

# ISTAT BEAUTIFUL NUMBERS

UNA MONO**INFO**GRAFIA LIQUIDA BORN-DIGITAL



**Per informazioni e chiarimenti tecnico-scientifici**

Daria Squillante, PhD - Prima Ricercatrice ISTAT  
Responsabile Comunicazione a contenuto statistico

[squillante@istat.it](mailto:squillante@istat.it)



C'era una (s)volta *Istat Beautiful Numbers*,  
**una monoINFOgrafia *born-digital* "vivente"**,  
perché in continua espansione quali-quantitativa,  
**una monoINFOgrafia *born-digital* "liquida"**,  
perché alternativa alla propedeuticità  
di una fruizione lineare e continua,  
più propria delle tradizionali pubblicazioni stampate,  
per cor-rispondere a personalizzati  
bisogni, interessi e curiosità  
di consultazione e navigazione.

L'intero patrimonio  
della comunicazione video-infografica statistica ISTAT  
è ora un "tascabile digitale"  
grazie a *link* diretti a pagine virtuali  
sistematizzate in intuitive macroaree e sottoaree tematiche.

Non ci resta che augurarVi appassionanti immersioni visive,  
dove il mare della conoscenza statistica  
è per tutte/i esperienza in |formativa estetica,  
e darVi appuntamento a settembre 2024  
per il prossimo aggiornamento  
della MonoINFOgrafia *Istat Beautiful Numbers*

1ª release 15 Aprile 2024

2ª release 15 Settembre 2024

3ª release 15 Gennaio 2025



## INDICE LIQUIDO

### BEAUTIFUL NUMBERS:

L'ESTETICA TECNICO-SCIENTIFICA DELLA COMUNICAZIONE STATISTICA ----- Pagina 9

VIDEO E INFOGRAFICHE A CONTENUTO STATISTICO ----- Pagina 28

Indice macroarea tematica "Popolazione e famiglie" ----- pagina 30

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 68-97*

Indice macroarea tematica "Società e Istituzioni" ----- pagina 35

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 88-143*

Indice macroarea tematica "Istruzione e Lavoro" ----- pagina 42

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 144-151*

Indice macroarea tematica "Economia" ----- pagina 44

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 152-168*

Indice macroarea tematica "Ambiente e Territorio" ----- pagina 47

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 169-184*

Indice macroarea tematica "Censimenti" ----- pagina 49

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 185-253*

Indice macroarea tematica "Prodotti *Flagship* e altri Volumi" ----- pagina 61

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 254-357*

Indice macroarea tematica "Didattica e divulgazione  
della cultura statistica" ----- pagina 65

*video e infografiche* ----- *pagine virtuali 358-379*





## BEAUTIFUL NUMBERS: L'ESTETICA TECNICO-SCIENTIFICA DELLA COMUNICAZIONE STATISTICA

L'Istituto Nazionale di Statistica ha una consolidata tradizione di comunicazione e diffusione scientifica della sua produzione multifonte e multidimensionale.

Una comunicazione/diffusione navigata negli anni con *format tradizionali* (Comunicati stampa, Tavole di Dati) e con una flotta di prodotti *flagship* (i.e. Rapporto Annuale, Annuario Statistico Italiano, Italia in Cifre,...), in cui la restituzione dell'informazione statistica è stata imperniata su prodotti testuali, tabellari o di grafica statistica in senso stretto.

Fino agli anni più recenti, la minore centralità anche dell'architettura *visual* nella restituzione statistica è stata perfettamente aderente ad un'"era informativa planetaria" - e degli Istituti Nazionali di Statistica in questa cornice di riferimento - in cui non era ancora pienamente maturata l'interconnessione tra saperi interdisciplinari - si pensi ad esempio alla psicologica della comunicazione e alle neuroscienze - al servizio di una potenziata, esponenziale e capillare "statistica democratica" quale "bene comune".

Conformemente ad un'era informativa ancora "gerarchica" fino al cambio di millennio, infatti, contraddistinta sia dall'unidirezionalità del processo informativo (=mittente-destinatario), sia dalla selettività dei destinatari dell'informazione (=utenti esperti), la comunicazione statistica mondiale si è profilata così per decenni meno per il raggiungimento di *target* anche non esperti e più identificata anche nell'opinione pubblica come servizio rivolto a nicchie di specialisti - i.e. giornalisti di settore, ricercatrici/tori, *stakeholder* pubblici e privati *statistically skilled* - e a usi sovraordinati alla cittadinanza attiva personale - i.e. programmazione pubblica, *agency* socio-economica imprenditoriale e istituzionale,...

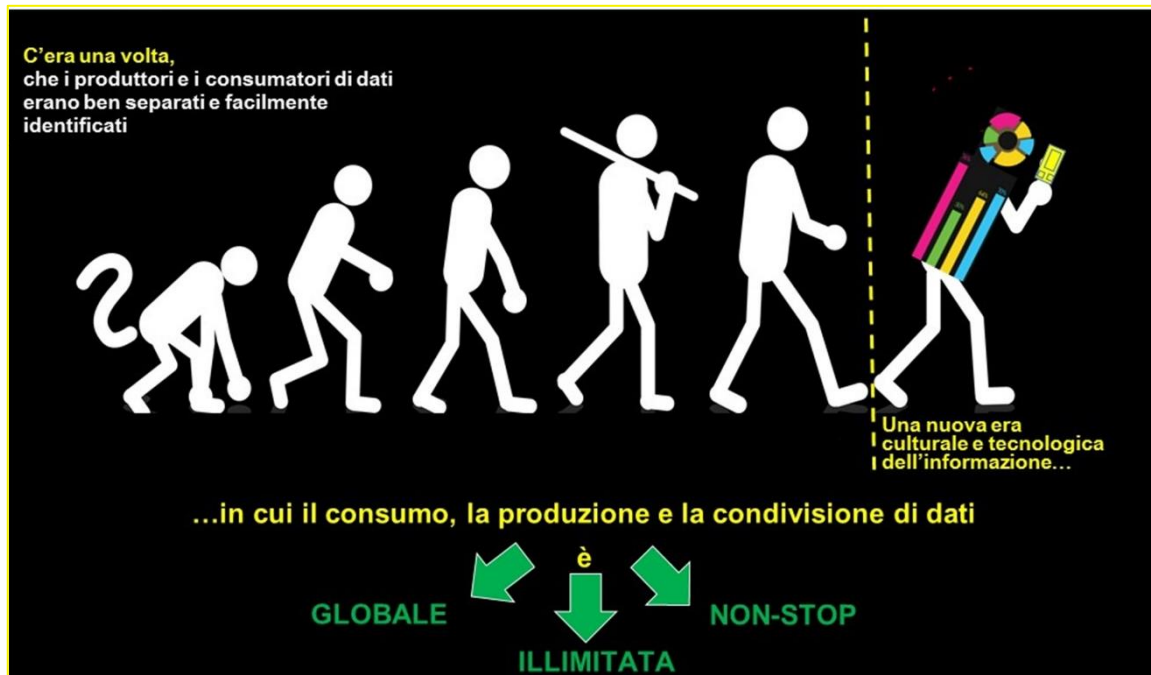
Eppure, in un'evoluzione culturale-tecnologica carsica già sul finire del millennio, favorita ed espressa dalla rivoluzione della Rete e dei *Socia Network*, si stratifica sempre più in profondità e in accelerazione una nuova era informativa che scopre proprio nella

tensione potente, pervasiva e irreversibile della partecipazione e conoscenza universalizzate i suoi ideali e le sue pratiche di discontinuità con il passato.

Se infatti ancora nel 1993 soltanto ambiti scientifici, di ricerca e militari utilizzano Internet, e il “web 1.0” si contraddistingue per un flusso comunicativo “discendente” in cui esigenze e proposte dei destinatari della comunicazione rimangono ancora nella penombra delle strategie di comunicazione istituzionale, con il “web 2.0” (2005) l’era della cultura partecipativa in Rete sorregge il progressivo ripensamento delle strategie di produzione a contenuto statistico degli Istituti Nazionali di Statistica, fino ad una loro autentica reingegnerizzazione e industrializzazione incardinata nell’attuale ed era in divenire del “web 3.0”<sup>1</sup> *visually-oriented*.

Nella nuova “era informativa inclusiva”, in tale prospettiva, la “condivisione”, l’“interazione”, la “circolazione” e la “rielaborazione” dei contenuti assurgono a pratiche fondative-identificative di uno spazio di interscambio che sfuma sempre più la distinzione tra produttori e consumatori di informazione statistica e non (fig.1).

Fig. 1 - Dall’*homo Sapiens Sapiens* all’*homo “prosumer”*”



<sup>1</sup> L’era del web 3.0 è identificata dagli esperti di settore con i due “balzi” concettuali e tecnologici del 2007 e del 2015.

Una sorta di tensione alla fusione delle polarità “mittente-ricevente” rende in tal senso le comunicazioni odierne - anche a carattere statistico, nello specifico della nostra riflessione - sempre più investite della responsabilità di co-creazione del messaggio, più che di trasmissione unilaterale dell’informazione.

Una co-creazione - seppur ovviamente con ruoli del tutto diversi - sia per l’inclusione delle attese dei *target* nel processo primario di progettazione-produzione dell’informazione (=inclusione del polo-*input* del ricevente nella costruzione-*output* del mittente), sia per l’amplificazione del processo di “riuso rielaborativo” dell’informazione originale da parte dei *target* stessi (=inclusione del polo del mittente-*output* nella costruzione del ricevente-nuovo *input*) su tutte le piattaforme di condivisione ed interscambio costantemente in via di rinnovamento, ampliamento e fruizione in tutte le stratificazioni di popolazione socio-economiche, culturali e geografiche.

Con incrementale consapevolezza e coerenza, e in una sorta di ribaltamento della “percezione gerarchica” nella catena informativa tra “produttore” e “consumatore”, come altri Istituti Nazionali di Statistica l’Istat si pone oggi in una condizione di “ascolto” della Rete e di continua interrelazione con tutti gli attuali e potenziali “pubblici”, valorizzando in modo sempre più convinto il protagonismo del *prosumer*, per la tenuta performativa stessa della sua comunicazione ad ampio spettro in una contemporaneità che travolge per offerta di contenuti (fig. 2).

Fig. 2 - Sovraofferta informativa ed economia dell’attenzione



Se l’attenzione Istat per il neo-protagonismo dei *target* è praticata da anni come responsabilità massima ai *feedback* diretti e indiretti dell’utenza nella costruzione dinamica del *portfolio* della sua comunicazione, oggi è sempre più dedicata anche alla comprensione sempre più solida

della matrice motivazionale multifattoriale consapevole e inconsapevole sottesa alle preferenze, al gradimento e alle reazioni nella fruizione delle diverse tipologie di prodotti di comunicazione statistica.

Con tale tensione conoscitiva larga, l'interdisciplinarietà sottende sia le strategie qualitative di progettazione e implementazione di contenuti di comunicazione statistica, sia le strategie di *engagement* targetizzato di pubblici fidelizzati e no, sia, ancora, le strategie cross-mediali della loro veicolazione.

In tale prospettiva, per cavalcare in modo sapiente l'onda futuristica dell'era 3.0, come altre realtà della statistica ufficiale mondiale l'Istat, ha deciso di "tornare indietro nel tempo" di 35mila anni - è a quel periodo che risalgono infatti i più antichi "ritrovamenti visual" della specie *sapiens*, affidati all'immortalità del segno grafico umano nelle caverne.

A partire dalle incisioni sulla pietra e senza soluzione di continuità fino ai nostri giorni, nonostante il susseguirsi vertiginoso di sempre nuovi bisogni e desideri, l'essere umano è in effetti rimasto tetragonale nel suo bisogno e ingegno di rinnovare forme e contenuti per "visualizzare la vita", abitando in modo dinamico, ancorché costante, l'intersezione tra immagine, parola, numero e arte (fig. 3).

Fig. 3 - La storia dell'umanità è un'epopea di Giochi info-grafici



Se dunque in origine il numero dei bisonti abbattuti è raffigurato con un primitivo pezzo di pietra, e solo nel 1800 la *data visualization* trova la sua ufficializzazione come strumento di strategia bellica, il balzo di *software* per le visualizzazioni la consegna definitivamente negli anni '80 alla popolarità planetaria, fino all'odierna "era" del *visual digitale*.

L'Istat investe così in modo sempre più sistematico, ancorché poliedrico e sperimentale nella progettazione di prodotti di comunicazione come "restituzione distillata al contagocce" del patrimonio informativo istituzionale, incrementando negli ultimissimi anni in modo esponenziale la sua produzione in particolare di infografiche, card e video a contenuto statistico fino alle più recenti esplorazioni dell'Intelligenza Artificiale come "partner esecutivo" al servizio della sempre umanissima scientificità e creatività (fig. 4).

Fig. 4 - Infografiche Istat al servizio di visibilità, ingaggio e rigore informativo



In questa transizione e poi consolidamento alla comunicazione statistica *visual*, con la sistematizzazione dello *storytelling* video-infografico Istat a contenuto statistico del suo massimo e più recente periodo di fioritura (2017-oggi), la MonoINFOgrafia liquida *Istat Beautiful Numbers* si propone come strumento "vivente"<sup>2</sup> per la condivisione di prodotti

<sup>2</sup> Nuovi contenuti in-formativi sono già in corso di preparazione per l'ampliamento di settembre 2024.

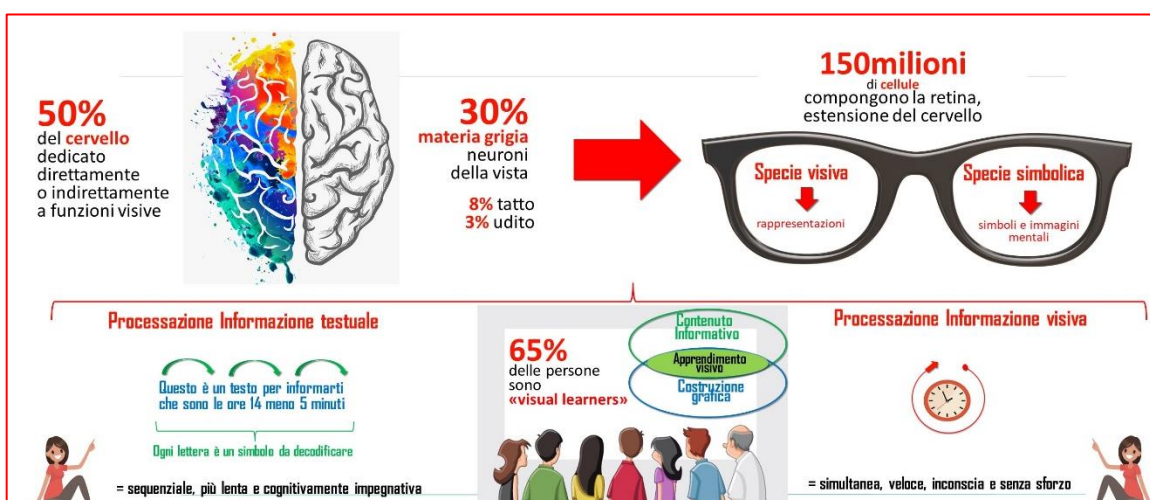
di comunicazione statistica ad una platea potenzialmente sconfinata perché “asseconda” l’essere *visually wired* della specie umana.

Il *surfare* performativo Istat nell’era 3.0, infatti, si incardina anche nella più rigorosa e stimolante ricerca applicativa delle profonde interconnessioni tra neuropsicologia cognitiva, psicologia della comunicazione e *information visualization & design*, fondamentali per costruire prodotti di comunicazione statistica che nel più alto rigore scientifico sappiano anche facilitare recezione, comprensione e assimilazione dell’informazione veicolata.

La predisposizione del cervello umano per l’elaborazione visiva ha radici evolutive e adattative profonde e si manifesta costantemente e in-consapevolmente nei nostri processi cognitivi quotidiani.

L’evoluzione non a caso ha determinato che il 70,0% dei recettori sensoriali siano situati negli occhi sul totale dei recettori per l’esterocezione, che il 50,0% del cervello umano sia costantemente impegnato nella processazione visiva e che il suo tempo per cogliere il significato di una scena sia di 0,01 secondi quando catturata a livello visivo, di 150 millisecondi per la processazione di un simbolo visivo e di 100 millisecondi per l’attribuzione di significato ad un simbolo visivo (fig. 5).

Fig. 5 - Cervello come *hardwiring* eccezionale



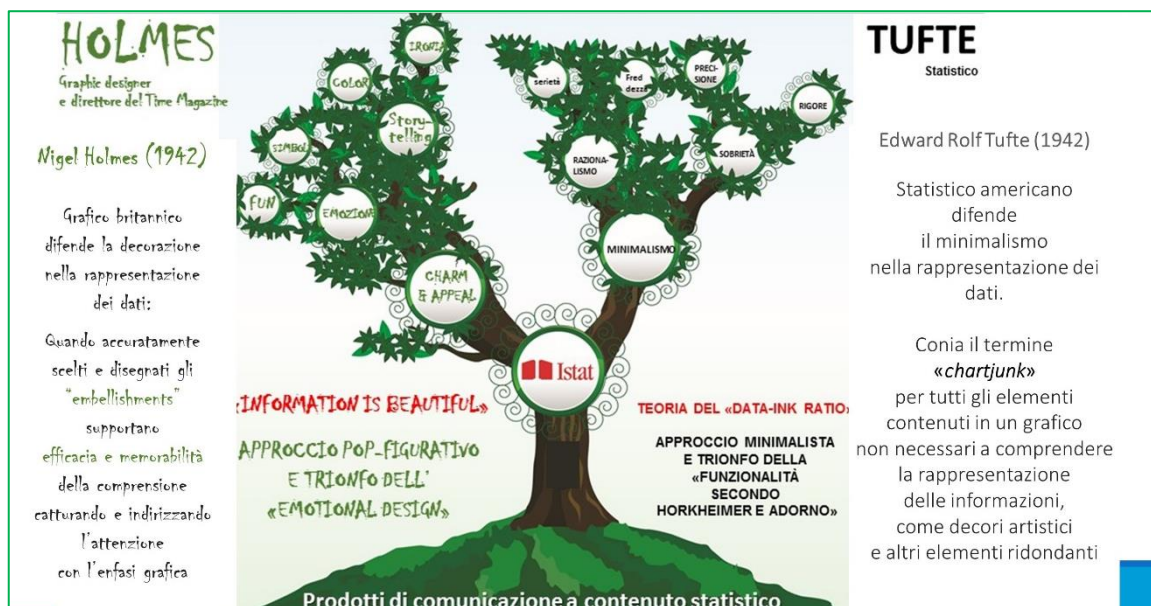


Queste caratteristiche rispetto alla progettazione e fruizione di prodotti di comunicazione a contenuto statistico contribuiscono a spiegare perché sia dell'80,0% l'incremento di attenzione all'informazione e la facilitazione della sua comprensione se connotata a livello cromatico (=il colore è un attivatore emotivo); perché l'80,0% dell'informazione venga ricordata se acquisita anche a livello visivo e che la sua comprensione possa raggiungere il 95,0% se "confezionata" come combinazione di testi e grafica.

Nondimeno, se il cervello umano è predisposto all'acquisizione informativa per via visiva, questa forma privilegiata di apprendimento è vincente soltanto quando l'input informativo sia confezionato in modo da non suscitare *cognitive overload*: un sovraccarico richiesto alla memoria di lavoro per la processazione di un'informazione sì visiva, ma disorganizzata e per questo disorganizzante.

Nella progettazione di card, infografiche e video a contenuto statistico l'Istat dedica in tal senso massima attenzione a compenetrare tanto l'esigenza di una comunicazione *visual*, quanto di un *visual* scientificamente finalizzato non soltanto alla selezione accurata di indicatori più utili ad una fotografia d'insieme di fenomeni socio-economici e ambientali complessi, ma anche di un *visual* mirato alla comprensione e memorizzazione dell'informazione statistica in modo accurato e duraturo (fig. 6).

Fig. 6 - Il delicato equilibrio *visual* tra bellezza e rigore



Con tale *caveat*, tutti i prodotti di comunicazione a contenuto statistico contenuti nella MonoINFOgrafia liquida *Istat Beautiful Numbers* sono progettati per prevenire il “sovraccarico cognitivo” sia da esposizione eccessiva agli *input* - si pensi in tal senso al cosiddetto “diluvio dei dati” che caratterizza una contemporaneità inesorabilmente lasca rispetto alle fonti d’informazione e al quantitativo di informazioni - sia da esposizione ad *input* che, seppure *visual*, e quindi potenzialmente più facilmente “assimilabili”, siano di scarsa qualità nel soddisfare le tre “aspettative cognitive” legate alla piena performatività del nostro “cablaggio cerebrale”:

- l’aspettativa di una alta processazione essenziale;
- l’aspettativa di una bassa processazione incidentale;
- l’aspettativa di una bassa processazione rappresentazionale.

Ciascun video e ciascuna infografica della monoINFOgrafia liquida *Ista Beautiful Numbers* aspira in tal senso all’ottimizzazione della processazione essenziale e alla minimizzazione della processazione incidentale e rappresentazionale, per una complessiva processazione cognitiva ottimizzata (tab. 1).

**Tab. 1 – MonoINFOgrafia al servizio della performatività processazionale cognitiva**

| TIPOLOGIA<br>DI PROCESSAZIONE  | PERFORMATIVITÀ<br>DELLA MONO(INFO)GRAFIA<br>ISTAT BEAUTIFUL NUMBERS   |
|--|---|
| <p><b>PROCESSAZIONE ESSENZIALE</b></p> <p>Processazione cognitiva necessaria per l’attribuzione di senso ad <i>input</i> complessi e meno complessi: testi, immagini; combinazioni di testi e immagini.</p> <p>Le neuroscienze insegnano come la performatività della <i>processazione essenziale visual</i> si fondi sulla possibilità di</p> | <p>Card, Infografiche e Video a contenuto statistico selezionate per la MonoINFOgrafia <i>Istat Beautiful Numbers</i> compenetrano per le finalità di processazione essenziale accuratezza e coerenza tecnico-scientifica e grafica, per “rispondere”</p> |



|  |  |
|--|--|
| <p>accedere ad immagini e parole selezionate in modo qualitativamente rigoroso per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ capacità di sintesi;</li> <li>▪ struttura organizzativa dei contenuti coerente e logica;</li> <li>▪ capacità di integrazione tra strutture organizzative di parole e immagini.</li> </ul> | <p>alla “domanda cognitiva” trasversale ai diversi pubblici di accedere a contenuti statistici a cui poter attribuire in modo semplice, corretto e rapido significati facili da immagazzinare e riusare.</p>   |
| <p><b>PROCESSAZIONE INCIDENTALE</b></p> <p><i>Overload</i> di processazione cognitiva richiesta dalla “faticosità” con cui l’informazione è veicolata. Porta alla cattiva comprensione dell’input e/o al suo scarto in fase di “consumo” e/o in fase di memorizzazione e apprendimento.</p>                                | <p>Car, Infografiche e Video a contenuto statistico inclusi nella MonoINFOgrafia sono tutti progettati e per questo selezionati secondo criteri e tecniche di minimizzazione del sovraccarico cognitivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coerenza di contenuto</li> <li>- segmentazione tematica del contenuto grafico-testuale</li> <li>- sequenziazione del contenuto per orientare l’accesso all’informazione</li> <li>- eliminazione di ridondanza informativa.</li> </ul> <p>Grazie a questo impianto grafico-testuale l’<i>overload</i> da “sforzo di significazione” è notevolmente contenuto.</p> |
| <p><b>PROCESSAZIONE RAPPRESENTAZIONALE</b></p> <p>Processazione cognitiva necessaria per trattenere un input (informazione, immagine,..) nella memoria di lavoro,</p>  | <p>Per l’intrinseca velocità di accesso a tutta l’informazione utile alla comprensione compiuta del significato,</p>   |

|  |   |
|--|---|
| <p>fino all'accesso completo a tutta l'informazione utile</p> <p>alla comprensione compiuta del significato.</p> <p>Il sovraccarico di <i>processazione rappresentazionale</i> (=sovraimpegno della memoria di lavoro) può condurre a <i>bias</i> di comprensione e/o <i>deficit</i> di attenzione, memorizzazione, apprendimento, quando i contenuti richiedono molto tempo di accesso perché si possa astrarre un significato non parziale del contenuto (ad es. lettura di più pagine di un testo).</p> | <p>Card, Infografiche e Video selezionate nella MonoINFOgrafia abbattano il tempo di processazione rappresentazionale, consentendo anche alle persone meno "allenate" a "maratone cognitive" di comprendere pienamente e in poco tempo i messaggi informativi-chiave veicolati da ciascun prodotto di comunicazione a contenuto statistico.</p> |
|--|---|

Oltre a cor-rispondere ad un "assetto wired" di tipo strutturale, un ruolo cruciale nella progettazione di un prodotto di comunicazione a contenuto statistico è poi rivestita dal confezionamento di *layout* tecnico-scientifici che facilitino quel sincronismo e quella compenetrazione biemisferica nella costruzione ed elaborazione dei significati, da cui discende l'ottimizzazione integrativa esperienziale nel funzionamento cerebrale.

Di fronte ad una Card, un'infografica o un video a contenuto statistico, in tal senso, se l'emisfero sinistro si impegnerà nella elaborazione esperienziale-concettuale linguistica, matematica e d'astrazione del prodotto, l'emisfero destro ne sperimenterà gli elementi di spazialità ed emozionalità anche artistica (fig. 7).

Fig. 7 – Specializzazione e penetrazione emisferica nell’esperienza e significazione umana



Ecco allora come il brocardo hitchcockiano “*Show, don’t tell!*” sembri suggerire e in effetti suggerisce di trasporre l’eco ispiratrice dalle stanze di sceneggiatori, dialoghisti e registi alle stanze di *copywriter* nella comunicazione a contenuto statistico, perché, proprio come in una produzione cinematografica, quello che sa essere sapientemente “mostrato” contribuisca in sottotesto ad una conoscenza amplificata, profonda e solida più e meglio di quanto verbalizzato.

“Grazie a questo metodo di mostrare al pubblico elementi del contesto e del retroscena del film, anziché semplicemente informare il pubblico” - sottolinea in tal senso Blake Howard - “il regista crea una relazione empatica tra lo spettatore e i protagonisti”.

Nella progettazione di comunicazione a contenuto statistico, l’obiettivo di riprodurre questa “relazione empatica” tra “spettatore” - chi fruisce di Card, infografiche e video - e “protagonisti” - i fenomeni socio-economici ed ambientali complessi graficizzati - è finalizzato non solo a favorire una gradevole e riuscita esperienza di trasferimento informativo, ma anche di sostenere una inclusiva esperienza di cittadinanza attiva, togliendo alla statistica “i suoi momenti noiosi” - in una parafrasi della celebre frase ancora del maestro Alfred - “*What is drama but life with the dull bits cut out*” (fig. 8).

Fig. 8 - "Show don't tell" statistico



Come traslare allora le fasi di sviluppo di una produzione cinematografica nelle fasi di sviluppo di prodotti di comunicazione statistica? (figg. 9 e 10).

Fig. 9 - Dall'ispirazione alla costruzione dei "protagonisti statistici"

| UN FILM               |   |   |
|-----------------------|---|---|
|                       | AL CINEMA   | ALL'ISTAT   |
| ISPIRAZIONE           | sceneggiatore, regista, produttore  | responsabile comunicazione statistica, media relations, social, produzione, direttore |
| PITCH SESSION         | idea di controllo (=di cosa parla il mio film in una riga)                        | argomento (=di cosa parla il mio prodotto in una riga)                                |
| VALUTAZIONE           | vision e strategia della major, opportunità, programmazione, target, tempi, costi | vision e strategia d'Istituto, opportunità, programmazione, target, tempi, costi      |
| TIPOLOGIA DI PRODOTTO | corto, mediometraggio, lungometraggio   | card, infografica, video  |
| GENERE                | timbro narrativo (=dramma, commedia, fantasy)                                     | timbro stilistico (=metodologico, divulgativo)  |
| PROTAGONISTI          | eroi della narrazione   | fenomeni rappresentati  |

L'inclinazione a cogliere ovunque e da chiunque "ispirazioni" è un aspetto saliente tanto in una Casa di Produzione Cinematografica - dove "l'idea" per una produzione potrebbe arrivare da uno sceneggiatore, come da un direttore della fotografia, dal regista o da un *outsider* - quanto nella "Casa di Produzione di comunicazione statistica" Istat - dove lo spunto può giungere sia da professionisti interni sia da realtà esterne pubbliche e private (istituzioni, scuole, imprese, associazioni, cittadini,...) (*Step* di "Ispirazione").

L'ispirazione di un prodotto di comunicazione statistica è sempre seguita da una "concretizzazione ideativa": così come prima della stesura della sceneggiatura di un film è essenziale che la Produzione abbia una chiara comprensione della cosiddetta "idea di controllo" (= il concetto nucleare del film) poi irradiata nello sviluppo di un centinaio di pagine, prima di lavorare su un prodotto di comunicazione statistica è essenziale avere una solida presa sull'idea di controllo (= il messaggio-chiave statistico) che sorreggerà la distillazione di fenomeni complessi in modo sintetico, rigoroso, avvincente e targetizzato.

Che si tratti di un film o di un prodotto di comunicazione statistica, quando l'idea e lo scopo sono chiari e centrati è nondimeno essenziale valutarne la collocazione all'interno della *vision* del contesto aziendale/istituzionale, della sua strategia programmatica e di investimento di risorse limitate e preziose sia economiche che di tempo (*Step* di "Valutazione").

Se la valutazione di fattibilità è positiva, il successivo passo cruciale è scegliere il formato più adatto per trasmettere il messaggio-chiave identificato su cui stiamo per dedicare tempo, risorse, passione, immaginazione.

Come in una *Major* cinematografica i professionisti discuterebbero su uno sviluppo narrativo breve o lungo (cortometraggio, lungometraggio, ...), l'Istat deciderà se investire ad esempio nel confezionamento di una Card, di un'infografica o di un video (*Step* della "Tipologia di prodotto").

Ogni formato può poi "ospitare" diverse atmosfere e timbri narrativi. Così come in un film la stessa idea di controllo può essere espressa con una commedia, un dramma o un film di fantascienza, il timbro stilistico di un *key message* statistico può

spaziare dal divulgativo al metodologico, dal didattico all'istituzionale, in relazione e in ossequio a specificità variegata di pubblici e obiettivi (*Step* del "Genere").

Come in un film, ogni prodotto di comunicazione statistica ha poi i suoi irrinunciabili "protagonisti": identificare i "fenomeni protagonisti" - "buoni" o "cattivi" - con particolare chiarezza e coerenza è capitale per orientare i destinatari nella comprensione e memorizzazione dei messaggi-chiave contenuti nel prodotto (*Step* dei "Protagonisti").

Nella progettazione del "cast statistico" - informazioni "protagoniste" positive, informazioni "villain" negative, informazioni "comprimarie" non *key-message* ma *snodopivot* per la "trama infografica" e informazioni in "*supporting-roles*" di arricchimento conoscitivo - centrale, cruciale e indispensabile è il *rigore scientifico* agito dal Servizio della Comunicazione Istat sia nella sua competenza tecnico-scientifica applicata alla *selezione* delle singole *informazioni* da comunicare, sia nel suo rigore scientifico agito nella competenza tecnico-scientifica applicata al *disegno dell'intelaiatura* delle informazioni da accostare e interrelare (per questo secondo aspetto cfr. in particolare "*Step* della trama").

Se la radice latina del termine "indicatore" - *index* - ci ricorda in effetti come letteralmente "qualsiasi cosa usata per indicare" e in senso applicato "qualsiasi cosa usata per orientare" possa essere definita "indicatore", soltanto la corretta "indicazione" guida e semplifica il nostro accesso a luoghi fisici da esplorare e rendere familiari, come soltanto la corretta "indicazione statistica" guida e semplifica il nostro accesso a *luoghi conoscitivi* "esplorabili" e "familiari" sia come patrimonio personale informativo su fenomeni ed interconnessioni tra fenomeni sociali, ambientali o economici ad ampio spettro, sia come strumenti per l'esercizio di una cittadinanza attiva critica e consapevole.

Con tale consapevolezza, e in virtù della piena adesione istituzionale ad una pratica della comunicazione statistica non solo come modalità restitutiva della Statistica Ufficiale, ma anche e soprattutto come modalità-*mission* di ingaggio universale alla *governance* democratica in-diretta della società contemporanea, il Servizio della Comunicazione Istat finalizza costantemente i suoi prodotti in una ibridazione multidisciplinare di competenze teoriche socio-economiche, statistiche, di psicologia e tecnica della comunicazione, a partire dalla perimetrazione delle cornici marcotematiche di riferimento fino alla scelta puntuale di ogni singolo indicatore.

È proprio grazie al cardine di un tetragonale rigore scientifico, in effetti, che nell’ottica di una comunicazione non gerarchica la Comunicazione Istat può così bilanciare l’obiettivo di perseguire, proteggere e garantire correttezza e trasparenza dell’informazione statistica - pur nei limiti di una comunicazione sempre più disintermediata - con l’obiettivo di non disattendere l’aspettativa dei suoi *target* di essere ingaggiati in un processo bidirezionale, interattivo e gemellare, in cui se prima “spettatori” dei “personaggi fenomenici” condivisi dall’Istat se ne scoprono poi “registi” nei “*sequel*” e/o “*spin-off*” figli delle loro rielaborazioni-ricondivisioni.

Dopo aver scelto il “cast”, gli sceneggiatori di una Major cinematografica e gli “sceneggiatori” dell’Istat lavorano sulla “trama”, sull’architettura narrativa: un’architettura che se nei film consiste in scene, sequenze e atti, in un prodotto di comunicazione a contenuto statistico articola indicatori, sottoaree tematiche e aree tematiche (*Step* della “Trama”) (cfr. fig. 10).

Fig. 10 - Dalla costruzione della “trama” alla valutazione della *performance* del prodotto di comunicazione a contenuto statistico

| UN FILM             |   |   |
|---------------------|---|---|
|                     | AL CINEMA   | ALL’ISTAT   |
| TRAMA               | architettura narrativa (=scene, sequenze, atti)             | architettura concettuale (=indicatori, sottotemi, macrotemi)      |
| CLIMAX              | snodi narrativi di alta tensione                            | numeri chiave   |
| FOTOGRAFIA DI SCENA | master, campi, controcampi                                  | progetto grafico, organizzazione spaziale, segno                  |
| REGIA               | supervisiona sceneggiatura, attori, camera, post-produzione | supervisiona contenuti statistici e grafici                       |
| POST-PRODUZIONE     | montaggio, sincronizzazione audio, proiezioni di prova,...  | rifinitura statistica e grafica, validazione Produzione e vertici |
| DISTRIBUZIONE       | circolazione del film (=sale, tv, piattaforme)              | circolazione del prodotto (=sito, social, youtube, eventi)        |
| VALUTAZIONE         | box office, critica, premi                                  | riprese mediatiche, performance sui social, critica               |

Anche in questo passaggio, il rigore scientifico nella “tramatura” dei “personaggi” e delle loro interconnessioni è cruciale per far comprendere in modo coinvolgente e chiaro quale sia “l’idea di controllo” del film o “il messaggio-chiave” del prodotto di



comunicazione. Se infatti è fondamentale che la/lo sceneggiatrice/tore conosca ogni dettaglio della “biografia” di ciascun personaggio - come la/lo sceneggiatrice/tore Istat qualunque dettaglio della “biografia statistica” di ciascun indicatore inserito nel prodotto di comunicazione, dalle specificità della fonte dei dati alle scelte metodologiche per il trattamento e l’elaborazione dei dati - è altrettanto fondamentale per l’intera tenuta della “sceneggiatura statistica” che l’insieme dei “personaggi statistici” presenti ad esempio in un’infografica sia sempre più della somma delle “storie singolari” di cui è portatore ciascun “personaggio-indicatore”.

In tale prospettiva, come insegnano la teoria della *Gestalt*, del *Campo intersoggettivo* ma anche dell’epigenetica traslate a *framework* di comunicazione statistica, ogni elemento assume significato compiuto, complesso e sovraordinato soltanto all'interno del quadro di riferimento fenomenico in cui matura la sua specifica espressione. Se ciascun personaggio/indicatore è progettato per esprimere la sua storia, in altri termini, in una sceneggiatura/infografica la sua “storia” rivelerà e compirà il suo significato soltanto se compresa e interpretata in relazione alle storie/informazioni degli altri personaggi/indicatori protagonisti della stessa cornice narrativa - lo stesso film, la stessa infografica.

È per questo sempre pratica di rigore e competenza scientifica decidere *perché* si selezioni proprio uno o più e non altri indicatori per rappresentare e comunicare in sintesi fenomeni complessi e se il “perché” della selezione si compenetri con il “chi” e il “come” della comunicazione - specifici *target* e canali di comunicazione.

Con tali finalità, in accordo e in applicazione del *Quality Assurance Framework of the European Statistical System*, in sede di stesura della “trama infografica” le competenze tecnico-scientifiche del Servizio Comunicazione si finalizzano per assicurare che “i personaggi statistici” siano rilevanti e utili per gli utenti sia in termini di robustezza della rappresentazione, pur nella parsimonia dell’informazione, sia di rigore metodologico nelle note di accompagnamento all’informazione, pur nella conservazione della gradevolezza estetica.

Come per i passaggi drammaturgici di un film, non tutti i passaggi statistici hanno la stessa “intensità informativa” all'interno di un prodotto di comunicazione e con tale finalità particolare attenzione è dedicata all'identificabilità di numeri narrativi che sostengano



“climax statistici” per capacità di colpire e/o sorprendere positivamente o negativamente (*Step* del “Climax”).

Se nel girare un film grande importanza è data alla direzione della fotografia, per creare la giusta prospettiva e atmosfera della storia in ogni momento specifico, allo stesso modo in un prodotto di comunicazione statistica la "direzione della fotografia" consiste nelle scelte grafiche di “modalità di inquadratura” dei fenomeni “in scena”: spazi, posizione delle informazioni, dimensioni, scelta dei caratteri, colori, elementi grafici, immagini, tutti contribuiscono a dare una specifica atmosfera alle statistiche rappresentate e organizzate visivamente (*Step* della “Fotografia”).

Con tale consapevolezza e opportunità, nel progettare qualunque prodotto di comunicazione a contenuto statistico ampia attenzione interdisciplinare è investita nelle valutazioni che determinano le scelte grafiche sia in relazione alle peculiarità identitarie e d’uso del *brand* Istat; sia alla performatività grafica nel tradurre in esperienze emozionali i fenomeni di volta in volta rappresentati cor-rispondendo all’aspettativa estetica dei *target* di riferimento; sia, ancora, nella salvaguardia del rigore scientifico.

È per questa triangolarità essenziale nella progettazione e comunicazione statistica - tutela e valorizzazione del *brand* Istat; performatività di grafica esperienziale; rigore scientifico - che le infografiche rappresentano un *mix* unico di “arte scientifica” o di “scienza artistica”, in cui il *design* creativo esalta la correttezza informativa nella scienza del *visual datastorytelling*: perché le infografiche non elencano dati, ma raccontano storie visive strutturate per catturare l’attenzione e potenziare la comprensione.

Per la tenuta del “triangolo dell’essenza infografica”, alcuni “principi” sovraordinati sono sempre garantiti nei prodotti di comunicazione statistica, indipendentemente da formato, canale e *target* di destinazione:

1. **Semplicità:** i *design* Istat tendono sempre alla semplicità come vertice della complessità, per garantire una comprensione dei dati intuitiva e che valorizzi l’attenzione dell’utente invece di sottolinearne eventuali ignoranze tecniche.
2. **Chiarezza e coerenza:** le informazioni sono sempre presentate in modo chiaro e facilmente leggibile grazie ad uno stile sia coerente in termini di colori, font, tipologia di immagini, sia evocativo delle tematiche rappresentate.

3. **Rilevanza:** l'architettura grafica sostiene e rinforza la gerarchizzazione intuitiva dei contenuti e la migliore sequenza di fruizione.
4. **Bilanciamento:** per massimizzare l'impatto visivo grande lavoro è dedicato all'equilibrio tra testo (numeri e parole) ed elementi grafici.
5. **Originalità:** i prodotti di comunicazione statistica aspirano ad essere sempre delle esperienze di estetica statistica, unica e memorabile, in cui il *brand* Istat consolida ed espande la sua reputazione tra *target* fidelizzati e non e si posiziona come fonte insostituibile della statistica ufficiale.

Per “tradurre” operativamente questi principi, pur nell'unicità di ogni lavorazione grafica alcuni passaggi, propedeutici l'uno dopo l'altro, sono sempre estremamente preziosi nel loro attraversamento interconnesso con la competenza scientifica di rivisitazione in chiave comunicativa dell'informazione:

1. **analisi grafica del *bouquet* dei dati:** l'analisi tematica, quantitativa e tipologica dei dati selezionati per comporre l'infografica è propedeutica alla scelta del formato del prodotto di comunicazione.
2. **Scelta del formato:** il *bouquet* dei dati, così come la valutazione della rilevanza informativa da accordare alla pubblicazione, guida nella scelta di un formato più o meno “capiente” per numerosità di informazioni organizzabili.
3. **Progettazione del *layout*:** *bouquet* di dati e scelta del formato sono propedeutici alla progettazione di un *layout* che guidi i *target* nella lettura e comprensione delle informazioni con una chiara gerarchia visiva.
4. **Grafica e testo:** l'organizzazione del *layout* assicura una “gabbia *visual*” ai contenuti che ne favorisce l'armonica distribuzione tra elementi grafici e testuali.
5. **Revisione e ottimizzazione:** la bozza completa del prodotto di comunicazione è ottimizzata sia in considerazione dell'obiettivo del prodotto, dei *target* di riferimento e dei canali per la sua veicolazione, sia in considerazione della strategia sovraordinata di comunicazione istituzionale.

L'insieme complesso del processo di narrazione cinematografica/statistica necessita di una regia capace di dirigere in convergenza le diverse professionalità coinvolte nella magia dello *storytelling* (*Step* della "Regia") e del suo montaggio e affinamento definitivo (*Step* della "Post-produzione").

Quando un film/prodotto di comunicazione statistica è pronto, diventa essenziale la sua "distribuzione", affinché possa essere condiviso con il maggior numero di pubblici fidelizzati e non, esperti e non esperti.

A seconda del genere e dei contenuti, la distribuzione del film/prodotto di comunicazione sarà mirata a quei luoghi, reali e/o virtuali, più "frequentati" dal pubblico identificato, dal Sito istituzionali ai Social Network, dai prodotti a stampa a pannelli informativi (*Step* della "Distribuzione").

Dopo la fase della distribuzione del film/prodotto di comunicazione sarà il momento di trarre conclusioni per la Casa di Produzione Cinematografica e per la Casa di Produzione della Comunicazione Statistica. Come una *Major* studierà attentamente gli incassi o la mancanza di incassi al botteghino, la "Major" della comunicazione statistica Istat analizzerà successi e fallimenti dei suoi prodotti, per riavviare, rinnovare e rigenerare un nuovo ciclo produttivo con sempre migliore abilità nell'intercettare bisogni e aspettative dei suoi pubblici (*Step* della "Valutazione").

## VIDEO E INFOGRAFICHE A CONTENUTO STATISTICO

Questa sezione della monoINFOgrafia liquida

*Istat Beautiful Numbers*

consente l'accesso virtuale diretto

a prodotti di comunicazione a contenuto statistico

organizzati in macrotemi e sottotemi

coerenti con la sistematizzazione concettuale della produzione istituzionale

consolidata e familiare a *target* esperti e non esperti.

Confezionati per rendere comprensibili e coinvolgenti

fenomeni socio-economici complessi

in ottica *user-friendly*,

tutti i prodotti della monoINFOgrafia

restituiscono a colpo d'occhio

un distillato del patrimonio informativo ISTAT

coniugando approccio scientifico rigoroso

e *graphic design* originale

per trasformare l'in|formazione statistica

in una *user-experience* inclusiva e coinvolgente.



## MACROAREA TEMATICA “POPOLAZIONE E FAMIGLIE”

| TITOLO   | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE | PAGINA VIRTUALE |
|--|---|-------------------------------------|-----------------|
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “POPOLAZIONE E FAMIGLIE”</b>                       |   |                                     |                 |
| GIORNATA INTERNAZIONALE DELLE DONNA 2024<br>pubblicazione 2024           | <a href="https://www.youtube.com/shorts/zyou_9EHQLS">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/SHORTS/ZYOU_9EHQLS</a> | VIDEO A CONTENUTO STATISTICO        | 68              |
| GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA 2024<br>pubblicazione 2024           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/294626">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/294626</a>       | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 69              |
| LE DONNE: RISORSA PREZIOSA PER RIPARTIRE<br>pubblicazione 2020           | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 70              |
| 8 MARZO – GIORNALE INTERNAZIONALE DELLE DONNE 2019<br>pubblicazione 2019 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/228269">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/228269</a>       | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 71              |
| 8 MARZO: I VALORI DELLE DONNE<br>pubblicazione 2018                      | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/212414">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/212414</a>       | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 72              |

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA,<br>CHE GENERE DI DIFFERENZE?<br>pubblicazione 2017 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/197687">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/197687</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 73 |
| POPOLAZIONE E FAMIGLIE<br>– ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/269677">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/269677</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 74 |
| BILANCIO DEMOGRAFICO NAZIONALE 2019<br>pubblicazione 2020                               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/245717">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/245717</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 75 |
| INDICATORI DEMOGRAFICI ANNO 2019<br>pubblicazione 2020                                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/238454">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/238454</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 76 |
| POPOLAZIONE RESIDENTE PER STATO CIVILE<br>pubblicazione 2018                            | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/220726">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/220726</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 77 |
| INDICATORI DEMOGRAFICI. ANNO 2017<br>pubblicazione 2018                                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/208954">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/208954</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 78 |
| NATALITÀ E FECONDITÀ DELLA POPOLAZIONE<br>NEL 2017<br>pubblicazione 2018                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/224396">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/224396</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 79 |
| LA POPOLAZIONE IN ITALIA: NUOVE STIME<br>PER L'ANNO 2016<br>pubblicazione 2017          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/197435">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/197435</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 80 |

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| I CENTENARI IN ITALIA<br>pubblicazione 2019                         | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/232311">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/232311</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 81 |
| OVER 75: FOTOGRAFIA DI UNA GENERAZIONE<br>pubblicazione 2020        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241890">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241890</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 82 |
| SECONDE GENERAZIONI<br>pubblicazione 2020                           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241471">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241471</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 83 |
| CITTADINI NON COMUNITARI 2017-2018<br>pubblicazione 2019            | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/223616">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/223616</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 84 |
| CITTADINI NON COMUNITARI.<br>ANNI 2016-2017<br>pubblicazione 2017   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/204301">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/204301</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 85 |
| GIORNATA INTERNAZIONALE<br>DELLA LINGUA MADRE<br>pubblicazione 2018 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/212371">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/212371</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 86 |
| VANNO A SCUOLA DA SOLI<br>pubblicazione 2017                        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/203475">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/203475</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 87 |
| I GRUPPI SOCIALI DEL CONDOMINIO ITALIA<br>pubblicazione 2017        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/200498">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/200498</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 88 |



|  |   |                                    |    |
|--|---|------------------------------------|----|
| QUANTI BAMBINI SI CHIAMANO...?<br>pubblicazione 2015                                   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=DYXC7HCVM4A">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=DYXC7HCVM4A</a> | VIDEO A CONTENUTO STATISTICO       | 89 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “VITA QUOTIDIANA E OPINIONI DEI CITTADINI”</b>                   |   |                                    |    |
| VITA QUOTIDIANA – ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022                         | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/268573">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/268573</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 90 |
| CITTADINI E LOCKDOWN:<br>VISSUTI, OPINIONI, COMPORTAMENTI<br>pubblicazione 2020        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/243596">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/243596</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 91 |
| SPOSTAMENTI SUL TERRITORIO<br>PRIMA DEL COVID-19<br>pubblicazione 2020                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/243332">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/243332</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 92 |
| CONDIZIONI DI VITA:<br>QUANTO SIAMO SODDISFATTI?<br>pubblicazione 2020                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/238736">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/238736</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 93 |
| CONDIZIONI DI VITA:<br>QUANTO SIAMO SODDISFATTI?<br>pubblicazione 2019                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/227551">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/227551</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 94 |
| VITA QUOTIDIANA E SENSO CIVICO:<br>COSA PENSA CHI VIVE IN ITALIA<br>pubblicazione 2019 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/228661">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/228661</a>         | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 95 |
| GIORNATA MONDIALE DELLA PASTA<br>pubblicazione 2017                                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/205004">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/205004</a>         | INFOGRAFICA                        | 96 |

|   |   |                                       |    |
|---|---|---------------------------------------|----|
|   |   | A CONTENUTO STATISTICO                |    |
| LA PRATICA SPORTIVA IN ITALIA<br>pubblicazione 2017 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/204698">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/204698</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO STATISTICO | 97 |

## MACROAREA TEMATICA “SOCIETÀ E ISTITUZIONI”

| TITOLO  | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE  | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE      | PAGINA VIRTUALE |
|---|--|--|-----------------|
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “CULTURA, COMUNICAZIONE E VIAGGI”</b>               |  |  |                 |
| CULTURA E COMUNICAZIONE<br>– ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/270271">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/270271</a>              | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 98              |
| BIBLIOTECHE IN ITALIA<br>pubblicazione 2021                               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256957">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256957</a>              | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 99              |
| I MUSEI STATALI: ANDAMENTO E SCENARI<br>pubblicazione 2020                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/243280">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/243280</a>              | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 100             |
| CULTURA: LA NOSTRA GRANDE BELLEZZA<br>pubblicazione 2018                  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=-POJJVZ_444">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=-<br/>POJJVZ_444</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 101             |
| CARTOLINA DALL’ITALIA<br>pubblicazione 2020                               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/249124">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/249124</a>              | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 102             |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| PATRIMONIO CULTURALE E TURISMO<br>A MATERA E IN BASILICATA<br>pubblicazione 2019                                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/234620">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/234620</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 103 |
| GIORNATA MONDIALE DEL LIBRO<br>pubblicazione 2018   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/212543">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/212543</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 104 |
| PC E TABLET IN FAMIGLIA<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/240957">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/240957</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 105 |
| 25 ANNI DAVANTI AL GRANDE SCHERMO:<br>I CITTADINI E IL CINEMA<br>pubblicazione 2018                               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/220428">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/220428</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 106 |
| GENERAZIONI IN RETE:<br>COME ABITIAMO L'ERA DIGITALE<br>pubblicazione 2018  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/216672">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/216672</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 107 |
| UNA STAGIONE MANCATA:<br>IMPATTO DEL COVID-19 SU TURISMO<br>pubblicazione 2020                                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241980">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241980</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 108 |
| TURISMO IN ITALIA NEL 2018:<br>MOVIMENTO DEI CLIENTI<br>E CAPACITÀ DEGLI ESERCIZI RICETTIVI<br>pubblicazione 2019 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/232137">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/232137</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 109 |
| VIAGGI E VACANZE IN ITALIA E ALL'ESTERO<br>pubblicazione 2019   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/227929">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/227929</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 110 |

|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| VIAGGI E VACANZE DEI RESIDENTI IN ITALIA.<br>ANNO 2017<br>pubblicazione 2018 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/209019">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/209019</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 111 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA "SALUTE E SANITÀ"</b>                                  |   |  |     |
| INCIDENTI STRADALI - ANNO 2022<br>pubblicazione 2023                         | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/286942">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/286942</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 112 |
| INCIDENTI STRADALI - ANNO 2021<br>pubblicazione 2022                         | <a href="https://www.istat.it/it/files//2022/07/incidenti2022.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2022/07/INCIDENTI2022.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 113 |
| INCIDENTI STRALI - ANNO 2020<br>pubblicazione 2021                           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/259814">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/259814</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 114 |
| INCIDENTI STRADALI - ANNO 2019<br>pubblicazione 2020                         | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/245759">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/245759</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 115 |
| INCIDENTI STRADALI IN ABRUZZO<br>pubblicazione 2019                          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/235420">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/235420</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 116 |
| INCIDENTI STRADALI IN CAMPANIA<br>pubblicazione 2019                         | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/235432">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/235432</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 117 |

|  |   |   |         |
|--|---|---|---------|
| INCIDENTI STRADALI - ANNO 2018<br>pubblicazione 2019   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/232367">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/232367</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 118     |
| INCIDENTI STRADALI - ANNO 2017<br>pubblicazione 2018   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/219640">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/219640</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 119     |
| INCIDENTI STRADALI ANNO 2016<br>pubblicazione 2017   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/203003">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/203003</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 120     |
| GIORNATA MONDIALE DELLA SALUTE<br>MENTALE 2022<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/275672">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/275672</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 121     |
| GIORNATA MONDIALE PER LA PREVENZIONE<br>DEL SUICIDIO 2017<br>pubblicazione 2017                                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/203353">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/203353</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 122     |
| IL COMPARTO DELLA SANITÀ PUBBLICA<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/242278">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/242278</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 123     |
| IMPATTO DELL'EPIDEMIA COVID-19<br>SULLA MORTALITÀ: CASI, DECESSI<br>E CAMPAGNA VACCINALE<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/266884">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/266884</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 124     |
| PRIMA ONDATA DELLA PANDEMIA:<br>CAUSE DI MORTE E LUOGHI DI DECESSO<br>pubblicazione 2021                       | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256862">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256862</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 125-128 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| DATI SUI DECESSI: FONTI E CRITERI DI LETTURA DEI DATI<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241397">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241397</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 129 |
| DISABILITÀ: UNA VISIONE D'INSIEME<br>pubblicazione 2019                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/236316">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/236316</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 130 |
| IL DIABETE IN ITALIA<br>pubblicazione 2017                                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/202844">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/202844</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 131 |
| <b>SOTTOOAREA TEMATICA "ASSISTENZA E PREVIDENZA"</b>                        |   |  |     |
| CONDIZIONI DI VITA DEI PENSIONATI<br>pubblicazione 2021                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/253565">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/253565</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 132 |
| NIDI E SERVIZI EDUCATIVI PER L'INFANZIA.<br>0-3 ANNI<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/244117">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/244117</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 133 |
| PROTEZIONE SOCIALE IN ITALIA E IN EUROPA<br>pubblicazione 2020              | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241928">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241928</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 134 |

| SOTTOOAREA TEMATICA “GIUSTIZIA, VIOLENZA E SICUREZZA”  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| GIORNATA INTERNAZIONALE<br>CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE 2022<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K-T1Z0853EC">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=K-T1Z0853EC</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 135 |
| USCIRE DALLA GABBIA DELLA VIOLENZA:<br>I PERCORSI NEI CENTRI ANTIVIOLENZA<br>pubblicazione 2021                                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/263647">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/263647</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 136 |
| VIOLENZA DI GENERE AI TEMPI DEL COVID-19:<br>TELEFONATE AL 1522<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/242852">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/242852</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 137 |
| ACCESSI AL PRONTO SOCCORSO<br>CON DIAGNOSI DI VIOLENZA<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/250840">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/250840</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 138 |
| CENTRI ANTIVIOLENZA IN ITALIA. ANNO 2018<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/249803">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/249803</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 139 |
| CENTRI ANTIVIOLENZA IN ITALIA. ANNO 2017<br>pubblicazione 2019   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/224158">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/224158</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 140 |
| GIORNATA INTERNAZIONALE 2019<br>PER L’ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA<br>CONTRO LE DONNE: STEREOTIPI DI GENERE<br>pubblicazione 2019 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/235990">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/235990</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 141 |



|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| 25 NOVEMBRE. GIORNATA INTERNAZIONALE<br>CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE 2017<br>pubblicazione 2017 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/206345">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/206345</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 142 |
| AUTORI E VITTIME DI OMICIDI IN ITALIA<br>pubblicazione 2021                                       | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/253279">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/253279</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 143 |

## MACROAREA TEMATICA “ISTRUZIONE E LAVORO”

| TITOLO  | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE      | PAGINA VIRTUALE |
|---|---|--|-----------------|
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “ISTRUZIONE E FORMAZIONE”</b>   |   |  |                 |
| ISTRUZIONE E FORMAZIONE<br>– ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/269983">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/269983</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 144             |
| ISTRUZIONE IN ITALIA<br>pubblicazione 2018  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OFBZNR6R4L8">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=OFBZNR6R4L8</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 145             |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “LAVORO E RETRIBUZIONI”</b>   |   |  |                 |
| LAVORO – ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/270892">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/270892</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 146             |
| IL MERCATO DEL LAVORO NEL 2020:<br>CASSA INTEGRAZIONE, SMART WORKING<br>E CROLLO DELLE ORE LAVORATE<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/254023">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/254023</a>         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 147             |
| IL MERCATO DEL LAVORO NEL 2020:<br>FORZA LAVORO IN CALO E AUMENTO DI  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/254067">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/254067</a>         | INFOGRAFICA                              | 148             |

|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| DENUNCE PER INCIDENTI MORTALI<br>pubblicazione 2021            |   | A CONTENUTO<br>STATISTICO                |     |
| ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO<br>E AUTONOMIA<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/247947">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/247947</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 149 |
| IL MERCATO DEL LAVORO NEL 2019<br>pubblicazione 2020           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/239440">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/239440</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 150 |
| LA CURA: CONCILIARE LAVORO E FAMIGLIA<br>pubblicazione 2019    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/235603">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/235603</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 151 |

## MACROAREA TEMATICA “ECONOMIA”

| TITOLO  | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE | PAGINA VIRTUALE |
|---|---|-------------------------------------|-----------------|
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “IMPRESE”</b>   |   |                                     |                 |
| SITUAZIONE E PROSPETTIVE DELLE IMPRESE NELL’EMERGENZA SANITARIA COVID-19<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/251640">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251640</a> | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 152             |
| SITUAZIONE E PROSPETTIVE DELLE IMPRESE AI TEMPI DEL COVID-19 (FASI 1 E 2)<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/244385">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/244385</a> | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 153             |
| RICERCA E SVILUPPO IN ITALIA 2017-2019<br>pubblicazione 2019                                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/233135">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/233135</a> | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 154             |
| IMPRESE E ICT IN ITALIA<br>pubblicazione 2019   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/226221">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/226221</a> | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 155             |
| STARTUP INNOVATIVE<br>pubblicazione 2018  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/210776">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/210776</a> | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO  | 156             |
| LA FORMAZIONE NELLE IMPRESE IN ITALIA   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/205100">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/205100</a> | INFOGRAFICA                         | 157             |

|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| PUBBLICAZIONE 2017   |   | A CONTENUTO<br>STATISTICO                |     |
| RISULTATI ECONOMICI DELLE IMPRESE<br>IN ITALIA<br>pubblicazione 2017   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/216236">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/216236</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 158 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “SERVIZI”</b>                                    |   |  |     |
| TRASPORTO AEREO IN CRISI:<br>ANDAMENTO E SCENARI<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/242202">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/242202</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 159 |
| <b>SOTTOOAREA TEMATICA “AGRICOLTURA”</b>                               |   |  |     |
| LE AZIENDE AGRITURISTICHE IN ITALIA<br>NEL 2017<br>pubblicazione 2018  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/222789">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/222789</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 160 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “PREZZI”</b>                                     |   |  |     |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO 2024<br>pubblicazione 2024               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/293514">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/293514</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 161 |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO 2023<br>pubblicazione 2023               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/280391">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/280391</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 162 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| PANIERE DEI PREZZI A CONSUMO 2022<br>pubblicazione 2022                           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/265954">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/265954</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 163 |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO 2021<br>pubblicazione 2021                          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/253173">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/253173</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 164 |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO 2020<br>pubblicazione 2020                          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/238152">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/238152</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 165 |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO 2019<br>pubblicazione 2019                          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/226762">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/226762</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 166 |
| PANIERE DEI PREZZI AL CONSUMO:<br>TUTTE LE NOVITÀ DEL 2018<br>pubblicazione 2018  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/208791">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/208791</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 167 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “COMMERCIO ESTERO”</b>                                      |   |  |     |
| COMMERCIO ESTERO E ATTIVITÀ<br>INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/245931">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/245931</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 168 |

## MACROAREA TEMATICA “AMBIENTE E TERRITORIO”

| TITOLO   | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA<br>PRODOTTO DI<br>COMUNICAZIONE | PAGINA<br>VIRTUALE |
|--|---|---|--------------------|
| <b>SOTTOOAREA TEMATICA “AMBIENTE ED ENERGIA”</b>   |   |   |                    |
| GIORNATA MONDIALE DELL’ACQUA<br>2024<br>pubblicazione 2024                                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/295260">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/295260</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 169-175            |
| GIORNATA MONDIALE DELL’ACQUA<br>2022:<br>LE STATISTICHE ISTAT SULL’ACQUA<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/268255">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/268255</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 176                |
| GIORNATA MONDIALE DELL’ACQUA<br>2020: LE STATISTICHE DELL’ISTAT<br>pubblicazione 2020          | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/240036">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/240036</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 177                |
| GIORNATA MONDIALE DELL’ACQUA<br>2019<br>pubblicazione 2019                                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/228756">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/228756</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 178                |
| GIORNATA MONDIALE DELL’ACQUA<br>2017<br>pubblicazione 2017                                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/198240">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/198240</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 179                |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| AMBIENTE E TERRITORIO – ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/271430">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/271430</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 180 |
| ATTIVITÀ ESTRATTIVE<br>DA CAVE E MINIERE<br>IN ITALIA<br>pubblicazione 2019 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/226037">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/226037</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 181 |
| GIORNATA MONDIALE DELLA TERRA<br>2018<br>pubblicazione 2018                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/212540">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/212540</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 182 |
| GIORNATA MONDIALE DELLA TERRA<br>2017<br>pubblicazione 2017                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/198284">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/198284</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 183 |
| I CONSUMI ENERGETICI DELLE<br>FAMIGLIE<br>pubblicazione 2022                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/279144">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/279144</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 184 |



## MACROAREA TEMATICA “CENSIMENTI”

| TITOLO  | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA<br>PRODOTTO DI<br>COMUNICAZIONE | PAGINA<br>VIRTUALE |
|---|---|---|--------------------|
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI”</b> |   |   |                    |
| VIVERE ALTROVE: CHI SONO<br>GLI ITALIANI ALL'ESTERO<br>pubblicazione 2024   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0G-YF4DSEVW">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=0G-YF4DSEVW</a>                   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 185                |
| I CENSIMENTI PER LE DONNE<br>NEL MERCATO DEL LAVORO<br>pubblicazione 2024   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=1VUJDEQHZ1C">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=1VUJDEQHZ1C</a>                   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 186                |
| CENSIMENTO DELLA<br>POPOLAZIONE 2022:<br>I RISULTATI<br>pubblicazione 2023  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=HTEWBHB6PBU&amp;T=2S">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=HTEWBHB6PBU&amp;T=2S</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 187                |
| 59 MILIONI DI PERSONE<br>IN ITALIA<br>pubblicazione 2023                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/292221">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/292221</a>                           | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 188                |
| LE PERSONE STRANIERE IN<br>ITALIA<br>pubblicazione 2023                     | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/292293">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/292293</a>                           | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 189                |

|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| LE NOSTRE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2023   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=YVO-WL8MXQE">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=YVO-WL8MXQE</a>                                     | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 190 |
| POPOLAZIONI PARTICOLARI<br>O DIFFICILI DA RILEVARE<br>pubblicazione 2023                                   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=EV6JMEL9DAI">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=EV6JMEL9DAI</a>                                     | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 191 |
| CENSIMENTI PERMANENTI<br>– ITALIA IN INFOGRAFICHE<br>pubblicazione 2022                                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/269209">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/269209</a>   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 192 |
| COME SONO CAMBIATE LE<br>NOSTRE FAMIGLIE NEGLI<br>ULTIMI 50 ANNI?<br>pubblicazione 2022                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/267554">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/267554</a>   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 193 |
| GLI SPOSTAMENTI PER<br>MOTIVI DI STUDIO O<br>LAVORO<br>NEL 2019<br>pubblicazione 2020                      | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=X5O7GAIPOMI">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=X5O7GAIPOMI</a>                                     | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 194 |
| I PRIMI RISULTATI 2018-2019<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=S8GZ6A2L8F4">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=S8GZ6A2L8F4</a>                                     | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 195 |
| VENEZIA: UNA FOTOGRAFIA<br>DAL CENSIMENTO<br>DELLA POPOLAZIONE<br>E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/VENZIA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/VENZIA-INFOGRAFICA.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 196 |

|  |  |   |            |
|--|--|---|------------|
| <p>TORINO: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br/>pubblicazione 2021</p>             | <p><a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/TORINO-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/TORINO-INFOGRAFICA.PDF</a></p>                   | <p>INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO</p> | <p>197</p> |
| <p>ROMA: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br/>pubblicazione 2021</p>               | <p><a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/ROMA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/ROMA-INFOGRAFICA.PDF</a></p>                       | <p>INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO</p> | <p>198</p> |
| <p>PALERMO: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br/>pubblicazione 2021</p>            | <p><a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/PALERMO-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/PALERMO-INFOGRAFICA.PDF</a></p>                 | <p>INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO</p> | <p>199</p> |
| <p>REGGIO DI CALABRIA: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br/>pubblicazione 2021</p> | <p><a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/REGGIO-CALABRIA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/REGGIO-CALABRIA-INFOGRAFICA.PDF</a></p> | <p>INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO</p> | <p>200</p> |
| <p>NAPOLI: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br/>pubblicazione 2021</p>             | <p><a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/NAPOLI-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/NAPOLI-INFOGRAFICA.PDF</a></p>                   | <p>INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO</p> | <p>201</p> |

|   |   |                                    |     |
|---|---|------------------------------------|-----|
| MESSINA: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/MESSINA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/MESSINA-INFOGRAFICA.PDF</a>   | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 202 |
| MILANO: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021  | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/MILANO-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/MILANO-INFOGRAFICA.PDF</a>     | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 203 |
| GENOVA: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021  | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/GENOVA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/GENOVA-INFOGRAFICA.PDF</a>     | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 204 |
| FIRENZE: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/FIRENZE-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/FIRENZE-INFOGRAFICA.PDF</a>   | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 205 |
| CATANIA: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/CATANIA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/CATANIA-INFOGRAFICA.PDF</a>   | INFOGRAFICA A CONTENUTO STATISTICO | 206 |
| CAGLIARI: UNA FOTOGRAFIA DAL CENSIMENTO   | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/CAGLIARI-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/CAGLIARI-INFOGRAFICA.PDF</a> | INFOGRAFICA                        | 207 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| DELLA POPOLAZIONE<br>E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021   |   | A CONTENUTO<br>STATISTICO                |     |
| BOLOGNA: UNA<br>FOTOGRAFIA DAL<br>CENSIMENTO<br>DELLA POPOLAZIONE<br>E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/BOLOGNA-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/BOLOGNA-INFOGRAFICA.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 208 |
| BARI: UNA FOTOGRAFIA<br>DAL CENSIMENTO<br>DELLA POPOLAZIONE<br>E DELLE ABITAZIONI<br>pubblicazione 2021       | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/11/BARI-INFOGRAFICA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/11/BARI-INFOGRAFICA.PDF</a>       | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 209 |
| SPOSTAMENTI DELLA<br>POPOLAZIONE RESIDENTE<br>PER MOTIVI DI STUDIO<br>O DI LAVORO<br>pubblicazione 2021       | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/257627">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/257627</a>   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 210 |
| I RESIDENTI IN ITALIA<br>NEL 2019<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/251655">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251655</a>   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 211 |
| LA POPOLAZIONE<br>MAROCCHINA RESIDENTE<br>IN ITALIA<br>pubblicazione 2020                                     | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 212 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| LA POPOLAZIONE CINESE<br>RESIDENTE IN ITALIA<br>pubblicazione 2020  | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 213 |
| LA POPOLAZIONE INDIANA<br>RESIDENTE IN ITALIA<br>pubblicazione 2020   | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 214 |
| LA POPOLAZIONE FILIPPINA<br>RESIDENTE IN ITALIA<br>pubblicazione 2020   | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 215 |
| LA POPOLAZIONE RUMENA<br>RESIDENTE IN ITALIA<br>pubblicazione 2020  | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 216 |
| LA POPOLAZIONE UCRAINA<br>RESIDENTE IN ITALIA<br>pubblicazione 2020   | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 217 |
| GLI STRANIERI IN ITALIA<br>NEL 2019<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/251651">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251651</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 218 |
| L'ISTRUZIONE IN ITALIA<br>NEL 2019<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/251658">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251658</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 219 |
| I BORGHI PIÙ BELLI D'ITALIA<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/251661">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251661</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 220 |
| IL CENSIMENTO<br>DELLA POPOLAZIONE<br>E DELLE ABITAZIONI:<br>UNA MACCHINA METODOLOGICA<br>E ORGANIZZATIVA HIGH-TECH<br>pubblicazione 2018 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/219497">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/219497</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 221 |

| SOTTOAREA TEMATICA “CENSIMENTO DELLE ISTITUZIONI NON PROFIT”                        |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| STRUTTURA E DINAMICA<br>DI UN SETTORE IN CRESCITA<br>pubblicazione 2024             | LINK IN FASE DI CONSOLIDAMENTO  | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 222 |
| DINAMICA E DISTRIBUZIONE<br>DEL PERSONALE<br>DIPENDENTE<br>pubblicazione 2024       | LINK IN FASE DI CONSOLIDAMENTO  | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 223 |
| ISTITUZIONI NON PROFIT<br>ORIENTATE AL DISAGIO<br>pubblicazione 2023                | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/284942">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/284942</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 224 |
| ISTITUZIONI NON PROFIT<br>E DIGITALIZZAZIONE<br>pubblicazione 2023                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/284883">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/284883</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 225 |
| ISTITUZIONI NON PROFIT<br>E RETI DI RELAZIONI<br>pubblicazione 2023                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/284873">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/284873</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 226 |
| CENSIMENTO DEL NON<br>PROFIT A COLPO D’OCCHIO<br>pubblicazione 2022                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/267658">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/267658</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 227 |
| ISTITUZIONI NON-PROFIT:<br>STRUTTURA E PROFILI<br>DEL SETTORE<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256464">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256464</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 228 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| CARATTERISTICHE<br>PRINCIPALI DEI DIPENDENTI<br>NEL 2016<br>pubblicazione 2020                                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256481">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256481</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 229 |
| ISTITUZIONI NON PROFIT<br>NEL 2016<br>pubblicazione 2020  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256503">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256503</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 230 |
| STORIA DELLE ISTITUZIONI<br>NON PROFIT DAL 1979<br>AD OGGI<br>pubblicazione 2020                                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256496">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256496</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 231 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “CENSIMENTO DELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE”</b>  |   |  |     |
| IMPATTO DEL COVID-19<br>NELLE ISTITUZIONI PUBBLICHE:<br>SMART WORKING<br>E DIGITALIZZAZIONE<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/264699">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/264699</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 232 |
| ISTITUZIONI PUBBLICHE:<br>TRASPARENZA<br>E ANTICORRUZIONE<br>pubblicazione 2021                                   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256421">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256421</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 233 |
| ISTITUZIONI PUBBLICHE:<br>GESTIONE ECOSOSTENIBILE<br>pubblicazione 2021   | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256431">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256431</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 234 |



|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| FORZE DI POLIZIA,<br>FORZE ARMATE<br>E CAPITANERIE DI PORTO<br>pubblicazione 2020                    | <a href="HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251477">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/251477</a>                         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 235 |
| PRIMI RISULTATI DEL<br>CENSIMENTO DELLE<br>ISTITUZIONI PUBBLICHE.<br>ANNO 2015<br>pubblicazione 2017 | <a href="HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/201218">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/201218</a>                         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 236 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “CENSIMENTO DELLE IMPRESE”</b>   |   |  |     |
| PRIMI RISULTATI<br>DEL CENSIMENTO<br>DELLE IMPRESE<br>pubblicazione 2023                             | <a href="HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=QNIA&lt;br/&gt;CKDBZJK">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=QNIA<br/>CKDBZJK</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 237 |
| SOSTENIBILITÀ,<br>RESPONSABILITÀ E SICUREZZA<br>DELLE IMPRESE ITALIANE<br>pubblicazione 2021         | <a href="HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256393">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256393</a>                         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 238 |
| SOSTENIBILITÀ SOCIALE<br>DELLE IMPRESE: INIZIATIVE<br>DI SVILUPPO TERRITORIALE<br>pubblicazione 2021 | <a href="HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256403">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256403</a>                         | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 239 |
| LA TRASFORMAZIONE<br>TECNOLOGICA DELLE   | <a href="HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256410">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256410</a>                         | INFOGRAFICA                              | 241 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| IMPRESE ITALIANE<br>pubblicazione 2021  |   | A CONTENUTO<br>STATISTICO                |     |
| IL SISTEMA PRODUTTIVO<br>ITALIANO FRA PASSATO<br>E FUTURO<br>pubblicazione 2020   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=SHLWV8MYNP8">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=SHLWV8MYNP8</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 242 |
| <b>SOTTOAREA TEMATICA “CENSIMENTO DELL’AGRICOLTURA”</b>   |   |  |     |
| L’AGRICOLTURA IN TOSCANA<br>E IL RUOLO DELLE DONNE:<br>I NUMERI DELLE IMPRENDITRICI<br>A CAPO DELLE AZIENDE<br>pubblicazione 2023 | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=B_RJEOVUYFI">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=B_RJEOVUYFI</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 243 |
| IL VENETO E LE SUE AZIENDE<br>AGRICOLE<br>pubblicazione 2023  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WFN7C-XSEY4">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=WFN7C-XSEY4</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 244 |
| GIOVANI CAPOAZIENDA<br>E OVER 40: IL FUTURO<br>DELL’AGRICOLTURA<br>PUGLIESE<br>pubblicazione 2023                                 | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=5-G012GFTBG">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=5-G012GFTBG</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO          | 245 |
| IL VENETO E LE SUE AZIENDE<br>AGRICOLE: TRASFORMAZIONI<br>E PROSPETTIVE DAL 2010 AD<br>OGGI<br>pubblicazione 2022                 | <a href="https://7CENSIMENTOAGRICOLTURA.IT/WP-CONTENT/UPLOADS/2023/01/ISTATAGRICOLTURAROADSHOW-INFOGRAFICAVENETO-2.PDF">HTTPS://7CENSIMENTOAGRICOLTURA.IT/WP-CONTENT/UPLOADS/2023/01/ISTATAGRICOLTURAROADSHOW-INFOGRAFICAVENETO-2.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 246 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| LE CAPOAZIENDA TOSCANE<br>pubblicazione 2022  | <a href="https://7censimentoagricoltura.it/infografica/la-gricoltura-toscana-e-il-ruolo-delle-donne/">HTTPS://7CENSIMENTOAGRICOLTURA.IT/INFOGRAFICA/LA-GRICOLTURA-TOSCANA-E-IL-RUOLO-DELLE-DONNE/</a>                                   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 247 |
| L'AGRICOLTURA MODERNA<br>DEI CAPOAZIENDA GIOVANI:<br>AZIENDE AGRICOLE IN PUGLIA<br>TRA ATTIVITÀ CONNESSE,<br>INNOVAZIONE<br>E INFORMATIZZAZIONE<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://7censimentoagricoltura.it/infografica/la-gricoltura-moderna-dei-capoazienda-giovani/">HTTPS://7CENSIMENTOAGRICOLTURA.IT/INFOGRAFICA/LA-GRICOLTURA-MODERNA-DEI-CAPOAZIENDA-GIOVANI/</a>                                 | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 248 |
| AZIENDE AGRICOLE E<br>IMPATTO DELLA PANDEMIA<br>COVID-19<br>pubblicazione 2022  | <a href="https://www.istat.it/storage/7-censimento-agricoltura-infografiche/5.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/STORAGE/7-CENSIMENTO-AGRICOLTURA-INFOGRAFICHE/5.PDF</a>   | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 249 |
| ATTIVITÀ CONNESSE<br>E INNOVAZIONE: LE AZIENDE<br>AGRICOLE TRA<br>MULTIFUNZIONALITÀ E<br>TECNOLOGIA<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.istat.it/it/files//2022/07/4-attivita-connesse-e-innovazione-rilascio-dati-istat-agricoltura.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2022/07/4-ATTIVITA-CONNESSE-E-INNOVAZIONE-RILASCIO-DATI-ISTAT-AGRICOLTURA.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 250 |
| LAVORARE NELLE AZIENDE<br>AGRICOLE: CAPOAZIENDA<br>E MANODOPERA<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://7censimentoagricoltura.it/infografica/lavorare-nelle-aziende-agricole/">HTTPS://7CENSIMENTOAGRICOLTURA.IT/INFOGRA FICA/LAVORARE-NELLE-AZIENDE-AGRICOLE/</a>  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 251 |
| COLTIVAZIONI E ALLEVAMENTI:<br>DIMENSIONE E TIPOLOGIE<br>pubblicazione 2022   | <a href="https://www.istat.it/it/files//2022/07/2-coltivazioni-e-allevamenti-rilascio-dati-istat-agricoltura.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2022/07/2-COLTIVAZIONI-E-ALLEVAMENTI-RILASCIO-DATI-ISTAT-AGRICOLTURA.PDF</a>           | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 252 |

|   |  |  |     |
|---|--|--|-----|
| COME CAMBIANO<br>LE AZIENDE AGRICOLE:<br>DISTRIBUZIONE SUL TERRITORIO,<br>FORMA GIURIDICA<br>E TIPO DI POSSESSO<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://www.istat.it/storage/7-censimento-agricoltura-infografiche/1.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/STORAGE/7-CENSIMENTO-<br/>AGRICOLTURA-INFOGRAFICHE/1.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 253 |
|---|--|--|-----|

## MACROAREA TEMATICA “PRODOTTI FLAGSHIP” E ALTRI “VOLUMI TEMATICI”

| TITOLO   | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE       | PAGINA VIRTUALE |
|--|---|---|-----------------|
| <b>RAPPORTO “BENESSERE EQUO E SOSTENIBILE”</b> |   |   |                 |
| RAPPORTO BES 2023<br>pubblicazione 2024        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/296117">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/296117</a>         | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 254-265         |
| RAPPORTO BES 2022<br>pubblicazione 2023        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/283767">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/283767</a>         | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 266-277         |
| RAPPORTO BES 2021<br>pubblicazione 2022        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/269561">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/269561</a>         | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 278-289         |
| RAPPORTO BES 2020<br>pubblicazione 2021        | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/254708">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/254708</a>         | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 290-301         |
| RAPPORTO BES 2018<br>pubblicazione 2018        | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=GV3W8_JCGHQ">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=GV3W8_JCGHQ</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 302             |

| <b>RAPPORTO ANNUALE ISTAT</b>                         |   |   |         |
|---|---|---|---------|
| RAPPORTO ANNUALE 2024<br>pubblicazione 2024           | LINK IN CORSO DI CONSOLIDAMENTO   | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 303-307 |
| RAPPORTO ANNUALE 2023<br>pubblicazione 2023           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/286193">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/286193</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 308-311 |
| RAPPORTO ANNUALE 2022<br>pubblicazione 2022           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/272623">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/272623</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 312-315 |
| RAPPORTO ANNUALE 2021<br>pubblicazione 2021           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/259354">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/259354</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 316-319 |
| RAPPORTO ANNUALE 2020<br>pubblicazione 2020           | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/245088">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/245088</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 320-324 |
| <b>RAPPORTO “SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS -SDGS”</b> |   |   |         |
| RAPPORTO SDGS 2024<br>pubblicazione 2024              | LINK IN FASE DI CONSOLIDAMENTO  | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 325-328 |

|  |  |   |         |
|--|--|---|---------|
| RAPPORTO SDGS 2023<br>pubblicazione 2023               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/285781">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/285781</a>  | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 329-332 |
| RAPPORTO SDGS 2022<br>pubblicazione 2022               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/275752">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/275752</a>  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 333-336 |
| RAPPORTO SDGS 2021<br>pubblicazione 2021               | <a href="https://www.istat.it/it/files//2021/08/infograficasdgs_2021.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2021/08/INFOGR<br/>AFICASDGS_2021.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 337     |
| RAPPORTO SDGS 2020<br>pubblicazione 2020               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/242936">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/242936</a>  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 338     |
| RAPPORTO SDGS 2020<br>pubblicazione 2020               | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=R4N0DWHRUR0">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=R4N0D<br/>WHRUR0</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 339     |
| RAPPORTO SDGS 2019<br>pubblicazione 2019               | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/229638">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/229638</a>  | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 340     |
| <b>RAPPORTO “COMPETITIVITÀ DEI SETTORI PRODUTTIVI”</b> |  |   |         |
| RAPPORTO 2024<br>pubblicazione 2024                    | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/295377">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/295377</a>  | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 341-344 |

|   |   |   |         |
|---|---|---|---------|
| RAPPORTO 2021<br>pubblicazione 2021                                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/256265">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/256265</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 345-348 |
| RAPPORTO 2020<br>pubblicazione 2020                                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/240430">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/240430</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 349     |
| RAPPORTO 2018<br>pubblicazione 2018                                 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/212451">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/212451</a> | INFOGRAFICA<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO  | 350     |
| <b>VOLUMI TEMATICI</b>  |   |   |         |
| ECONOMIA E AMBIENTE.<br>UNA LETTURA INTEGRATA<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/258510">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/258510</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 351-356 |
| RAPPORTO SUL TERRITORIO 2020<br>pubblicazione 2020                  | <a href="https://www.istat.it/it/archivio/241246">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/ARCHIVIO/241246</a> | INFOGRAFICHE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 357     |



## MACROAREA TEMATICA “DIDATTICA E DIVULGAZIONE DELLA CULTURA STATISTICA”

| TITOLO   | LINK ALLA PAGINA VIRTUALE   | TIPOLOGIA PRODOTTO DI COMUNICAZIONE    | PAGINA VIRTUALE |
|--|---|--|-----------------|
| IL PIL SPIEGATO IN DUE MINUTI<br>pubblicazione 2020                | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=USQRQCBV_EO">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=USQRQCBV_EO</a>   | VIDEO DIDATTICO A CONTENUTO STATISTICO | 358             |
| IL MERCATO DEL LAVORO SPIEGATO IN DUE MINUTI<br>pubblicazione 2020 | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=O3MM8HEL_XBC">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=O3MM8HEL_XBC</a>   | VIDEO DIDATTICO A CONTENUTO STATISTICO | 359             |
| LA MEDIA<br>pubblicazione 2020                                     | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/MEDIA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/MEDIA.PDF</a>                                       | INFOGRAFICA DI DIDATTICA STATISTICA    | 360             |
| LA MEDIANA<br>pubblicazione 2020                                   | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/MEDIANA-1.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/MEDIANA-1.PDF</a>                               | INFOGRAFICA DI DIDATTICA STATISTICA    | 361             |
| LA MODA<br>pubblicazione 2020                                      | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/MODA.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/MODA.PDF</a>   | INFOGRAFICA DI DIDATTICA STATISTICA    | 362             |
| LA COMPOSIZIONE PERCENTUALE<br>pubblicazione 2020                  | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/COMPOSIZIONE-PERCENTUALE.PDF">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/COMPOSIZIONE-PERCENTUALE.PDF</a> | INFOGRAFICA DI DIDATTICA STATISTICA    | 363             |

|  |   |   |     |
|--|---|---|-----|
| LA PERCENTUALE<br>pubblicazione 2020                                       | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/percentuale.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/PERCENTUALE.PDF</a>                         | INFOGRAFICA<br>DI DIDATTICA<br>STATISTICA | 364 |
| I PUNTI PERCENTUALI<br>pubblicazione 2020                                  | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/punti-percentuali.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/PUNTI-PERCENTUALI.PDF</a>             | INFOGRAFICA<br>DI DIDATTICA<br>STATISTICA | 365 |
| LA DEVIAZIONE STANDARD<br>pubblicazione 2020                               | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/deviazione-standard-1.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/DEVIAZIONE-STANDARD-1.PDF</a>     | INFOGRAFICA<br>DI DIDATTICA<br>STATISTICA | 367 |
| L'ANALISI DEI GRUPPI<br>pubblicazione 2020                                 | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/analisi-gruppi.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/ANALISI-GRUPPI.PDF</a>                   | INFOGRAFICA<br>DI DIDATTICA<br>STATISTICA | 368 |
| L'ANALISI DELLE<br>CORRISPONDENZE MULTIPLE<br>pubblicazione 2020           | <a href="https://www.istat.it/it/files//2020/04/corrispondenze-multiple.pdf">HTTPS://WWW.ISTAT.IT/IT/FILES//2020/04/CORRISPONDENZE-MULTIPLE.PDF</a> | INFOGRAFICA<br>DI DIDATTICA<br>STATISTICA | 369 |
| INFOGRAFICHE AL SERVIZIO<br>DELLA STATISTICA<br>pubblicazione 2018         | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=fotod_c6mqo">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=FOTOD_C6MQO</a>   | TALK A CONTENUTO<br>STATISTICO            | 370 |
| TALENT BEAUTIFUL NUMBERS:<br>CREA LA TUA INFOGRAFICA<br>pubblicazione 2022 | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=y7s97-vn-ne">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=Y7S97-VN-NE</a>   | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 371 |
| TALENT INFOGRAFICHE:<br>LA PRIMA EDIZIONE<br>pubblicazione 2021            | LINK IN FASE DI REINDIRIZZAMENTO  | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO           | 372 |

|   |   |  |     |
|---|---|--|-----|
| TALENT “BEAUTIFUL NUMBERS”:<br>CREA LA TUA INFOGRAFICA<br>pubblicazione 2021            | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=TGZ074XFHF8">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=TGZ074XFHF8</a> | VIDEO EVENTO                                 | 373 |
| SE FOSSIMO IN 100. ANNO 2018<br>pubblicazione 2018                                      | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OSGS1FVHKPY">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=OSGS1FVHKPY</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO              | 374 |
| SE FOSSIMO IN 100 BAMBINI<br>pubblicazione 2018   | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=AWDHMOWYFUE">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=AWDHMOWYFUE</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO              | 375 |
| SE FOSSIMO IN 100. ANNO 2016<br>pubblicazione 2016                                      | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=O6YBCKNWHJO">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=O6YBCKNWHJO</a> | VIDEO A CONTENUTO<br>STATISTICO              | 376 |
| COMUNICARE E VISUALIZZARE<br>CON LE IMMAGINI I DATI<br>STATISTICI<br>pubblicazione 2021 | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=YSE9UINWBZY">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=YSE9UINWBZY</a> | VIDEOLEZIONE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO    | 377 |
| FORME E STRUMENTI DI<br>VISUALIZZAZIONE DATI<br>pubblicazione 2019                      | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8QJFGIDPDOY">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=8QJFGIDPDOY</a> | VIDEOLEZIONE<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO    | 378 |
| IL PROCESSO STATISTICO<br>pubblicazione 2016  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=L9TJ2DENAFS">HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=L9TJ2DENAFS</a> | VIDEO DIDATTICO<br>A CONTENUTO<br>STATISTICO | 379 |



Le immagini  
sono numeri  
percepiti dall'anima  
e i numeri  
sono immagini  
viste dall'intelletto

**Platone**