



La campagna di comunicazione del Censimento permanente della popolazione e delle abitazioni 2021

Il Censimento permanente della popolazione e delle abitazioni 2021 verrà accompagnato da una campagna di comunicazione integrata, cross mediale e ad alto tasso di coinvolgimento già a partire dal primo ottobre fino a dicembre, quando si chiuderanno le attività di rilevazione da parte dell'Istituto.

Un percorso avviato nel 2018 con una nuova narrazione dei Censimenti permanenti, occasione unica per leggere, comprendere i cambiamenti e costruire il futuro del Paese.

Oggi la sfida è ancora aperta e la nuova campagna si articola proprio sul coinvolgimento proattivo dei cittadini attraverso una serie di strumenti. La campagna vuole essere informativa nella sua veste istituzionale, ma soprattutto fondata sulla collaborazione da parte di tutti alla costruzione del racconto del Paese.

“L'Italia giorno dopo giorno” rappresenta quindi il leitmotiv anche per il 2021, un racconto corale del Paese grazie ai suoi “campioni”. La comunicazione fa leva sull'importanza della rappresentatività come elemento caratterizzante del Censimento stesso. Ognuno di noi è chiamato a raccontarsi: l'Italia ha bisogno di campioni.

La campagna ha come obiettivo quello di informare sulle principali novità del 2021, anno di ripresa delle attività dopo lo stop causato dall'emergenza pandemica, di sviluppare iniziative speciali che possano coinvolgere il grande pubblico, implementare la strategia avviata nei confronti del territorio e di target specifici come le comunità straniere e di valorizzare i risultati censuari.

La costruzione di un patrimonio conoscitivo partecipato e condiviso per i cittadini e con i cittadini è ciò che l'Istituto mira a raggiungere coinvolgendo i **2.472.400 di famiglie** per **4.531 comuni** sull'intero territorio nazionale, i “campioni” del 2021.

I principali strumenti e azioni della campagna del Censimento permanente della popolazione:

Una campagna sui media capillare e diffusa che dal primo ottobre viaggia su tutti i canali: carta stampata, radio, web, digital e social, tv a livello nazionale e locale, radio a livello nazionale e locale e il circuito delle medie stazioni italiane principali snodi della mobilità nazionale.

Un programma TV di 8 puntate prodotto da RAI e Istat: la prima sperimentazione di un programma televisivo sulle reti generaliste prodotto dalla pubblica amministrazione.

A partire dal mese di novembre su RAI 2 il pubblico sarà accompagnato in un viaggio alla conoscenza e scoperta del dato statistico: una nuova grammatica per il racconto del reale.

Contest “L'Italia che racconta l'Italia”: un'iniziativa speciale con il coinvolgimento diretto degli utenti per la costruzione di una narrazione del Paese con l'ausilio di immagini fotografiche. Gli utenti saranno impegnati a trasformare un'informazione statistica in uno scatto fotografico per loro rappresentativo. I risultati saranno raccolti in una mostra virtuale presentata durante la 14° Conferenza Nazionale di Statistica (30 novembre-1 dicembre 2021).

Censimento sui banchi di scuola: la terza edizione partita il 29 settembre 2021. Un percorso nel mondo di POP ormai noto al mondo della scuola, anche grazie alla collaborazione del Ministero dell'Istruzione, che ha visto crescere la partecipazione dei più piccoli fino a 3000 bambini nell'edizione 2020, in un momento particolarmente delicato per l'emergenza sanitaria.

Sito e social, gli incubatori di informazione: www.censimentigiornodopogiorno.it, il sito progettato per seguire il racconto dei censimenti permanenti. Non uno spazio istituzionale ma un vero e proprio hub digitale che raccoglie curiosità, contributi video, e le azioni di comunicazione messe in campo per promuovere e informare sui censimenti.

Come il sito, i canali social, veicoli ormai indispensabili per amplificare la comunicazione e coinvolgere anche le nuove generazioni attraverso l'ausilio di contest e specifiche iniziative.