un territorio vivo
- offrire indicazioni pratiche di pianificazione del viaggio

Gli argomenti saranno declinati in rubriche ricorrenti a diversa periodicità (**l'elenco è indicativo e passibile di modifiche nel corso dell'attuazione del piano, sulla base degli effettivi riscontri d'efficacia**):

Umbria da scoprire. Il Comune della settimana

Ogni settimana viene presentato un Comune umbro, con una gallery (3 foto) rappresentativa, una breve curiosità e un invito alla visita con eventuale link al sito turistico.

Obiettivo: dare visibilità all'intero territorio umbro, rappresentare la complessità e la ricchezza del patrimonio turistico umbro

Fonti: archivio foto regionale, siti istituzionali comunali, foto CC Web

Il punto di interesse della settimana

Ogni settimana viene presentato uno degli attrattori turistici presenti nel sito del turismo regionale, con foto, didascalia e un motivo per visitarlo.

Obiettivo: dare visibilità all'intero territorio umbro, rappresentare la complessità e la ricchezza del patrimonio turistico umbro

Fonti: archivio foto regionale, sito Umbriatourism, foto CC web, siti istituzionali territoriali, Umbriacultura

Buongiorno Umbria

Ogni giorno una foto particolarmente attrattiva, per dare il buongiorno ai lettori.

Obiettivo: attrarre utenti per mezzo di foto evocative, immediatamente coinvolgenti e utilizzabili come punto di partenza di un'esplorazione che spinga a "voler conoscere di più" di un luogo o di un punto di interesse.

Fonti: foto CC Flickr, archivio foto regionale

L'evento della settimana

Ogni settimana la segnalazione di un evento in programma nei giorni successivi.

Obiettivo: informare circa la ricchezza di eventi e manifestazioni, dare visibilità alle iniziative degli stakeholder

Fonti: umbriatourism

Cosa fare nel weekend

L'evento del weekend con rimando alla sezione eventi del sito Umbriatourism e link all'eventuale sito dell'evento.

Obiettivi: fornire informazioni immediatamente spendibili per la pianificazione di una visita breve

Fonti: Umbriatourism

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

Umbria è...

Parola ai lettori, attraverso una domanda sempre diversa, in grado di stimolare le reazioni e i commenti.

Obiettivi: coinvolgere gli utenti nella rappresentazione di una propria idea di Umbria, rafforzare il concetto di comunità

Fonti: -

Fotoquiz

Post con foto di un luogo o di un punto di interesse e invito ai lettori a scoprire di che luogo si tratta.

Obiettivi: coinvolgimento degli utenti, valorizzazione di luoghi e punti di interesse, rafforzamento del senso di identità delle comunità locali

Fonti: Umbriatourism, Archivio foto regionale

Lo sapevi?

Curiosità su luoghi e punti di interesse in grado di offrire un punto di vista non convenzionale su luoghi e punti di interesse

Obiettivi: coinvolgimento degli utenti, valorizzazione di luoghi e punti di interesse, rafforzamento del senso di identità delle comunità locali

Fonti: Umbriatourism, Archivio foto regionale, www.umbriaearte.it, www.umbriaexperience.it

Il meteo del weekend

Foto della situazione meteo prevista per il weekend

Obiettivi: indurre negli utenti la proiezione di una possibilità di visita, intercettandone i bisogni latenti

Fonti: Umbriameteo, www.cfumbria.it

Cartoline dall'Umbria

Immagini dell'Umbria con associata una citazione letteraria o poetica a tema

Obiettivi: aumentare la fanbase con contenuti ad alto tasso di viralità

Fonti: Archivio foto regionale, Foto CC web, Umbriatourism, it.wikiquote.org

Il video della settimana

Rassegna dei video turistici regionali e condivisione di video degli utenti

Obiettivi: aumentare il tempo di permanenza sui canali regionali, informare e affascinare con contenuti di qualità, correlare diversi canali

Fonti: Archivio video regionale, Canale Youtube Umbriatourism, [keywords]@Youtube,

Il personaggio del mese

Rassegna dei personaggi storici o significativi dell'Umbria, con foto, link di approfondimento e breve testo introduttivo

Obiettivi: rafforzare il senso di identità delle comunità locali, incuriosire utenti con contenuti meno istituzionali

Fonti: www.umbriaearte.it, www.lamiaumbria.it

L'Umbria di McCurry

Rassegna di foto di McCurry /Sensational Umbria

Obiettivi: migliorare il sentiment collegato al brand Umbria, associare l'Umbria a immagini di altissima qualità, affascinare con la presentazione non convenzionale di luoghi e soggetti turistici

Fonti: Sensational Umbria

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

Le tradizioni umbre

Curiosità sulle tradizioni umbre: proverbi, riti e rituali, folclore

Obiettivi: rafforzare il senso di identità delle comunità locali, incuriosire utenti con contenuti meno istituzionali

Fonti: web, pubblicazioni

Umbria per tutti

Una proposta a settimana dedicata di volta in volta ai diversi target

Obiettivi: promuovere prodotti turistici specifici, attrarre target di nicchia, attivare bisogni latenti di visita

Fonti: umbriatourism

La proposta della settimana

Una proposta a settimana tratta dalle proposte di visita presenti nel sito

Obiettivi: promuovere l'offerta turistica regionale, dare visibilità al sito, rafforzare il profilo sociale dell'ecosistema web della Regione Umbria

Fonti: umbriatourism

#lamiaUmbria

Intervista a domande fisse ai lettori, chiamati in causa a fare da testimonial dell'Umbria

Obiettivi: coinvolgere gli utenti umbri (e quelli non umbri ma legati in qualche modo all'Umbria) a rendersi protagonisti della promozione, stimolare la conversazione, comunicare la trasparenza e la prossimità.

Fonti: -

Contest #borghiumbri

Challenge per eleggere il borgo umbro preferito dagli utenti. Ogni settimana una sfida tra due borghi, una foto ciascuno, descrizione in 140 caratteri. Gli utenti votano nei commenti, e quella che riceve più voti supera il turno e sfida un altro borgo la settimana successiva.

Obiettivi: coinvolgere le comunità territoriali, soprattutto quelle minori, nella valorizzazione dei propri borghi, stimolare la produzione di contenuti ad alto tasso di condivisione

Fonti: archivio foto regionale, umbriatourism, siti istituzionali comunali

Il pranzo della domenica

Una ricetta tipica per il pranzo della domenica.

Obiettivi: valorizzare le tipicità e le tradizioni enogastronomiche

Fonti: umbriatourism, pubblicazioni, www.ricetteumbre.com, www.tipicamenteumbria.it

UmbriaSoul

Ogni settimana un video musicale (da Youtube, con prevalenza di video tratti da grandi eventi musicali umbri) collegato a uno dei luoghi umbri, sulla base di particolare affinità.

Obiettivi: attrarre nuovi fans tramite la condivisione di contenuti ad alto tasso di interazioni

Fonti: youtube, vimeo

Scopri il dettaglio

Quiz dedicato ai lettori. Viene postata la foto di un dettaglio di un punto di interesse, i lettori cercano di individuare il punto, che poi viene svelato con la foto intera nel post successivo.

Obiettivi: coinvolgimento degli utenti, valorizzazione di luoghi e punti di interesse, rafforzamento del senso di identità delle comunità locali

Fonti: archivio foto regionale, umbriatourism

Le 5 cose

5 cose da fare a... Brevi elenchi di semplici proposte dedicate ogni settimana una località diversa.

Obiettivi: fornire spunti e idee di visita non convenzionali

Fonti: umbriatourism, fonti turistiche web

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

Made in Umbria

Rassegna delle eccellenze umbre: prodotti tipici, artigianato artistico, aziende rappresentative del made in Umbria.

Obiettivi: valorizzare le eccellenze, coinvolgere aziende, produttori, stakeholder del tessuto economico e commerciale

Fonti: umbriatourism, ricerche web

Notizie istituzionali

Bollettino informativo su programmazione turistica, dati e statistiche, info pratiche, attività web.

Obiettivi: dare visibilità alle attività istituzionali rendendole meno formali e inquadrandole in un sistema di contenuti che le avvicini ai cittadini

Fonti: Regione Umbria, rassegna Web

Rassegna web

Condivisioni commentate di articoli e notizie riguardanti l'Umbria.

Obiettivi: promuovere le attività del territorio, creare rapporti di reciproca visibilità con fonti informative diverse, comunicare il senso di rilevanza delle attività svolte in Umbria

Fonti: monitoraggio attivo della rete

Commenti ai trend

Obiettivi: presidio di argomenti e conversazioni di rilevanza turistica per l'Umbria, coinvolgimento utenti chiave e influencer, ampliamento della fanbase, comunicazione del valore della trasparenza e della prossimità informale agli utenti

Fonti: monitoraggio top trends turistici e generalisti

Foto degli utenti

Condivisione di foto dell'Umbria postate dagli utenti sui propri canali social

Obiettivi: coinvolgere utenti nella produzione di contenuti, ampliare la fanbase sollecitando utenti potenziali, reperire contenuti di qualità

Fonti: monitoraggio attivo Twitter, Instagram, Facebook

Menzioni utenti

Obiettivi: coinvolgere influencer del turismo, stimolare la conversazione, ampliare la fanbase

Fonti: monitoraggio attivo Twitter

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

6. Frequenza

Di seguito la frequenza delle pubblicazioni per canale.

RUBRICA	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE
	<i>Periodicità (n/settimana)</i>			
Umbria da scoprire	1	1	1	
Il punto di interesse	1	1	1	
Buongiorno Umbria	7	7	7	
Cosa fare nel weekend	1	1		
L'evento della settimana	1	1		
Umbria è	0.2			
Fotoquiz	0.5	1	1	
Il meteo del weekend	1	1		
Cartoline dall'Umbria	1	1		
Il video del mese	0.2	0.2		0.2
Il personaggio del mese	0.2			
L'Umbria di Mc Curry	0.5	0.5	0.5	
Tradizioni umbre	0.2			
Umbria per tutti	0.5			
La proposta della settimana	1	1		
Lo sapevi?	0.5	0.5		
#lamiaUmbria	0.5			
Borghi umbri	1			
Il pranzo della domenica	1			
UmbriaSoul	1	1		
Scopri il dettaglio	0.5	1		
Le 5 cose	0.5			
Made in Umbria	1			
Notizie istituzionali	occasion.	occasion.		
CONDIVISIONI CONTENUTI DAL WEB				
Rassegna web	7	7		
Le foto degli utenti		7	7	
Commenti ai trends		3		
Menzioni utenti		3		

7. Fonti

Di seguito una lista non esaustiva delle fonti da utilizzare per il reperimento dei contenuti da utilizzare nell'attuazione del piano editoriale.

FONTI ISTITUZIONALI

Siti web

- www.regioneumbria.eu
- www.umbriatourism.it
- www.grandieventi.regioneumbria.eu
- www.umbriatouring.it
- www.tipicamenteumbria.it
- www.umbriaccessibile.com
- www.umbrialifestyle.it
- www.umbriafrancescoways.eu
- www.viadifrancesco.it
- www.umbriabike.eu
- www.umbriatastes.eu
- www.umbriaconventionbureau.eu
- www.umbria.org
- www.nelleterredelperugino.com
- www.nelleterredeltrasimeno.com
- www.lagotrasimeno.net
- www.umbriasi.it
- www.stradevinoeolio.it
- www.stradaoliodopumbria.it
- www.girandolumbria.it
- www.turismovalleumbria.it
- www.lavalnerina.it
- www.parchiattivi.it
- www.trekkingumbria.it
- www.comune.foligno.pg.it/categorie/la-citta
- www.cittadicastelloturismo.it
- www.comunespoleto.gov.it/la-citta
- www.comune.todi.pg.it/turismo
- www.turismo.comune.perugia.it
- www.comune.terni.it
- www.visit-assisi.it
- www.inorvieto.it
- www.montonein.it
- www.comune.corciano.pg.it/index.php/turismo-e-cultura
- www.turismonarni.it
- www.comune.marsciano.pg.it
- www.umbertideturismo.it
- <http://turismo.tadino.it>
- www.comune.castiglione-del-lago.pg.it
- www.magionecultura.it
- <http://turismo.comune.spello.pg.it>
- www.treviturismo.it
- www.cittadellapieve.org
- www.nocerainumbria.it
- www.montefalcodoc.it
- www.comune.passignano-sul-trasimeno.pg.it/turismo-e-cultura
- <http://prolocobevagna.it>
- www.comune.norcia.pg.it
- www.turismosangemini.it
- www.comune.bettona.pg.it/sezione-turismo
- www.comune.cannara.pg.it/turismo-e-cultura
- www.massamartanaturismo.it
- www.comune.cascia.pg.it/?page_id=6
- www.comunescheggino.it

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

- www.turismoalviano.it
- www.turismolugnanointeverina.it
- www.montecastellodivibio.gov.it/life
- www.poranoturismo.it
- www.comune.ferentillo.tr.it/portale_turistico
- www.otricoliturismo.it
- www.turismo.pietralunga.it
- www.campelloweb.com
- www.turismoalvalnerina.it
- www.calviturismo.it

Canali sociali

Facebook

- <https://www.facebook.com/UmbriaSi>
- <https://www.facebook.com/UmbriaTouring>
- <https://www.facebook.com/pages/Umbriaccessibile/148748518572249?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/umbrialifestyle>
- <https://www.facebook.com/umbriafrancescosways>
- <https://www.facebook.com/viadifrancesco>
- <https://www.facebook.com/bikeumbria>
- <https://www.facebook.com/umbriantastes?ref=hl>
- <https://www.facebook.com/umbriaconventionbureau>
- <https://www.facebook.com/StradeDelVinoEDellOlioDellUmbria>
- <https://www.facebook.com/stradaoliodopumbria>
- <https://www.facebook.com/valnerina>
- <https://www.facebook.com/pages/PARCHI-ATTIVI/198780793520744>
- <https://www.facebook.com/Comunedispoieto>
- <https://www.facebook.com/BettonaEventi?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/CulturaComunePG?fref=ts>
- https://www.facebook.com/pages/Visit-Assisi/704636619632252?ref=br_rs
- <https://www.facebook.com/comunedimassamartana>
- <https://www.facebook.com/inorvieto.it>
- <https://www.facebook.com/comunenarni>
- <https://www.facebook.com/UnicaUmbria>

Twitter

- @umbriatouring
- @Sensationumbria
- @bikeinumbria
- @LegambienteUmbr
- @GalleriaNazUmbr
- @OlioDopUmbria
- @UmbriaGreenCard
- @umbriataste
- @LaValnerina

- @Umbriacom
- @umbriaccessible
- @lifestyleumbria
- @viadifrancesco
- @Umbriataste
- @UmbriaCongressi
- @Parchiattivi
- @Comunedispoleto
- @CulturaComPg
- @2MondiFestival
- @visitassisi
- @inorvieto
- @ComuneNarni
- @narniunder
- @ufrancescoways
- @fai_umbria

FONTI NON ISTITUZIONALI

Siti web

- www.umbriaonline.com
- www.lamiaumbria.it
- www.umbria.com
- www.iliveumbria.com
- www.bellaumbria.net
- www.umbriaexperience.it
- www.umbriaturismo.it
- <http://umbriaformummy.com>
- www.discovermontecucco.it
- www.umbriaeventi.com
- www.umbria24.it/cultura
- www.piaceremagazine.it
- www.sweetumbria.com
- www.turismoumbria.net
- www.inumbria.net
- www.umbriabest.com
- www.umbriaearte.it
- www.umbria-itinerari.it
- www.umbriaturismo.net
- www.lagotrasimeno.net
- www.umbriatakeaway.com

Canali sociali

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

- <https://www.facebook.com/umbriaonline>
- <https://www.facebook.com/pages/La-Mia-Umbriait/152868992476>
- <https://www.facebook.com/umbriacom>
- <https://www.facebook.com/ILiveUmbria?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/bellaumbria?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/umbriaexperience>
- <https://www.facebook.com/pages/Sweet-Umbria/131317736879219>
- <https://www.facebook.com/pages/Umbria-turismo/127440217309931?ref=ts&fref=ts>

- <https://www.facebook.com/piacere.magazine?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/agriturismo.hotel.vacanze.umbria>
- <https://www.facebook.com/lagotrasimeno>
- <https://www.facebook.com/umbria.takeaway>

Twitter

- @UmbriaTurismo
- @umbrianascosta
- @umbriatakeaway
- @UmbriaConMe
- @UmbriaJazz_OFC
- @umbriatweets
- @Umbria24
- @CorriereUmbria
- @GiornaleUmbria
- @UnicaUmbria
- @PerugiaViVa
- @umbriatu
- @UmbriaNoise
- @TurismoInUmbria
- @umbriaonline
- @iliveumbria
- @orvietoviva
- @ternimania
- @turismo_umbria
- @UmbriaMusica
- @Giralumbria
- @igersumbria
- @wikifoligno
- @clickinumbria
- @umbrians
- @rideinumbria
- @promoumbria
- @CastiglioneLake
- @ConsSagrantino
- @umbriatraveler
- @turismo_umbria
- @culturainumbria
- @discoveringumbria
- @umbriankiss
- @loveumbria

8. Ascolto e monitoraggio

Al fine di monitorare le conversazioni in rete relative ad argomenti collegati ai temi del piano editoriale, sarà attivata una matrice di alert su ricerche potenzialmente significative, sui principali social network e sulle SERP di Google.

La lista di keywords monitorate sarà aggiornata man mano che emergeranno nuovi temi e tag rilevanti.

Contenuto	Fonte	Keyword geografica	Keyword [+varianti plurali]
notizie foto video conversazioni	Google News Google Immagini Twitter Flickr Youtube Vimeo Instagram	Umbria [comuni] [parchi] [comprensori] [laghi] [fiumi maggiori] [monti]	evento turismo museo parco mostra musica archeologico concerto artista vino olio tartufo cioccolata zafferano lenticchia arte itinerario chiesa monumento tipico weekend cultura enogastronomico benessere escursione trekking bici ...

Città in Internet

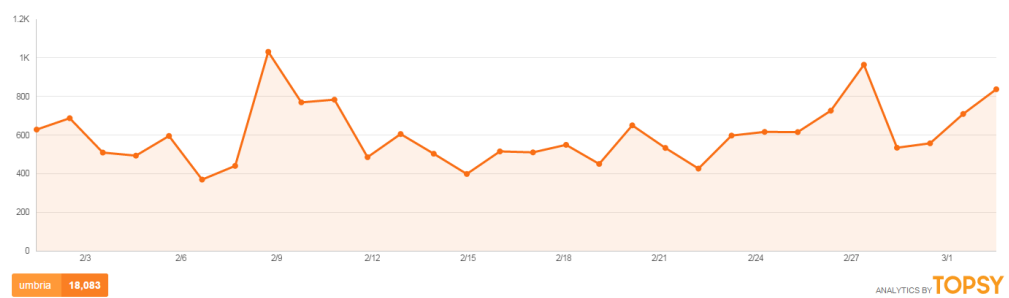
Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

L'attività di content curation e di ascolto della rete sarà rilevante per la ricerca di contributi da parte degli utenti, da coinvolgere nelle menzioni o nella produzione di contenuti a valore aggiunto.

Ogni giorno le conversazioni riguardanti le keywords principale sono sull'ordine delle migliaia, e parte sostanziale del piano operativo riguarderà dunque la selezione di fonti rilevanti da cui attingere per avere contenuti dalla rete.

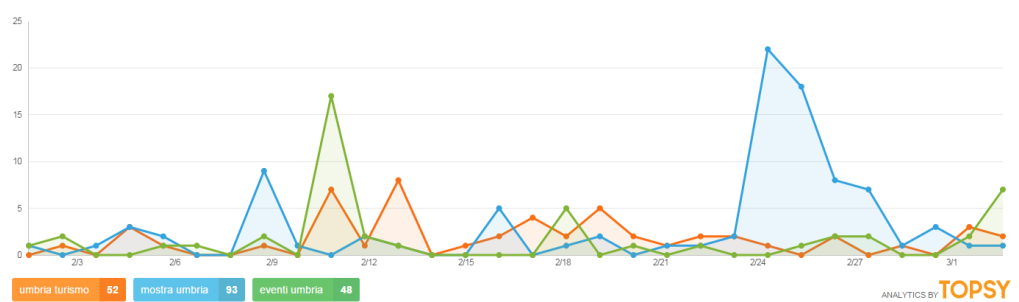
Tweets per day: umbria

February 2nd — March 4th



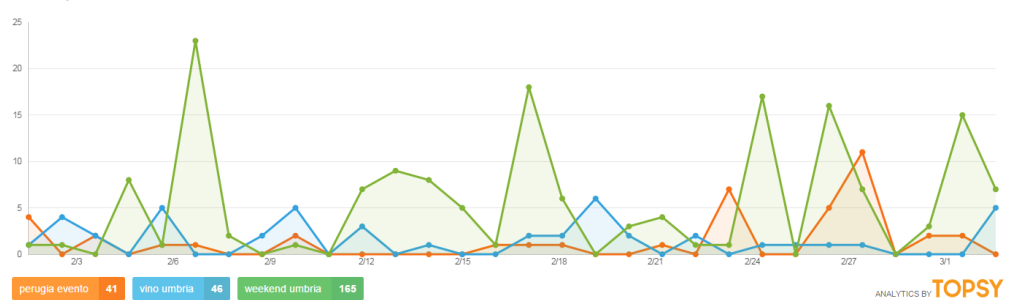
Tweets per day: umbria turismo, mostra umbria, and eventi umbria

February 2nd — March 4th



Tweets per day: perugia evento, vino umbria, and weekend umbria

February 2nd — March 4th



9. Report

La valutazione dell'andamento dell'efficacia delle attività editoriali e la valutazione di eventuali azioni correttive sarà effettuata sulla base di report mensili indicanti le principali metriche di riferimento per i canali sociali attivati:

- Fanbase
 - o dati assoluti
 - o scostamento rispetto agli obiettivi intermedi
- Interazioni
- Engagement
- Influencers
- Top users
- Impatto
- Portata
- Dettaglio contenuti
- Analisi demografica
- Andamento rispetto alle altre Regioni italiane

10. Calendario

Di seguito il programma proposto delle pubblicazioni minime garantite per il periodo 9-29 /03 2015.

1° settimana

Giorno	Pubblicazioni
9 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Duomo di Orvieto - Rassegna web - Il punto di interesse: il Parco di Colfiorito
10 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Campello sul Clitunno - Rassegna web - Umbria è: L'Umbria è il cuore verde d'Italia, ma ci sono mille angoli del cuore in Umbria, in grado di sedurre e affascinare. Noi abbiamo scelto la Cascata delle marmore. E il tuo qual è? - #Borghiumbri: Bettona vs. Trevi
11 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Lago Trasimeno

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
 06129 Perugia
 T +39 075 5755590
 F +39 075 5755591
 info@cittaininternet.it
 www.cittaininternet.it

	<ul style="list-style-type: none"> - Rassegna web - Fotoquiz: Castello di Pieve del Vescovo (Corciano) - L'evento della settimana: La Cerimonia del Bussolo [Gualdo Tadino]
12 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Burri centenario dalla nascita - Rassegna web - Cartoline dall'Umbria: "Ma tu chi sei che avanzando nel buio della notte inciampi nei miei più segreti pensieri?" - Grotte Monte Cucco - UmbriaSoul: Chiara Civello "Io che amo solo te" / Umbria jazz winter22
13 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Castel Ritaldi città delle fiabe - Eventi: Todi in fiera [Todi] - Rassegna web - Il meteo del weekend - Umbria da scoprire: Bevagna
14 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Palazzo dei Consoli (Gubbio) - Rassegna web - Scopri il dettaglio: "Sacco e rosso", Burri
15 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Cascia - Rassegna web - La proposta della settimana: Trekking sulla Via di Francesco - Valfabbrica - Assisi - Il pranzo della domenica: Strangozzi al tartufo

2° settimana

Giorno	Pubblicazioni
16 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Sellano - Rassegna web - Il punto di interesse: La Torre degli Sciri (Perugia) - L'evento della settimana: Visita guidata in notturna Cascata delle Marmore
17 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Rocca Albornoziana (Spoleto) - Rassegna web - #Borghiumbri - Lo sapevi? A Castel Rigone di Passignano sul Trasimeno, si svolge la Giostra di Arrigo, l'unica in Italia in costume gotico.
18 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Massa Martana - Rassegna web - Fotoquiz: Narni sotterranea - L'evento della settimana: Bagliori d'autore [Perugia]
19 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Festa di san Giuseppe in Umbria

	<ul style="list-style-type: none"> - Rassegna web - Cartoline dall'Umbria: "I colori, come i lineamenti, seguono i cambiamenti delle emozioni." Picasso / Castelluccio - UmbriaSoul: Tinariwen @ Trasimeno Blues 2014
20 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Primavera in Umbria [Giornata FAI] Eventi: Celebrazioni benedettine [Norcia] - Rassegna web Il meteo del weekend
21 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Arco Etrusco (Perugia) - Rassegna web - Scopri il dettaglio: Palazzo Trinci (Foligno) L'evento della settimana: Settimana della danza [Spoleto]
22 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Eremo delle carceri (Assisi) - Rassegna web La proposta della settimana: Itinerario della Santità femminile - Il pranzo della domenica: Umbricelli al pecorino

3° settimana

Giorno	Publicazioni
23 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Sant'Anatolia di Narco - Rassegna web - Il punto di interesse: Il Parco del Nera - Umbria da scoprire: Alviano
24 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Palazzo dei Priori (Perugia) - Rassegna web - #Borghiumbri - L'Umbria di Mc Curry
25 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Pale di Foligno - Rassegna web - Le 5 cose: 5 cose da fare a Terni - L'evento della settimana: Giuliano Giuman. Last time [Perugia]
26 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Cascia - Rassegna web - Cartoline dall'Umbria: "L'aria fresca della sera è il respiro del vento che si addormenta placido tra le braccia della notte." Umberto Eco / Monte Subasio tramonto - UmbriaSoul: Concerto romano - Sagra musicale Umbra 2012
27 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Piediluco - Eventi: Mostra La grande guerra [Perugia] - Rassegna web - Il meteo del weekend
28 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Castiglione del Lago

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c

06129 Perugia

T +39 075 5755590

F +39 075 5755591

info@cittaininternet.it

www.cittaininternet.it

	<ul style="list-style-type: none"> - Rassegna web - Umbria per tutti: @bambini Mostra Dinosauri (Gubbio) - #lamiaUmbria
29 /03	<ul style="list-style-type: none"> - Buongiorno Umbria: Ferentillo - Rassegna web - La proposta della settimana: In moto da Marsciano a San Venanzo e Orvieto - Il pranzo della domenica: Spaghetti agli asparagi selvatici

11. Social media policy

CONTENUTI E FINALITA'

I canali social media della Regione Umbria Turismo sono costantemente aggiornati con la pubblicazione dei seguenti contenuti: proposte di visita, eventi, immagini e video, contest, notizie. I canali social di Regione Umbria Turismo pubblicano contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali di proprietà dell'Ente e/o sotto licenza Creative Commons CC BYND 3.0 possono quindi essere riprodotti liberamente e devono sempre essere attribuiti all'autore.

Moderazione

I canali social media vengono moderati dal lunedì al venerdì, dalle 9.00 alle 18.00, con un presidio negli orari serali e nei giorni festivi in occasione di iniziative ed eventi di particolare rilievo.

Tutti hanno il diritto di intervenire ed esprimere la propria libera opinione con correttezza e misura. Nei canali social della Regione Umbria Turismo non è prevista alcuna moderazione preventiva. Ognuno è responsabile dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime.

Regione Umbria Turismo invita comunque a una conversazione educata, pertinente e rispettosa e non risponde ai commenti fuori luogo o che riguardano dichiarazioni di soggetti pubblici o loro scelte.

Si riserva di rimuovere commenti ritenuti illeciti, diffamatori e/o calunniosi, volgari, lesivi della privacy altrui che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza.

Veranno inoltre eliminati:

- informazioni che possono tendere a compromettere la sicurezza o la sicurezza dei sistemi pubblici
- contenuti che violino l'interesse di una proprietà legale o di terzi
- commenti o post che presentino dati sensibili in violazione della Legge sulla privacy
- contenuti di natura pubblicitaria e più in generale che utilizzino i messaggi a scopo commerciale (promozione, sponsorizzazione e vendita di prodotti);

Vengono scoraggiati e comunque soggetti a moderazione commenti e contenuti dei seguenti generi:

- commenti non pertinenti rispetto all'argomento pubblicato (off topic);
- commenti e i post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social;
- spam.

Regione Umbria Turismo si riserva il diritto di rimuovere qualsiasi contenuto che venga ritenuto in violazione di questa social media policy o di qualsiasi legge applicabile.

Per chi dovesse violare queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati la Regione Umbria si riserva il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it

CONTATTI

Per tutte le informazioni, domande, segnalazioni che non rientrano nella policy o che non hanno ricevuto risposta vi invitiamo a contattarci attraverso i nostri altri canali istituzionali che sono consultabili sul sito www.umbriatourism.it

PRIVACY

Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti risponderà alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram).

I dati sensibili postati in commenti o post pubblici all'interno dei canali sui social media verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle leggi italiane sulla privacy.

12. Social team

Il gruppo di lavoro assegnato al progetto di gestione dei canali sociali della regione Umbria Turismo è così composto:

- Massimo Santamicone, Responsabile area Social media
- Claudia Capriotti - Redattore
- Valentina Vergari - Redattore
- Rita manni - Redattore
- Michele Spigarelli - Esperto webmarketing
- Michele Scapicchi - Grafico

Il team è contattabile dalle 9 alle 19, dal lunedì al venerdì, attraverso i seguenti canali:

- eMail: socialmedia@cittaininternet.it
- tel: 075 5755590

13. Processo autorizzativo

Il processo autorizzativo di pubblicazione dei contenuti prevede diverse fasi. In linea generale, per rendere fluido il processo di pubblicazione e gestione, si prevedono fasi auto-

rizzative esplicite solo per ciò che concerne i piani annuali e mensili, mentre per le pubblicazioni ulteriori relative ai contenuti real-time, per le interazioni con gli utenti e per ogni altro contenuto dovesse ritenersi utile, si rimanda a una moderazione successiva alla pubblicazione, con eventuale rimozione nel minor tempo possibile.

	Validazione	Revisioni
Definizione piano editoriale annuale	Preventiva	Preventive
Definizione calendario mensile	Preventiva	Preventive
Redazione post in calendario	Automatica	Post-pubblicazione
Post ulteriori non in calendario	Automatica	Post-pubblicazione
Interazioni con gli utenti	Automatica	Post-pubblicazione

Città in Internet

Via Monteneri s.n.c
06129 Perugia
T +39 075 5755590
F +39 075 5755591
info@cittaininternet.it
www.cittaininternet.it