1	**Il tuo ufficio deve realizzare un nuovo progetto formativo digitale (piattaforma e-learning e pillole video) per promuovere le attività dell'organizzazione. Per raggiungere il risultato entro l'anno, è stato definito un vincolo economico. Devi strutturare il gruppo di lavoro assegnando i compiti e impostando le modalità di monitoraggio delle attività. Individua tra le seguenti opzioni la modalità di intervento più efficace.**
	Riunisci il team per condividere gli obiettivi e i vincoli di budget. Definisci un cronoprogramma dettagliato con indicatori chiari per misurare lo stato di avanzamento. Assegni i ruoli operativi valorizzando le competenze dei singoli e istituisci riunioni periodiche di allineamento per verificare l'avanzamento complessivo del progetto.
	Assegni i compiti ai collaboratori in base a una divisione quantitativa dei carichi di lavoro. Comunichi la pianificazione tramite circolare interna e richiedi che ognuno lavori in autonomia alla propria parte, prevedendo la tua supervisione alla consegna finale o in caso di imprevisti.
	Assumi direttamente la gestione e la produzione delle attività principali del progetto formativo e deleghi al gruppo esclusivamente i compiti amministrativi, di supporto esecutivo e segreteriale.
2	**A seguito di una campagna informativa promossa dal tuo ufficio, una nota testata giornalistica online travisa e pubblica in modo errato alcuni dati ufficiali diffusi dalla tua organizzazione. L'articolo, che riporta un titolo d'impatto ma basato su un'interpretazione totalmente scorretta delle informazioni, diventa rapidamente virale sui social network, generando polemiche e rischiando di minare la fiducia dei cittadini e la credibilità nei confronti dell'organizzazione. Individua tra le seguenti opzioni la modalità di intervento più efficace.**
	Analizzi l'articolo per individuare esattamente quali informazioni siano state travisate dal giornalista. Predisponi una nota di rettifica chiara e priva di toni polemici da inviare alla testata, supportata da grafici esplicativi corretti. Contemporaneamente, proponi di pubblicare sui canali digitali dell'organizzazione un contenuto informativo di chiarimento accessibile a tutti con l'obiettivo di trasformare la criticità in un'azione di miglioramento della qualità informativa.
	Invii una formale richiesta di smentita alla testata giornalistica per richiedere l'immediata rimozione o correzione dell'articolo. Disponi di non produrre spiegazioni o contenuti integrativi sui canali digitali dell'organizzazione e indichi al team di non rispondere ai commenti degli utenti sui social network.
	Non attivi interventi nei confronti della testata giornalistica e proponi di accelerare i tempi di pubblicazione di una nuova campagna informativa su temi totalmente differenti al fine di indirizzare l'attenzione del pubblico e dei social media sul nuovo progetto.
3	**Nell'ambito dei piani di comunicazione dell'organizzazione rivolti ai giovani, viene proposta l'introduzione di tecniche di e-learning basate su gioco digitale (gamification) e brevi video interattivi da veicolare su piattaforme social emergenti. Alcuni colleghi esprimono forti perplessità, ritenendo che questi nuovi formati e linguaggi digitali multimediali possano banalizzare l'immagine e l'autorevolezza dei contenuti dell'organizzazione. Individua tra le seguenti opzioni la modalità di intervento più efficace.**
	Sostieni l'introduzione dei nuovi canali e progetti pillole informative dinamiche in base ai codici comunicativi specifici, programmando contenuti multimediali che rimandino l'utenza a percorsi di e-learning e approfondimento strutturati sulla piattaforma aziendale.

	Avvii la sperimentazione sui nuovi canali digitali proponendo di trasferirvi video istituzionali tradizionali già registrati per il sito web, senza adattare il linguaggio e la struttura multimediale alle logiche specifiche della nuova piattaforma.
	Proponi di rinviare l'uso delle piattaforme social emergenti e dei formati video interattivi. Suggerisci di focalizzare le risorse e le attività esclusivamente sui canali di comunicazione tradizionali consolidati.
4	**Nell'ambito dei servizi di formazione a distanza della tua organizzazione, stai gestendo una piattaforma web di e-learning destinata a utenti esterni. Un utente ti segnala tramite email che all'interno di un modulo multimediale già online è presente un grafico esplicativo i cui dati numerici non corrispondono perfettamente ai testi di sintesi a causa di una svista di calcolo in fase di editing. Il modulo è attualmente molto utilizzato per via di un'iniziativa nazionale in corso. Individua tra le seguenti opzioni la modalità di intervento più efficace.**
	Disponi la sospensione temporanea del modulo dalla piattaforma per il tempo necessario a ricalibrare i dati ricontrollando i testi di sintesi d'intesa con il team per eliminare l'incongruenza prima della nuova pubblicazione.
	Lasci online il contenuto multimediale inserendo un breve avviso testuale sotto al grafico per segnalare la presenza dell'incongruenza nei dati e rimandando la correzione effettiva del file ad una fase successiva.
	Mantieni il modulo online sul portale web escludendo l'inserimento di correzioni. Rispondi formalmente alla segnalazione indicando la conformità del materiale multimediale già pubblicato.
5	**Il tuo ufficio sta curando il lancio di una campagna informativa volta a promuovere la partecipazione dei cittadini a un sondaggio online promosso dall'organizzazione su tutto il territorio. A due settimane dall'avvio, i dati statistici di monitoraggio evidenziano un livello di adesione e interazione molto basso: il pubblico percepisce l'iniziativa come un adempimento burocratico poco rilevante. Se la tendenza non viene invertita immediatamente, si rischia di non raggiungere l'obiettivo di partecipazione minima richiesto. Individua tra le seguenti opzioni la modalità di intervento più efficace.**
	Modifichi la strategia di comunicazione al pubblico spostando la narrazione dall'obbligo formale al valore pratico dell'iniziativa per la vita dei cittadini, inserendo sui canali digitali contenuti multimediali dinamici e brevi video e verificando quotidianamente l'andamento dei nuovi indicatori.
	Aumenti la frequenza di pubblicazione dei messaggi già pianificati sui canali previsti, riproponendo i testi standard sull'importanza del sondaggio e ricordando le scadenze e le modalità di partecipazione al progetto.
	Mantieni la pianificazione dei contenuti digitali sui canali dell'organizzazione senza procedere ad alcuna modifica strategica e portando a termine la campagna informativa secondo il calendario editoriale prestabiito.



9 OTT 2026

BUSTA N. 3

1. **Generare valore dai dati:** il ruolo dell'informazione statistica a supporto della comunità, delle imprese e delle organizzazioni.

2. **Codice delle statistiche europee**: i pilastri per una diffusione efficace, trasparente e affidabile dei dati statistici.

3. **Disinformazione e comunicazione statistica**. In occasione della diffusione di un atteso report statistico, sui social network (ad es. Facebook, Instagram, ecc.) circolano interpretazioni errate di alcuni indicatori e confronti non corretti con dati relativi ad altri periodi e popolazioni. Strutturare la risposta dell'ente produttore dell'informazione statistica, distinguendo gli interventi di comunicazione immediata dalle azioni di medio periodo, finalizzate a rafforzare la capacità degli utenti di interpretare correttamente i dati.

9 OTT 2026




ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA