

# formaLAB

insegnanti di religione, catechisti

e operatori pastorali tra social e AI

1 e 2  
luglio 2024

Incontri di  
formazione

Laboratori  
di pratica

INFO E ISCRIZIONI



AGRIGENTO, parrocchia San Gregorio agrigentino

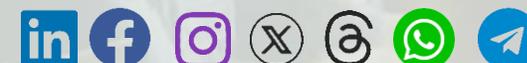
# PANORAMICA SULL'USO DEI SOCIAL *Storie e Reel*

**GIAMPIERO NERI**

IDS&Unitelm, Consigliere WECA,

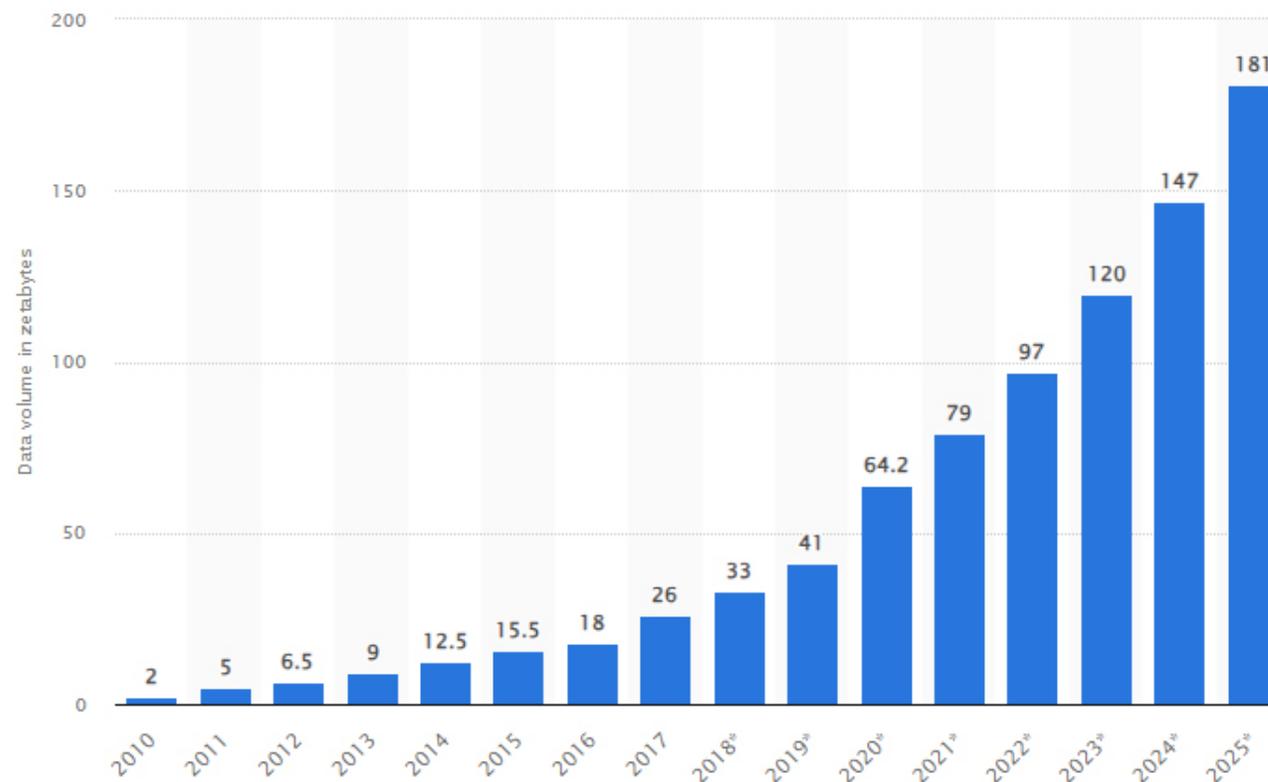
Servizio Informatico CEI

✉ g.neri@glauco.it



## #ecosistema

! Nel 2023, il numero di dati creati nel mondo sta superando i 100 Zettabyte

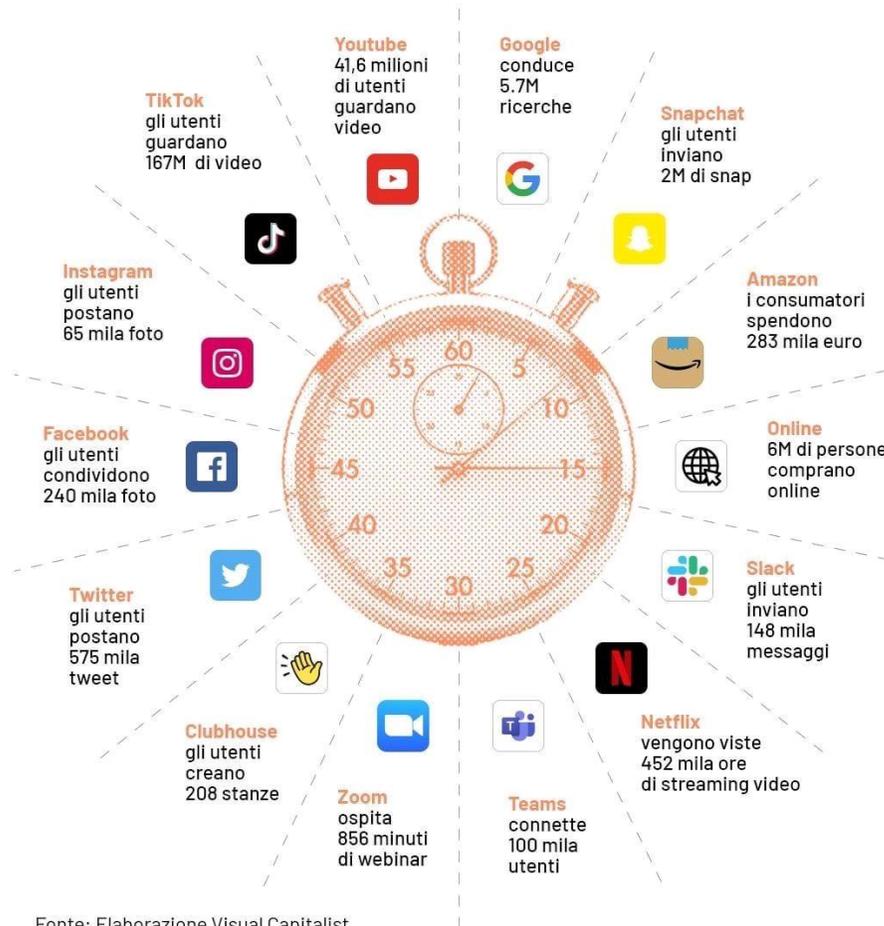


Additional Information

[www.statista.com](https://www.statista.com) © Statista 2023

#ecosistema

## Cosa succede su internet in 1 minuto



Fonte: Elaborazione Visual Capitalist

**#ecosistema**

**JAN  
2023**

**ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES**

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL  
POPULATION



we  
are  
social

**8.01  
BILLION**

URBANISATION  
**57.2%**

UNIQUE MOBILE  
PHONE USERS



Meltwater

**5.44  
BILLION**

vs. POPULATION  
**68.0%**

INTERNET  
USERS



KEPIOS

**5.16  
BILLION**

vs. POPULATION  
**64.4%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**4.76  
BILLION**

vs. POPULATION  
**59.4%**

**SOURCES:** UNITED NATIONS; GOVERNMENT BODIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; WORLD BANK; EUROSTAT; CNNIC; APJII; IAMAI & KANTAR; CIA WORLD FACTBOOK; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS REPORTS; OGDH; BETA RESEARCH CENTER; KEPIOS ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA, INCLUDING COMPREHENSIVE REVISIONS TO POPULATION DATA. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCE DATA MAY NOT HAVE BEEN UPDATED IN THE PAST YEAR. SEE [NOTES ON DATA](#) FOR FULL DETAILS.

#ecosistema

JAN 2023

DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO OWN EACH KIND OF DEVICE



ANY KIND OF MOBILE PHONE



GWI.

96.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-0.4% (-40 BPS)

SMART PHONE



we are social

95.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-0.3% (-30 BPS)

FEATURE PHONE



GWI.

7.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-10.2% (-90 BPS)

LAPTOP OR DESKTOP COMPUTER



58.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-8.1% (-510 BPS)

TABLET DEVICE



33.7%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-3.2% (-110 BPS)

GAMES CONSOLE



Meltwater

20.3%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
[UNCHANGED]

SMART WATCH OR SMART WRISTBAND



GWI.

29.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+9.1% (+250 BPS)

TV STREAMING DEVICE



KEPIOS

16.5%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+6.5% (+100 BPS)

SMART HOME DEVICE



GWI.

16.4%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+16.3% (+230 BPS)

VIRTUAL REALITY DEVICE



5.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+16.7% (+80 BPS)

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](http://GWI.COM) FOR FULL DETAILS. NOTES: PERCENTAGE CHANGE VALUES REPRESENT RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE

**#ecosistema**

**JAN 2023**

**DAILY TIME SPENT WITH MEDIA**

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING THE INTERNET



GWI.

**6H 37M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-4.8% (-20 MINS)**

TIME SPENT WATCHING TELEVISION (BROADCAST AND STREAMING)



Meltwater

**3H 23M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+1.5% (+3 MINS)**

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA



GWI.

**2H 31M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+2.0% (+3 MINS)**

TIME SPENT READING PRESS MEDIA (ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



**2H 10M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+7.4% (+9 MINS)**

TIME SPENT LISTENING TO MUSIC STREAMING SERVICES



we are social

**1H 38M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+5.4% (+5 MINS)**

TIME SPENT LISTENING TO BROADCAST RADIO



GWI.

**0H 59M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-3.3% (-2 MINS)**

TIME SPENT LISTENING TO PODCASTS



KEPIOS

**1H 02M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+12.7% (+7 MINS)**

TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE



**1H 14M**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+2.8% (+2 MINS)**

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](http://GWI.COM) FOR FULL DETAILS. NOTES: CONSUMPTION OF DIFFERENT MEDIA MAY OCCUR CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO.



#ecosistema

JAN 2023

INTERNET CONNECTION SPEEDS

MEDIAN SPEEDS AND LATENCY FOR MOBILE AND FIXED INTERNET CONNECTIONS



GLOBAL OVERVIEW

MEDIAN SPEED OF MOBILE INTERNET CONNECTIONS

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN MEDIAN SPEED OF MOBILE INTERNET CONNECTIONS

MEDIAN SPEED OF FIXED INTERNET CONNECTIONS

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN MEDIAN SPEED OF FIXED INTERNET CONNECTIONS



we are social

OOKLA

Meltwater

DOWNLOAD (MBPS)

**33.97**

UPLOAD (MBPS)

**9.34**

LATENCY (MS)

**28**

DOWNLOAD

**+17.0%**

UPLOAD

**+9.5%**

LATENCY

**-3.4%**

DOWNLOAD (MBPS)

**74.54**

UPLOAD (MBPS)

**31.75**

LATENCY (MS)

**10**

DOWNLOAD

**+28.5%**

UPLOAD

**+30.8%**

LATENCY

**0%**

SOURCE: OOKLA. NOTE: FIGURES REPRESENT MEDIAN DOWNLOAD AND UPLOAD SPEEDS IN MEGABITS PER SECOND, AND MEDIAN CONNECTION LATENCY IN MILLISECONDS IN NOVEMBER 2022. TIP: A NEGATIVE VALUE FOR YEAR-ON-YEAR CHANGE IN LATENCY REPRESENTS AN IMPROVEMENT, BECAUSE LOWER LATENCY SHOULD RESULT IN FASTER CONTENT DELIVERY. COMPARABILITY: FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS IN THIS SERIES FEATURED MEAN CONNECTION SPEED VALUES, WHEREAS WE NOW FEATURE MEDIAN VALUES. CONSEQUENTLY, VALUES SHOWN HERE ARE NOT COMPARABLE WITH VALUES SHOWN IN PREVIOUS REPORTS.

we are social

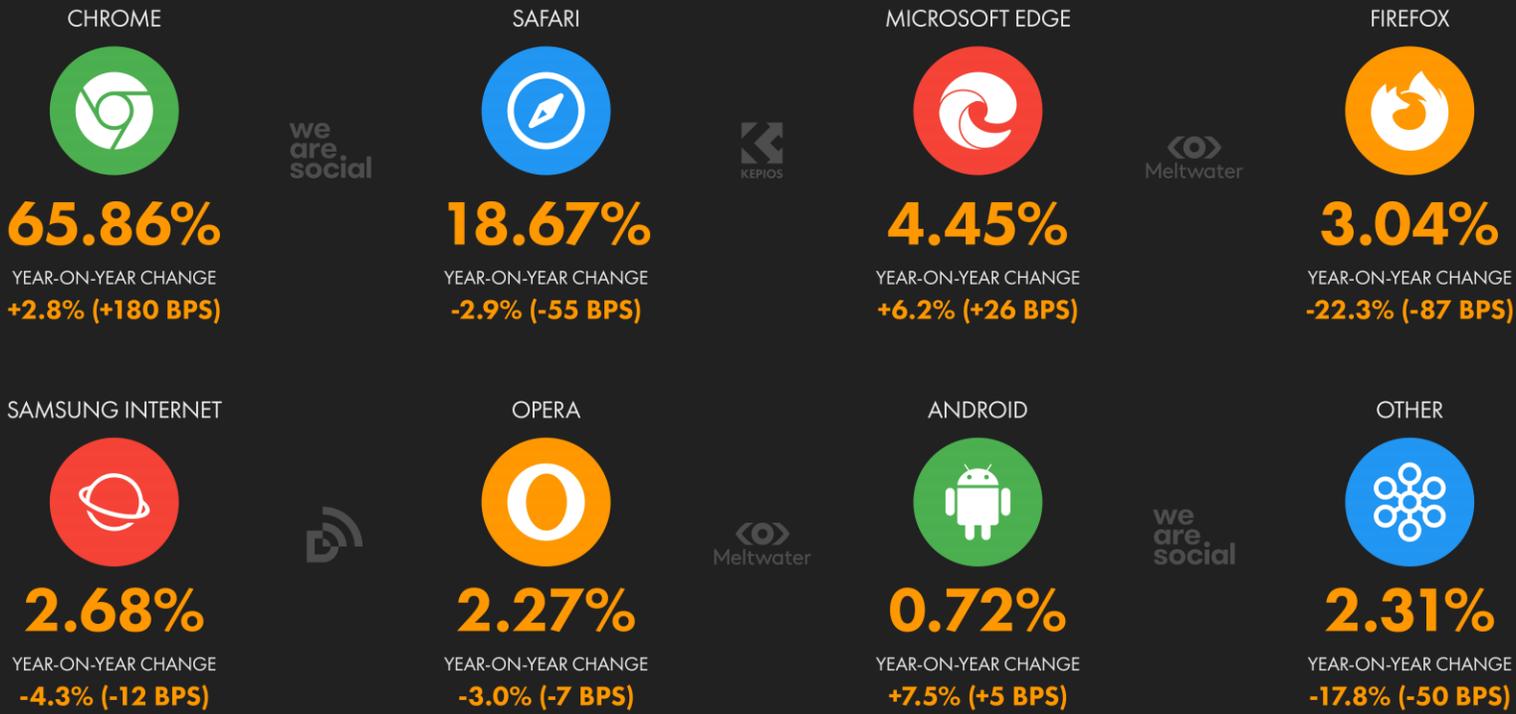
Meltwater

#ecosistema

JAN 2023

SHARE OF WEB TRAFFIC BY BROWSER

PERCENTAGE OF TOTAL WEB PAGES SERVED TO EACH BRAND OF WEB BROWSER RUNNING ON ANY DEVICE



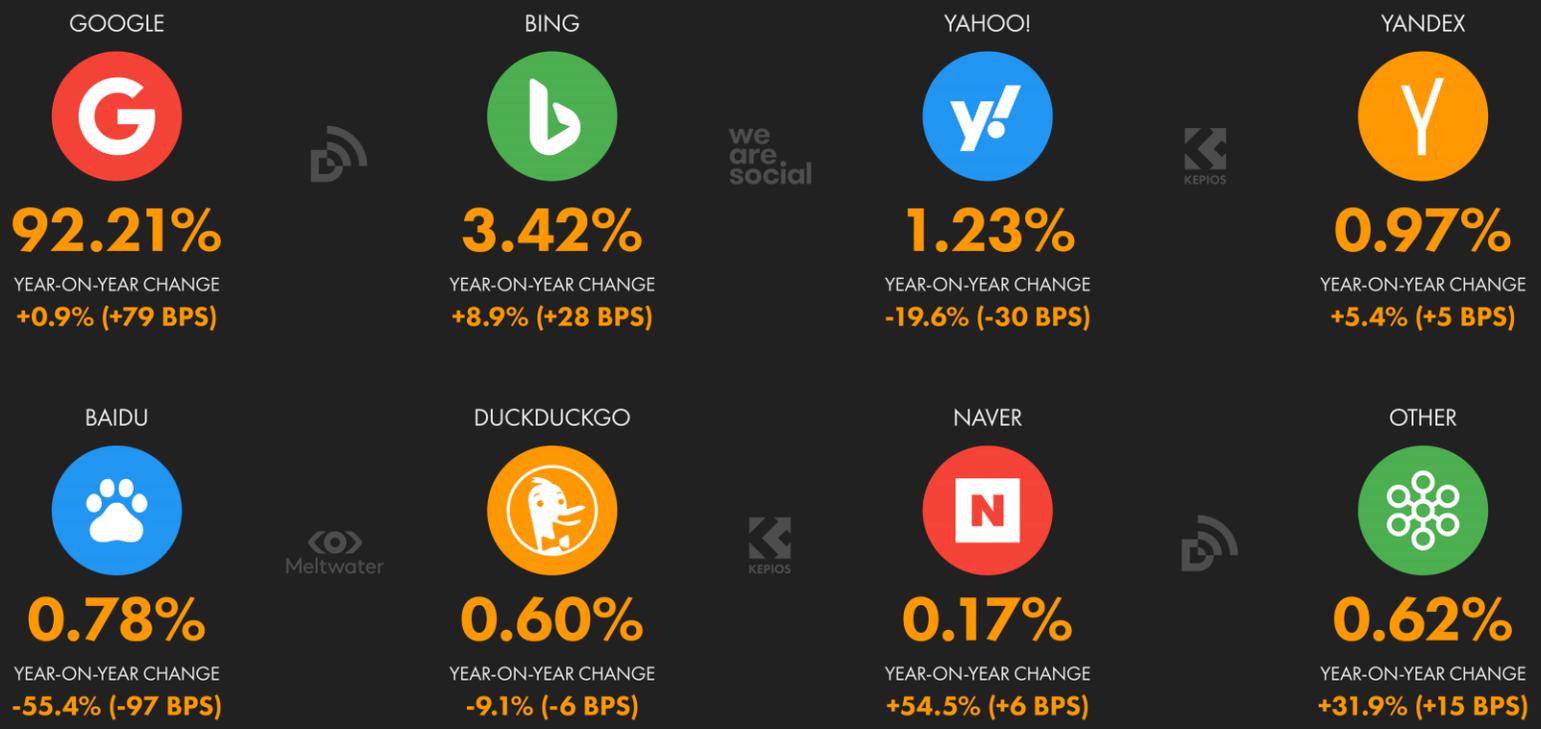
SOURCE: STATCOUNTER. NOTES: FIGURES REPRESENT THE NUMBER OF PAGE VIEWS SERVED TO EACH BROWSER AS A PERCENTAGE OF TOTAL PAGE VIEWS SERVED TO WEB BROWSERS RUNNING ON ANY KIND OF DEVICE IN NOVEMBER 2022. PERCENTAGE CHANGE VALUES REPRESENT RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). \*BPS\* VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE. FIGURES MAY NOT SUM TO 100% DUE TO ROUNDING.

**#ecosistema**

**JAN 2023**

**SHARE OF SEARCH ENGINE REFERRALS**

PERCENTAGE OF TOTAL WEB TRAFFIC REFERRED BY SEARCH ENGINES THAT ORIGINATED FROM EACH SEARCH SERVICE



75 **SOURCE:** STATCOUNTER. **NOTES:** FIGURES REPRESENT THE NUMBER OF PAGE VIEW REFERRALS ORIGINATING FROM EACH SERVICE AS A PERCENTAGE OF TOTAL PAGE VIEW REFERRALS ORIGINATING FROM SEARCH ENGINES IN NOVEMBER 2022. PERCENTAGE CHANGE VALUES REPRESENT RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE. FIGURES MAY NOT SUM TO 100% DUE TO ROUNDING.



# #ecosistema

**JAN 2023**

## POPULAR METAVERSE GAMING WORLDS

ACTIVE USERS OF SOME OF THE WORLD'S MOST POPULAR "METAVERSE" (VIRTUAL WORLD) GAMES



FORTNITE: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**251.7 MILLION**



ROBLOX: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**203.1 MILLION**



MINECRAFT: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**172.8 MILLION**



AXIE INFINITY: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**468.8 THOUSAND**

SANDBOX: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**201 THOUSAND**



HORIZON WORLDS: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**200 THOUSAND**



DECENTRALAND: MONTHLY ACTIVE PLAYERS



**56.7 THOUSAND**



SECOND LIFE: DAILY ACTIVE PLAYERS



**200 THOUSAND**

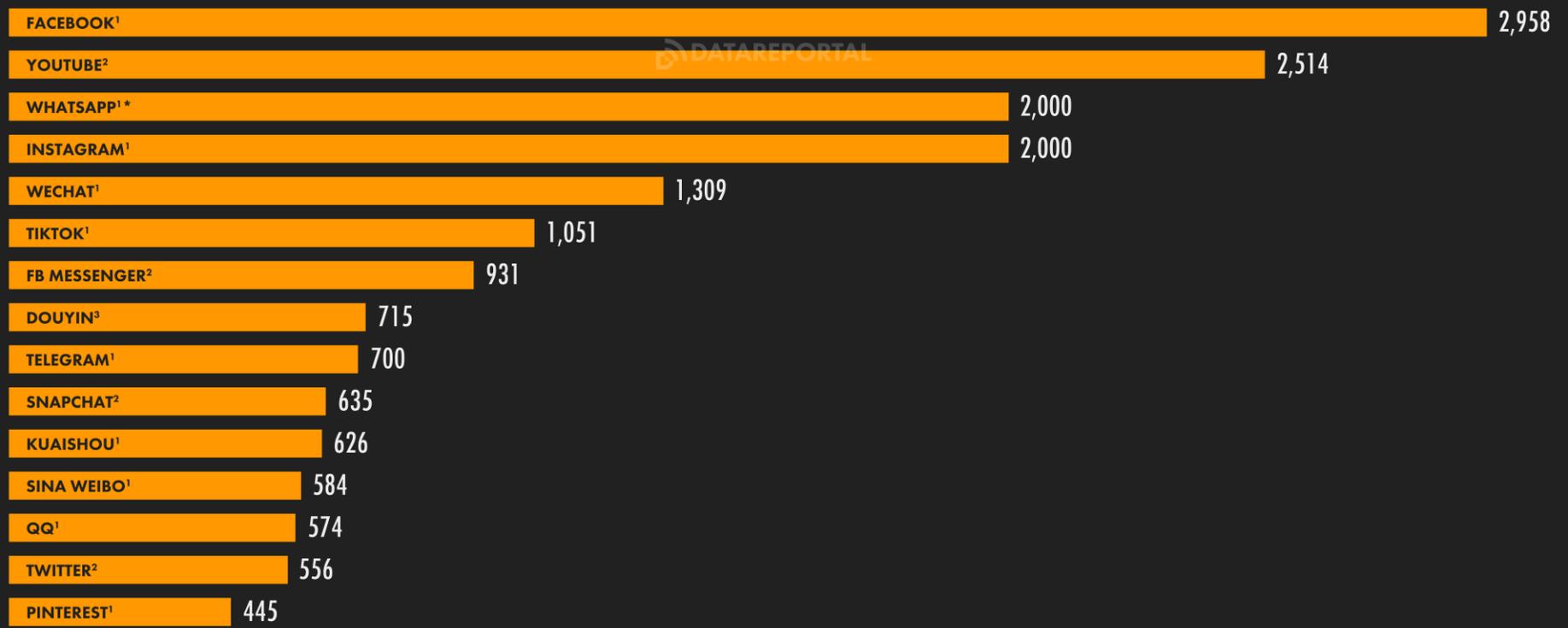
SOURCES: FORTNITE, ROBLOX, MINECRAFT, AXIE INFINITY: ACTIVEPLAYER.IO ESTIMATES FOR ACTIVE PLAYERS IN DECEMBER 2022; SANDBOX: COMPANY STATEMENT (OCT 2022); HORIZON WORLDS: WALL STREET JOURNAL (OCT 2022); DECENTRALAND: COMPANY STATEMENT (OCT 2022); SECOND LIFE: DANIEL VOYAGER (OCT 2022). NOTE: VALUES FROM DIFFERENT SOURCES MAY NOT BE COMPARABLE DUE TO DIFFERENCES IN DEFINITIONS AND VARYING DATA COLLECTION AND REPORTING METHODOLOGIES.

# #ecosistema

JAN  
2023

## THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS)



**SOURCES:** KEPIOS ANALYSIS OF (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING RESOURCES; (3) ANALYSYS.CN. **ADVISORY:** USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** PLATFORMS IDENTIFIED BY (\*) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES ARE LESS REPRESENTATIVE. BASE CHANGES AND METHODOLOGY CHANGES IN SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

## #ecosistema



**Gli utenti italiani spendono, in media, quasi 2 ore al giorno sui social network**



**Nel 2020 ci sono stati 80 mln di dispositivi mobili attivi, pari al 134% della popolazione**



**L'84 % della popolazione italiana ha un accesso ad internet.  
La percentuale arriva al 96% per gli under 35**



## #chi se ne occupa?

### POPULAR LOCATIONS FOR USING THE SMARTPHONE FOR NEWS - ALL MARKETS



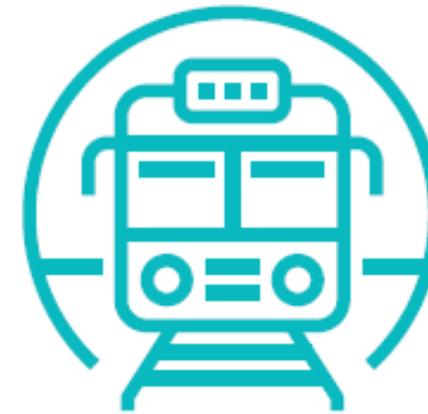
**46%**

use their  
smartphones  
for news in bed



**32%**

access news via  
smartphone in the  
bathroom/toilet



**42%**

access news via  
smartphones on  
public transport

# #chi se ne occupa?



**#chi se ne occupa?**



## #diocesi e parrocchie italiane

Sul territorio italiano ci sono:

**226** Diocesi

**41** sedi metropolitane

**156** sedi vescovili

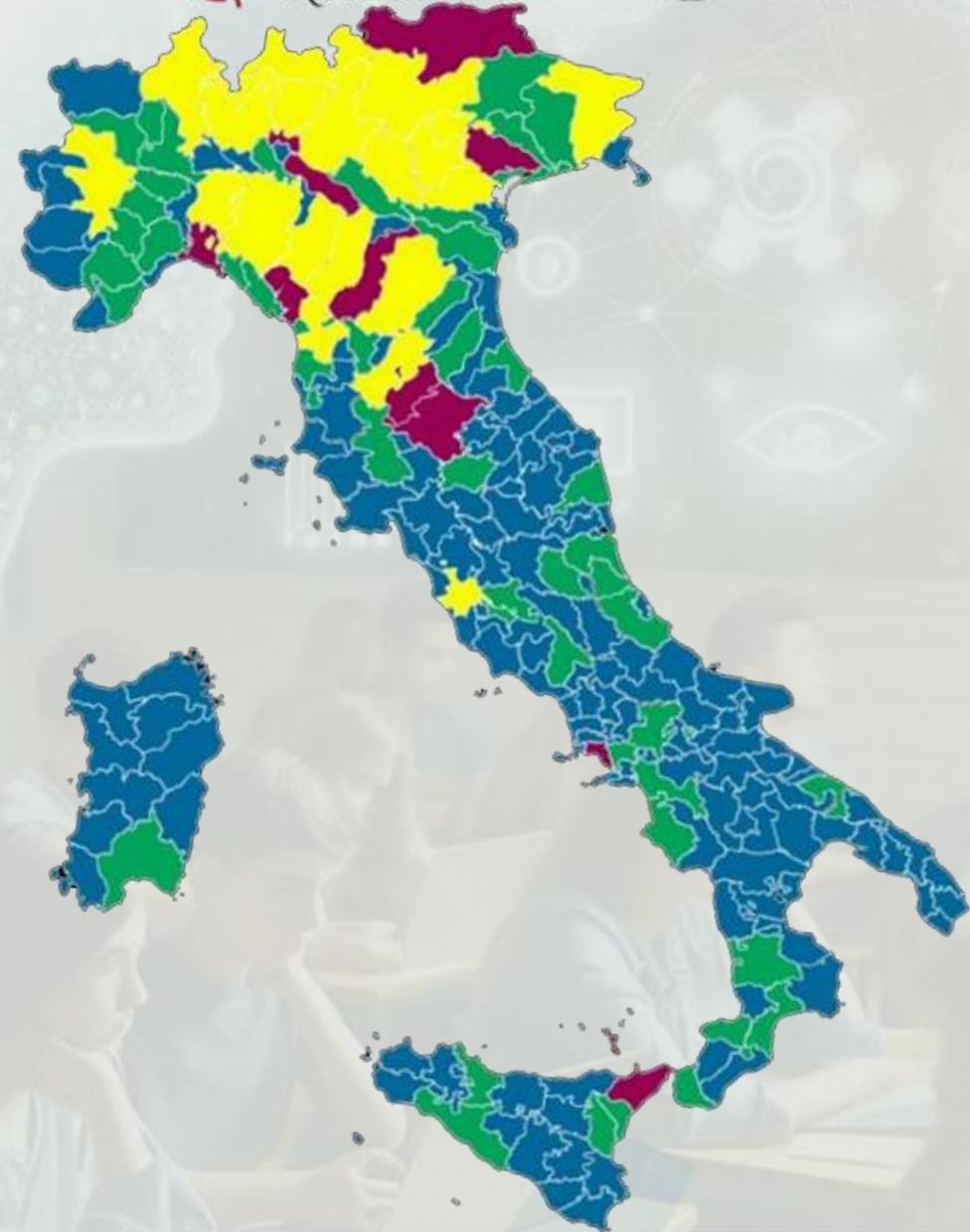
**20** sedi non metropolitane

**25.527** parrocchie

**11.687** sacerdoti regolari

**4.769** diaconi permanenti

**61.692.126** abitanti





facebook.com/conferenzaepiscopaleitaliana

standard grid

Cerca su Facebook

CEI - Conferenza Episcopale Italiana

Invia e-mail Ti piace Invia messaggio

VAL CANNUTA

La Conferenza Episcopale Italiana è l'assemblea permanente dei vescovi italiani ed esercita la propria attività nell'Assemblea Generale. È un organism... Altro...

121.795 persone hanno messo "Mi piace" a questa Pagina, tra cui 48 dei tuoi amici

166.687 persone seguono questa Pagina

1343 persone si sono registrate qui

<https://www.chiesacattolica.it/>

06 663981

Invia messaggio

[ucs@chiesacattolica.it](mailto:ucs@chiesacattolica.it)

Organizzazione religiosa

Informativa sulla privacy

Altri post

CEI - Conferenza Episcopale Italiana

### Appello verso le elezioni politiche del 25 settembre

🇮🇹 Dipende da noi: impegniamoci. È questo il messaggio che sentiamo di rivolgere a noi stessi, alle nostre comunità, a tutte le donne e gli uomini d'Italia. Siamo attraversando una fase particolarmente delicata e complicata della storia: le nostre parole non sono un incoraggiamento ad andare avanti nonostante tutto, ma un invito a osare con speranza. Non semplice ottimismo, ma speranza e realismo cristiano. La guerra, la ... Altro...

**CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA**  
Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali

#### Osare la speranza

Appello alle donne e agli uomini del nostro Paese

Se da noi: impegniamoci. È questo il messaggio che sentiamo di rivolgere a noi stessi, alle nostre comunità, a tutte le donne e gli uomini d'Italia. Siamo attraversando una fase particolarmente delicata e complicata della storia: le nostre parole non sono un incoraggiamento ad andare avanti nonostante tutto, ma un invito a osare con speranza. Non semplice ottimismo, ma speranza e realismo cristiano. La guerra, la pandemia, la crisi natal e quella delle imprese, l'aumento generalizzato dei costi, il caro bollette... sono questioni che ci addolorano terribilmente e ci preoccupano. Non possiamo maiarci a vedere la vita calpestante. Il nostro appello è motivato prima di tutto dalla nostra certezza che il Vangelo di Gesù continua ad essere una Buona Notizia per tutti, a cuore il futuro di ogni persona umana. "Io sono venuto perché abbiano la vita e non in abbondanza" (Gv 10,10). Siamo fratelli e sorelle. "Impegniamoci", tutti e, per non cedere al pessimismo e alla rabbia. Vogliamo essere spettatori o protagonisti del futuro? L'Italia ha bisogno dell'impegno di ciascuno, di responsabilità e di spaziosità. Vicini e solidali con chi soffre ed è in cerca di risposte ai tanti problemi suoi, rivolgiamo un appello agli elettori, ai giovani, a chi ha perso fiducia nelle istituzioni e agli stessi rappresentanti che saranno eletti al Parlamento.

**Attori**

È un diritto e un dovere da esercitare con consapevolezza. Siamo chiamati a fare sintonia fra le diverse proposte politiche alla luce del bene comune, liberi da qualsiasi onta personale e attenti solo alla costruzione di una società più giusta, che riparte dall'ultimo" e, per questo, possibile per tutti, e ospitale. Solo così può entrare il futuro! Il bisogno diffuso di comunità, da costruire e ricostruire sui territori in Italia e in Europa, con lo sguardo aperto al mondo, senza lasciare indietro nessuno. C'è urgenza di ampliare di uno slancio culturale che sappia aprire orizzonti nuovi e nutrire l'aspirazione al bello, al vero e al giusto. Il voto è una espressione qualificata della vita politica di un Paese, ma è opportuno continuare a sentirsi parte attraverso tutti i momenti che la società civile ha a disposizione.

**Finalità**

Finalità, che per la prima volta si recano a un gesto elettorale, diciamo di avere fiducia nel vostro voto lanciato a tutta l'Italia un forte messaggio di partecipazione alla costruzione del bene comune, nel rispetto della persona, di tutte le persone in ogni fase della vita. Questo è il vero criterio per orientarsi nelle scelte. Il vostro impegno per la cura della persona e risolvere i problemi è un segno che fa ben sperare. E impegna, allo stesso tempo, noi adulti a non tradire i vostri sogni.

Mostra tutto

Foto

Mostra tutto

Video

Mostra tutto



TWEET 17100 FOLLOWING 753 FOLLOWER 11700 MI PIACE 478 LISTE 7

Segui

**Eglise Catholique**

@EgliseCatho

Compte géré par la Conférence des évêques de France, en lien avec le site portail [eglise.catholique.fr](http://eglise.catholique.fr)

[eglise.catholique.fr](http://eglise.catholique.fr)

Iscritto a febbraio 2012

Twitta a

Conosci 1 follower



701 foto e video



Tweet Tweet e risposte Contenuti

Eglise Catholique ha ritwittato  
**'Loué sois-tu'** @Laudato\_si · 23 giu  
«Nous oublions que nous-mêmes, nous sommes poussière. Notre propre corps est constitué d'éléments de la planète» #LaudatoSi

Eglise Catholique ha ritwittato  
**PontifexEnImages** @PontifexImages · 23 giu  
@Pontifex\_fr Je vous demande d'accompagner par la prière mon voyage apostolique en Arménie.



Chi seguire - Aggiorna - Visualizza tutto

- Riprendiamoci Roma** @Rip...  
Segui
- Muoversi a Roma** @romam...  
Segui
- RADIOPOTENZACENTRAL**...  
Seguito da Scouting for e altri  
Segui

Trova amici

Tendenze in Italia - Modifica

- #NowYouCan**  
Sponsorizzato da NOW TV
- #1DStayWithUs**  
@Ttmobile\_sta twittando su questo argomento
- #1DisDeadParty**  
@Ttmobile\_sta twittando su questo argomento
- #pechinoexpress**  
@Ttmobile\_sta twittando su questo argomento

Diocese do Porto @Diocesedoporto

Chiesa cattolica · Porto (Portogallo)  
5.0 ★★★★★

Cerca post in questa Pagina

Pliace a 11.922 persone

59 persone sono state qui

Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

5.0 di 5 stelle · 42 recensioni  
Visualizza recensioni

INFORMAZIONI

Stato

Scrivi qualcosa su questa Pagina...

Diocese do Porto presso Paço Episcopal do Porto.  
5 ore fa · Porto (Portogallo), Distretto di Porto, Portogallo · 📍

Começou desta forma o fogo de artifício do São João 2016.

Visualizza traduzione

Home Notifiche Messaggi

Cerca su Twitter

Tweet

JUBILEU DA MISERICÓRDIA  
Misericordiosos como o Pai  
8 Dez. 2015 a 20 Nov. 2016

A alegria do Evangelho é a nossa missão

Diocese do Porto @diocesedoporto

Porto  
diocese-porto.pt  
Iscritto a dicembre 2012

609 TWEET 251 FOLLO WING 556 FOLLO WER MI PRICE 122

Tweet Tweet e risposte Contenuti

Diocese do Porto @diocesedoporto · 22 giu

Agência Ecclesia - Vaticano: Papa assume admiração por Bento XVI em texto de homenagem [ow.ly/ZcgQ301wkTE](https://ow.ly/ZcgQ301wkTE)

Diocese do Porto ha ribattuto

Papa Francisco @Pontifex\_pt · 22 giu

Ser cristão significa unir a própria vida, em todos os aspectos, à pessoa de Jesus e, por meio Dele, ao Pai.

Chi seguire

Grana Padano DOP @Gran...  
Seguito da to ti amaro e altri

leonardo pisanì @leonardop...  
Seguito da Antonella Viggian...

Steve @bigio78

Segui

# Il lavoro del SOCIAL MEDIA MANAGER



QUELLO CHE SI VEDE DA FUORI

QUELLO CHE NON SI VEDE DA FUORI

**#il valore della  
copertura**



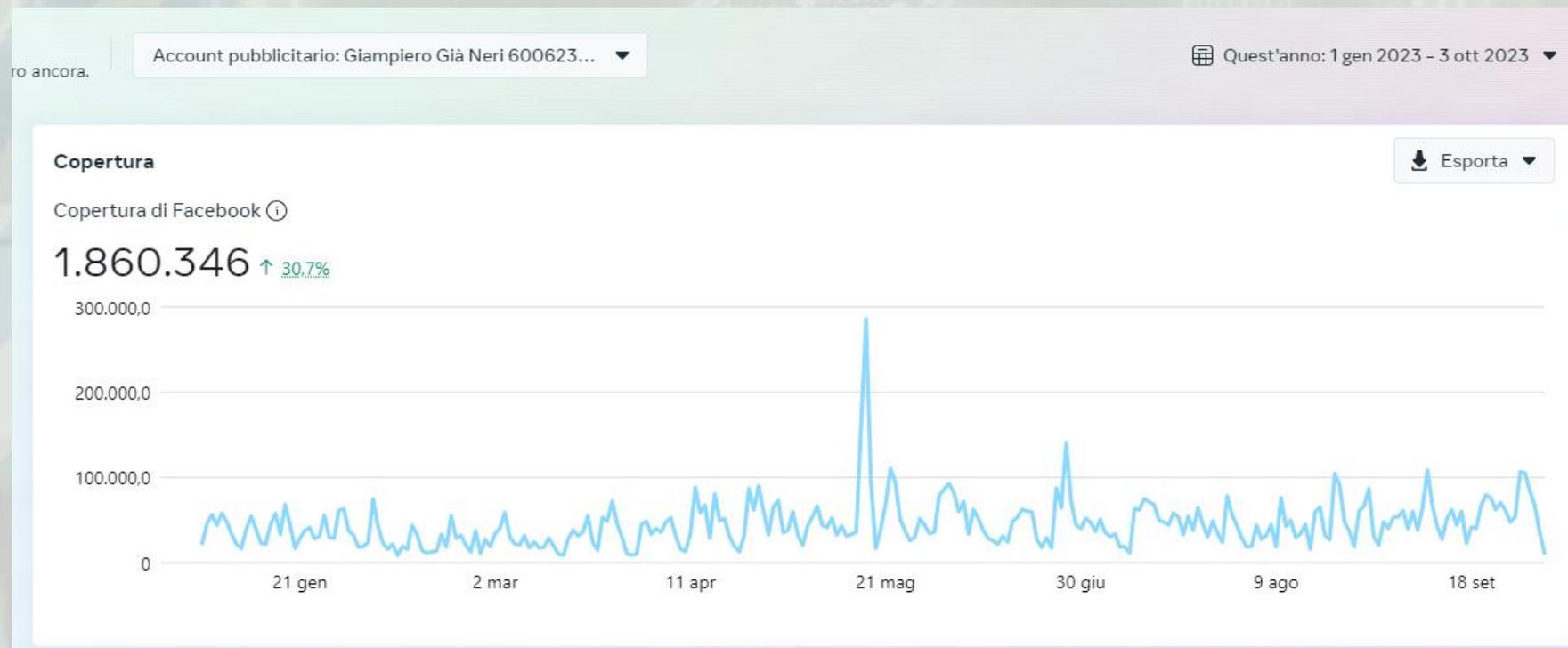
**ORGANICA**



**VIRALE**



**A PAGAMENTO**

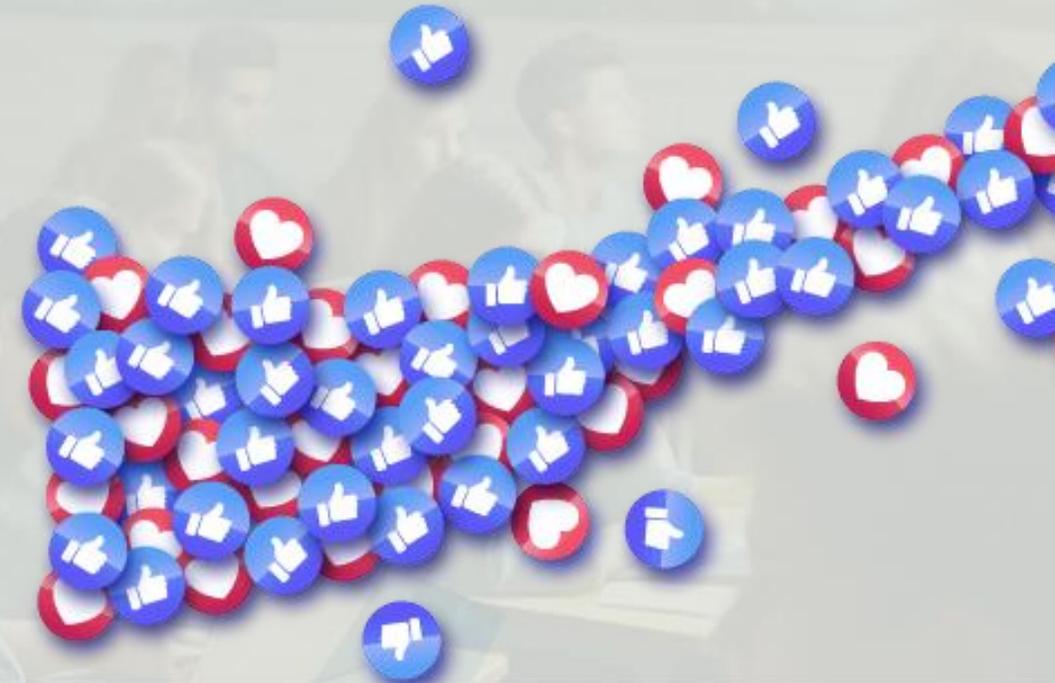


**#il valore della  
copertura**

# ! Dipende dall'ALGORITMO

Oggi:

- **Mostra contenuti di nostro interesse (visualizzazioni)**
- **Impression**
- **Interazioni e risposte**
- **Durata**
- **«Mi piace» / Reactions, click e commenti**
- **Link condivisi**



**#il valore della  
copertura**

**! Dipende dall'ALGORITMO**



29 mar 2024

**Abbiamo rimosso il tuo contenuto**

**Perché è successo**

Sembra che tu abbia condiviso o inviato immagini di nudo o atti sessuali.

 **Radio Maria**  
29 mar 2024

**LIVE**    Via Crucis con #Vicka di #Medjugorje sul #Krivevac  a cura di Padre Liv... 

Condiviso su Radio Maria

Il tuo contenuto viola i nostri Standard della community in materia di nudo o atti sessuali.

 **Vedi regola**



**Non mostreremo il tuo post più in basso nel feed.**



Weca - Associazione Webcattolici Italiani

1 g · 

 Circa 150 studenti in formazione hanno preso parte ai quattro laboratori proposti, tra i quali La pastorale nella cultura digitale e IA e Intelligenza Artificiale e Informazione  
[Università Pontificia Salesiana](#)



WECA.IT

Giornata Salesiana di Comunicazione. Il 4 maggio 2024 WeCa alla Facoltà di Comunicazione Sociale dell'Università Pontificia...

**Cosa è successo**

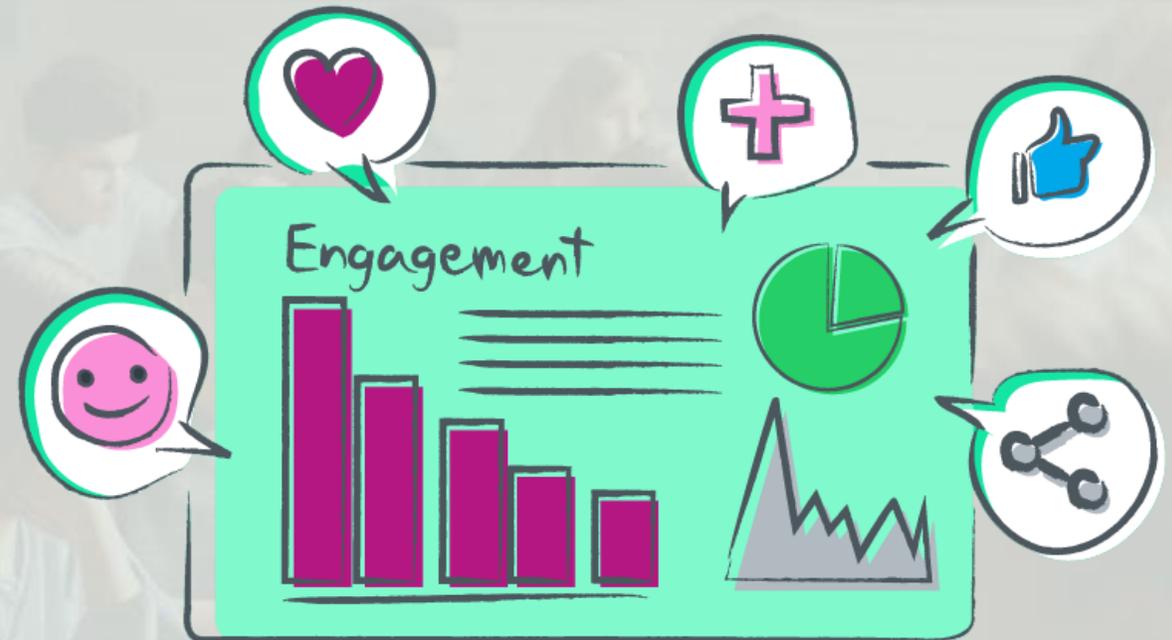
Abbiamo controllato il tuo post e abbiamo stabilito che rispetta i nostri Standard della community in materia di **Contenuti forti e violenti**.

Ci scusiamo per l'inconveniente. Sappiamo che può essere stato spiacevole quando abbiamo spostato il tuo post più in basso nel feed. Il feedback che hai fornito ci aiuterà a prendere decisioni migliori sui contenuti potenzialmente sensibili in futuro.

## # social media metrics

# ! ENGAGEMENT

- Impressions
- Reach
- Likes
- Comments
- Shares
- Views
- Clicks
- Sales



## # social media metrics

### ! SALES

- Total number of active ads
- Clicks
- Click-through rate
- Cost-per-click
- Cost-per-engagement
- Cost-per-action
- Conversion rate
- Total ad spend



## #alcune risorse

<https://business.facebook.com/>

instagram -> account professionale

<https://www.fanpagekarma.com/vs>

<https://www.fanpagekarma.com/hashtag>

<https://www.fanpagekarma.com/>

<https://socialblade.com/youtube/c/vaticannews>

<https://trends.google.com/trends/>

<https://wikirank.net/>

<https://wikirank.net/en/Papa%20Francesco>

<https://onemilliontweetmap.com/>

<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/inspiration/popular/hashtag/pc/en>

<https://app.sistrix.com/it/instagram-hashtags>

# LE TIPOLOGIE DI ACCOUNT

## *su Instagram*

### PROFILO PERSONALE

- Per privati
- Pubblico o Privato
- No opzioni contatto e indirizzo
- No Shop
- No Insights
- No Ads
- Sì link in Stories
- Accesso totale audio

### ACCOUNT CREATOR

- Per figure pubbliche e influencer
- Opzione display categoria
- Sì Shop
- Insights
- Sì Ads
- Sì link in Stories
- Accesso totale audio
- Accesso a strumenti dedicati
- Opzioni monetizzazione

### ACCOUNT BUSINESS

- Per aziende e brand
- Opzione display categoria
- Opzioni contatto e indirizzo
- Sì Shop
- Insights
- Sì Ads
- Sì link in Stories
- Accesso audio business Royalty-free (ma molti audio li puoi salvare e utilizzare!)

# REEL SU FACEBOOK NE VALE LA PENA, OGGI?

## Risultati del Test

### FACEBOOK REEL

**Copertura**

2.975

**Interazioni**

47

**Tasso Interazione**

**1.5%**

### INSTAGRAM REEL

**Copertura**

13.872

**Interazioni**

666

**Tasso Interazione**

**4.8%**

# IL TASSO MEDIO DI INTERAZIONE

*per Formato*

- 2023 EDITION -

## FACEBOOK



## INSTAGRAM



## IL TASSO MEDIO DI INTERAZIONE *per Social Network*

**0,60%**

**0,15%**

**0,05%**

**4,25%**

*Engagement Rate medio basato sul numero di follower*

CREDIT: Social Insider | Social Media Industry Benchmark 2023

## TUTTE LE DIMENSIONI di Facebook 2022 EDITION

### IMMAGINE COPERTINA

851 x 315 px

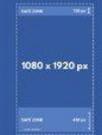
Smartphone: 640 x 360 px

Dimensione minima:  
400 x 150 px

### IMMAGINE COPERTINA GRUPPO

1640 x 856 px

### FACEBOOK REEL



1080 x 1920 px

### REEL PREVIEW



420 x 654 px

### IMMAGINE COPERTINA EVENTO

1200 x 628 px

### IMMAGINE ANTEPRIMA LINK

1200 x 628 px

### IMMAGINE PROFILO



180 X 180 px

### FACEBOOK STORY



1080 x 1920 px

### FB POST 1:1



1080 X 1080 px

### FB POST 4:5



1080 x 1350 px

### PRODOTTO CATALOGO



1024 X 1024 px

### CAROSELLO



1080 X 1080 px

# TUTTE LE DIMENSIONI *di Instagram* 2024

CAROSSELLO 1:1

1080 X 1080 px

CAROSSELLO 4:5

1080 x 1350 px

IG POST 1:1

1080 X 1080 px

IG POST 4:5

1080 x 1350 px

LANDSCAPE 16:9

1080 x 566 px

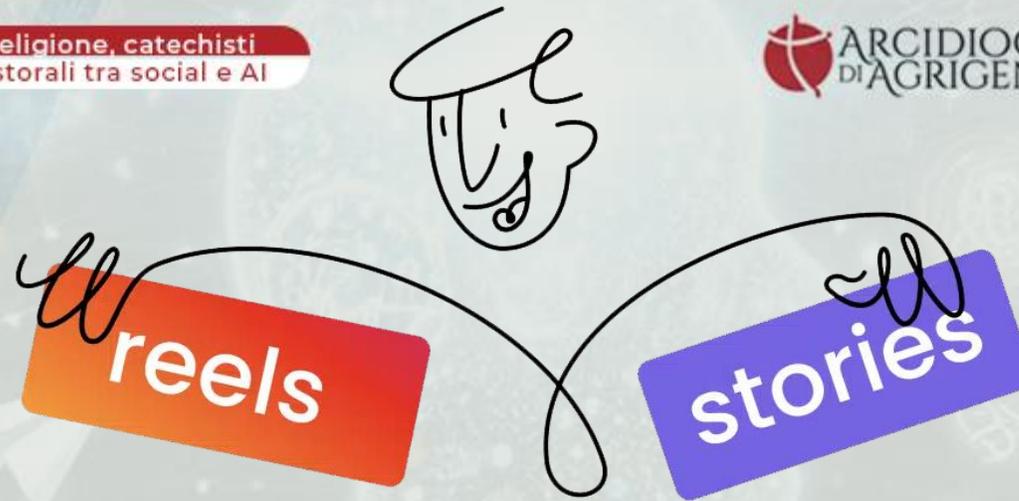
INSTAGRAM REEL

1080 x 1920 px

SAFE ZONE

ANTEPRIMA

420 x 654 px

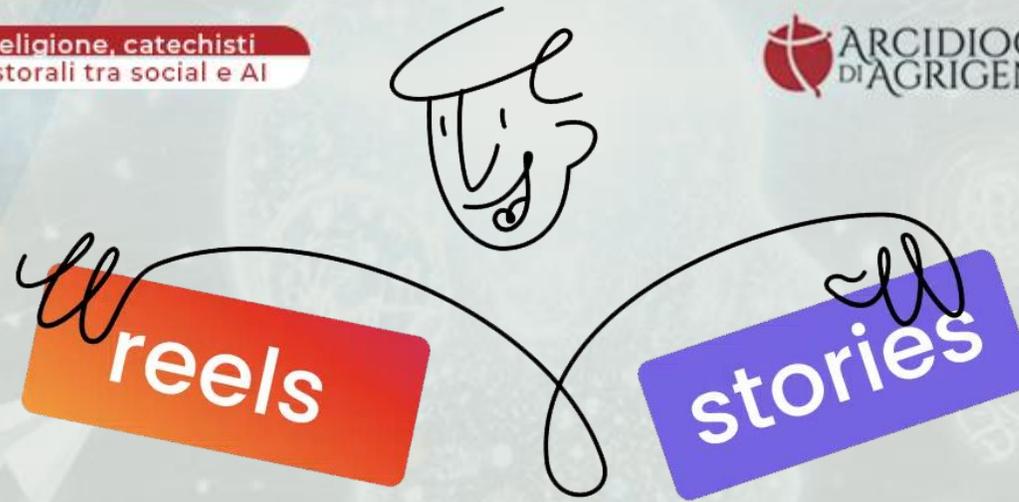


**Nati nel 2016 con *TikTok*, velocemente conquistano gli utenti; vengono implementati prima su *Snapchat* (Snap e Spotlight), poi nel 2020 vengono lanciati su *Instagram* (Reels e Stories) e a seguire approdano anche su *YouTube* (Short).**

**Da febbraio 2022 anche su *Facebook*.**

**Oggi possiamo definire i *REEL* come dei video brevi, scorrevoli e facili da comprendere.**

**Una sorta di funzionalità, di strumento, oramai presente su tutte le principali piattaforme di social network.**



**Orientamento video:** rigorosamente verticale (9:16)

**Durata:** tra i 60 e i 90 secondi

**Audio:** si può aggiungere al vostro mini video un sottofondo musicale scegliendo una traccia dalle librerie e cataloghi musicali messi disposizione dalle varie piattaforme, oppure, caricando un vostro audio personale.

**Effetti:** consente di utilizzare filtri ed effetti di realtà aumentata per creare contenuti unici ed originali.

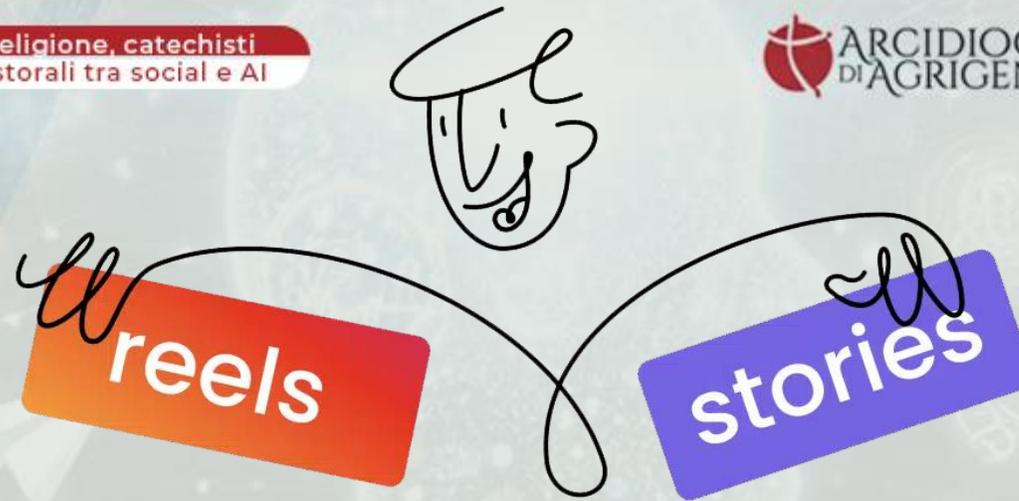
**Velocità:** possibilità di accelerare o rallentare una parte del video o dell'audio del vostro Reel.

**Timer:** vi consente di impostare un timer per registrare il vostro video, in automatico si avvierà il conto alla rovescia e potrete registrare in totale tranquillità.

**Layout:** consente di pubblicare più foto all'interno di un singolo video.

**Allineamento:** Permette di allineare una porzione di video a una clip precedente.

**Testo:** Possibilità di inserire un testo sul video con diverse soluzioni grafiche e stilistiche.

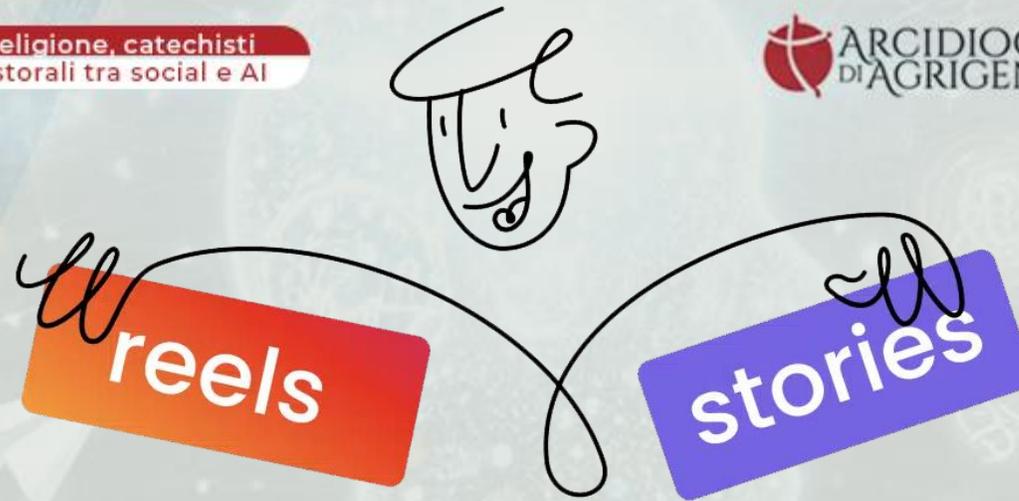


## Seguire il modello delle “3 i”

**ISPIRAZIONE:** creare contenuti che ispirano o spronano gli utenti; contenuti che creano interesse.

**INTRATTENIMENTO:** creare dei contenuti che abbiano una certa continuità, dei rimandi alla vostra identità con una comunicazione riconoscibile. È importante considerare i follower come veri e propri spettatori di uno spettacolo.

**INFORMAZIONE:** creare contenuti informativi. Se si è in grado di informare nel modo giusto non è difficile posizionarsi nella vostra nicchia come specialisti o conoscitori dell'argomento. Essere gli interlocutori riconoscibili.



**Prepararsi un piano di lavoro:** organizzarsi in anticipo, non arrivare sprovvisti di idee sul set. Fare più prove per avere la certezza che quello che condividerete è esattamente quello che volete comunicare.

**Attenzione all'illuminazione** dell'ambiente e alla gradevolezza del filmato. Evitare immagini troppo scure, controsole o sgranate.

**Usare suoni e musiche popolari,** anche di sottofondo. La premialità o propagazione dei vostri Reel dipende anche dagli audio utilizzati. Se sono degli audio in "tendenza" questi saranno certamente premiati rispetto ad altri.

**Aggiungere le didascalie** nel video per aiutare chi non può ascoltare l'audio.

**Creare una copertina** del video apprezzabile, accattivante e d'impatto (fare una buona prima impressione è importante poiché invoglia gli utenti a cliccare)

**Condividere (e fai condividere)** i vostri Reel nelle stories, nei feed e mettili in evidenza.

Infine, importantissimo, **monitora** - attraverso gli Insight - i risultati dei vostri video per capire che tipo di utenza ti segue e come si comporta sul vostro canale.

I trend social, come i celebri audio di Tik Tok sono qualcosa di molto potente per farsi conoscere, ma dobbiamo valutare con attenzione se cavalcarli o meno.

**A volte il confine tra simpatico e ridicolo è molto, molto sottile.**

L'influencer **non è** semplicemente qualcuno con molti follower.

**L'influencer è** qualcuno in grado di influenzare **le opinioni e le scelte di acquisto** delle persone.



*Il post perfetto,  
l'orario perfetto per pubblicare,  
la Story perfetta  
sono come gli unicorni.  
**NON ESISTONO.***

# #chi se ne occupa?



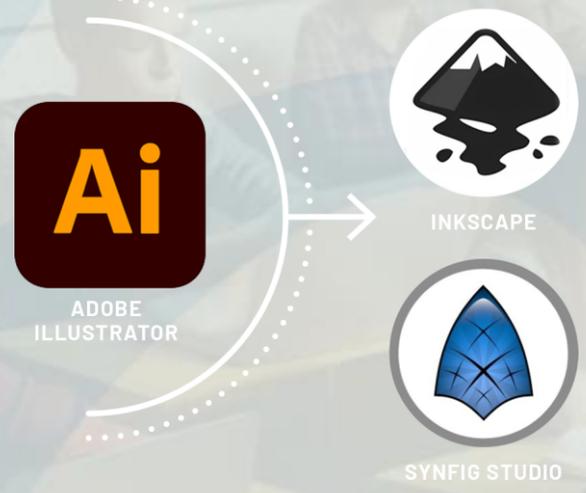
#chi se ne occupa?

CREATIVE COMMONS LICENSES		 COPY & PUBLISH	 ATTRIBUTION REQUIRED	 COMMERCIAL USE	 MODIFY & ADAPT	 CHANGE LICENSE
	PUBLIC DOMAIN	✓	✗	✓	✓	✓
	CC BY	✓	✓	✓	✓	✓
	CC BY-SA	✓	✓	✓	✓	✗
	CC BY-ND	✓	✓	✓	✗	✓
	CC BY-NC	✓	✓	✗	✓	✓
	CC BY-NC-SA	✓	✓	✗	✓	✗
	CC BY-NC-ND	✓	✓	✗	✗	✓

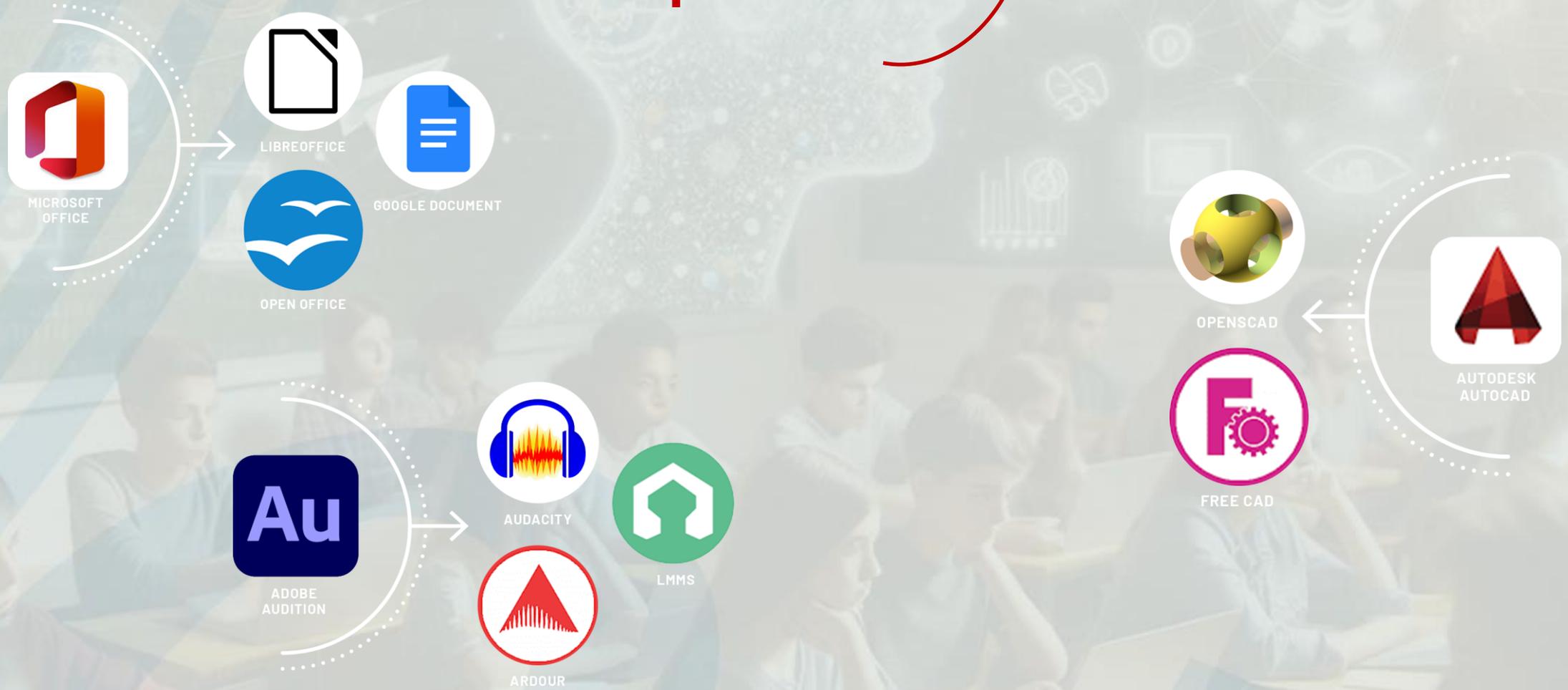
  

				
You can redistribute (copy, publish, display, communicate, etc.)	You have to attribute the original work	You can use the work commercially	You can modify and adapt the original work	You can choose license type for your adaptations of the work.

# #opensource



# #opensource



	VIDEO	AUDIO / MUSIC / EFFECT / JUNGLE	FOTO / VECTOR	FONT
<a href="https://mixkit.co/">https://mixkit.co/</a>	X	X	X	
<a href="https://pixabay.com/">https://pixabay.com/</a>	X	X	X	
<a href="https://www.freepik.com/">https://www.freepik.com/</a>	X	X	X	X
<a href="https://www.videvo.net/">https://www.videvo.net/</a>	X	X		
<a href="https://www.videezy.com/">https://www.videezy.com/</a>	X		X	
<a href="https://www.bensound.com/">https://www.bensound.com/</a>		X		
<a href="https://coverr.co/">https://coverr.co/</a>	X	X	X	
<a href="https://www.pexels.com">https://www.pexels.com</a>	X		X	
<a href="https://unsplash.com/">https://unsplash.com/</a>			X	
<a href="https://www.flaticon.com/">https://www.flaticon.com/</a>			X	
<a href="https://freemusicarchive.org/">https://freemusicarchive.org/</a>		X		
<a href="https://www.bensound.com/">https://www.bensound.com/</a>		X		
<a href="https://freesfx.co.uk/">https://freesfx.co.uk/</a>		X		
<a href="https://www.flickr.com/">https://www.flickr.com/</a> ** attenzione alla licenza	X		X	

# LA CHIESA NEL DIGITALE

Strumenti e proposte

a cura di  
FABIO BOLZETTA



Prefazione di  
PAPA FRANCESCO

WeCa  
WEBCATTOLICI  
Associazione Webmaster Cattolici Italiani

*Sappiamo che mai il virtuale  
potrà sostituire la bellezza  
degli incontri a tu per tu.  
Ma il mondo digitale è abitato  
e va abitato da cristiani.*

*Franciscus*



**GIAMPIERO NERI**  
IDS&Unitelm, Consigliere WECA,  
Servizio Informatico CEI  
✉ g.neri@glauco.it

