



**public image**  
creatività e mercati

Per



**CONFINDUSTRIA SALERNO**  
**Gruppo Servizi Innovativi e Tecnologici**

**16 tappe** in giro per l'Italia tra Dicembre, Marzo e Aprile

**46** progetti raccolti per la categoria Best Practices

**59** progetti di impresa presentati per la sezione uP-sTart "Paolo Traci"

**2 giorni** di presentazione e matching tra partecipanti, partner e sponsor

**20h di video** tra streaming e speciali tv

**2.500** circa i partecipanti e le visite durante la 2 giorni dell'evento.

**70 partner coinvolti** tra sponsor e collaborazioni

**Periodo di riferimento 4-14 Giugno 2015**

## Macro-indicatori:

1. Visitatori Totali: **26.999**
2. Visitatori unici/assoluti: **18.720**
3. % nuove visite: **67%**
4. Visualizzazioni di pagina: **66.243**
5. Tempo medio di visita sul sito: **3:00**

## Pagine più visitate:

**Progetti Premio**  
**Progetti Upstart**

**9° Premio BEST PRACTICES**  
per l'innovazione  
Commitment/Execution - Obiettivi/Risultati  
**11 e 12 giugno 2015**

Presso il Teatro A. Ghirelli (area ex-Salid)  
Via Lungoirno-Fratte Salerno

**BROCHURE DI PRESENTAZIONE**  
del 9° Premio Best Practices per l'innovazione  
[ [SCARICA LA BROCHURE](#) ]

**ENTRA NELLA SEZIONE BEST PRACTICES PER L'INNOVAZIONE**

**ENTRA NELLA SEZIONE UP-START PAOLO TRACI PER LA CREAZIONE D'IMPRESA**

SEGUICI SU: [facebook](#) [twitter](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#)

SEGUI L'HASHTAG: [#premiobp15](#)

concept by

**CONFINDUSTRIA SALERNO**  
Gruppo Servizi Innovativi e Tecnologici  
via Madonna di Fatima, 19/4  
Marcella Villano T+ 089 200841  
Massimiliano Pallotta T+ 089 200837  
F+ 089 338896  
E+ [premiobp@confindustria.sa.it](mailto:premiobp@confindustria.sa.it)

Fonte: Google Analytics

## ***Periodo di riferimento 4 - 14 Giugno 2015***

**Visitatori totali 26.990**

1. Visitatori nuovi: **18.198**

2. Visitatori di ritorno: **8.792**

## ***Periodo di riferimento 4 - 14 Giugno 2014***

**Visitatori totali 17.846**

1. Visitatori nuovi: **11.739**

2. Visitatori di ritorno: **6.107**

Le visite totali al sito dal 2014 al 2015 (nello stesso periodo) sono aumentate di circa 10.000 utenti. L'incremento si è distribuito durante l'intero periodo di riferimento, rispetto allo scorso anno in cui c'è stato un naturale decremento a seguito della due giorni.

Fonte: Google Analytics

## L'evoluzione del sito → Premio Best Practices 2011-2012-2013-2014-2015

INDICATORI (macro)	PBP2011 22-25Giugno2011*	PBP2012 26-29Giugno2012	PBP2013 5-8Giugno2013	PBP2014 4-14Giugno2014	PBP2015 11-12Giugno2015
Visitatori Totali	2.636	8.917	8.019	17.846	<b>26.999</b>
Visitatori unici assoluti	1.880	4.661	5.814	11.739	<b>18.720</b>
% nuove visite	72%	76%	63%	65,8%	<b>67%</b>
Visualizzazi oni di pag	14.186	38.281	27.600	51.423	<b>66.243</b>

\*Il sito web del Premio è online dal 22 Giugno 2011

Fonte: Google Analytics

**9° Premio Best Practices per l'Innovazione  
11-12 giugno 2015**



**2.395 fan**

**+212** nella settimana del premio e **+534** nell'arco dell'anno

**Periodo di riferimento 4 - 14 Giugno 2015**

**862** visualizzazioni del diario

**25.107** persone raggiunte nella settimana del PBP2015

Fonte: Facebook Insights



**#premiobp15** l'hashtag di questa edizione

**1.379 tweets** che hanno permesso di relazionarsi su  
#innovazione #confindustria #salerno #startup #innovation  
#ict #greeneconomy #culturalheritage #webandsocial  
#innovazionediprodotto #innovazionesociale  
#impresa #economia #crowdfunding #aziende

## Hashtags



**Periodo di riferimento 4 - 14 Giugno 2015**

(durante la due giorni)

**292.491 Account raggiunti**  
**un'esposizione a 3.812.416 impression**

\*Fonte: TweetReach

*Oggi*

*Youtube channel*



YouTube permette di diffondere le video-interviste dei partecipanti al PremioBP. Un'opportunità per migliorare la diffusione dell'evento, ampliarne il pubblico e generare più profitti laddove possibile.

**121** iscritti

**220** video

**39.939** visualizzazioni

**Il canale è poco utilizzato durante l'evento, ma crea una cassa di risonanza maggiore a seguito dello stesso, grazie alla pubblicazioni delle interviste. L'incremento delle visualizzazioni,infatti, generalmente segue la pubblicazione delle interviste**





Caricamento video – 25 giugno – 2 luglio 2014

**128** iscritti **(+7 nuovi iscritti)**

**476** video

**42.720** visualizzazioni totali

**+2.781** l'incremento delle visualizzazioni del canale rispetto alla settimana precedente

Con la pubblicazione delle interviste, Youtube contribuisce a mantenere viva l'attenzione sull'evento anche dopo una settimana dallo stesso.

***Periodo di riferimento 11 - 12 giugno 2015***

**869 views** Canale convegno (pitch)

**884 views** Canale salottino (interviste)

**475 views** canale workcafé

Fonte: Streamshow

- **Costo Zero**
  - **Corriere Innovazione**
  - **BAIA**
  - **Fondazione Comunica**
  - **Telenuova**
  - **Telecolore**
  - **TV OGGI**
  - **Radio Base**
  - **Millionaire**
- il sito di business più letto in Italia con **oltre 140 mila likers su Facebook**
- **Sud Online**

## Studio Stratego:

- messa in onda di un servizio nel **TGR RAI CAMPANIA\***  
Audience del servizio stimata: **circa 100 mila spettatori**
- la pubblicazione di **n.4 articoli su MILLIONAIRE\***:
  - Articolo su premio Best Practices: **3.000 visite sito; Portata su Facebook di fan raggiunti, 19mila fan.**
  - Articolo su Italiana Vera: **4.200 visite; Portata su Facebook di fan raggiunti, 50mila fan**
  - Articolo su ScappaTopo: **2.000 visite; Portata su Facebook di fan raggiunti, 20mila fan.**
  - Articolo su Next, auto del futuro: **3.000 visite; Portata su Facebook di fan raggiunti 35mila fan.**
- Servizio sul canale Youtube: **320 visualizzazioni**

**Totale portata principali canali di comunicazione: 250 mila utenti**

**Totale visualizzazioni video: circa 2 mila**

\*fonte: millionaire

\*fonte: Direzione Marketing RAI

# Rassegna stampa quotidiani

## Rassegna stampa del 9 giugno 2015

[La città](#)

## Rassegna stampa del 10 giugno 2015

[Cronache](#)

[Il mattino](#)

## Rassegna stampa del 11 giugno 2015

[Cronache](#)

[Il mattino](#)

[La città](#)

[Metropolis](#)

## Rassegna stampa del 12 giugno 2014

[Il mattino](#)

[La città](#)

[Metropolis](#)

Per leggere gli articoli: <http://www.premiobestpractices.it/premioinnovazione/>

Il format dell'evento è risultato ancora vincente:

- **valorizzazione delle partnership e degli sponsor, che, in particolare in questa edizione hanno contribuito attivamente, selezionando e supportando alcune imprese partecipanti;**
- **i partecipanti creano i contenuti → c'è stata un sentito coinvolgimento degli stessi anche nelle settimane successive alla due giorni;**
- **affluenza e interesse dei media dimostrano che l'innovazione ed il fare sistema sono i temi su cui puntare per affrontare il particolare periodo che attraversa l'intera economia.**



Follow us on Twitter  
**@PBPInnovazione**



Join us on Facebook  
**Premio Best Practices per l'Innovazione**  
**Premio Best Practices per l'Innovazione - Group**



Join our LinkedIn Group  
**Premio Best Practices per l'Innovazione**



Watch our videos  
**Premio Best Practices per l'Innovazione**