



# Piano di comunicazione 2016



# Sommario

<b>Prefazione</b>	<b>3</b>
<b>1. Introduzione generale</b>	<b>5</b>
1.1 Il Cnr: posizionamento e missione	5
1.2 Elementi per una <i>swot analysis</i>	5
<b>2. Obiettivi del Piano di Comunicazione</b>	<b>8</b>
2.1. Il Cnr nella società	8
2.2 Divulgazione scientifica e comunicazione della scienza	9
<b>3. Strumenti</b>	<b>11</b>
3.1 Area Comunicazione scientifica	11
<i>Introduzione</i>	11
<i>Caratteristiche delle campagne</i>	12
<i>Scheda sintetica delle azioni di comunicazione - Area comunicazione scientifica</i>	13
<i>Area Comunicazione Scientifica – Obiettivi</i>	16
<i>Area Comunicazione Scientifica – Azioni</i>	18
<i>Gantt – Area Comunicazione Scientifica</i>	27
3.2 Area Editoria	28
<i>Introduzione</i>	28
<i>Scheda sintetica delle azioni di comunicazione – Area Editoria</i>	30
<i>Area Editoria – Obiettivi</i>	33
<i>Area Editoria – Azioni</i>	35
<i>Gantt – Area Editoria</i>	40
3.3 - Rapporti con i media	41
<i>Introduzione</i>	41
<i>Scheda sintetica delle azioni di comunicazione – Area Rapporti con i media</i>	41
<i>Azioni – Area Rapporti con i media</i>	47
<i>Gantt – Area Rapporti con i media</i>	52
3.4 Progetto 'Il portale del Cnr'	53
3.5 Area Trasparenza e URP	54
3.6 Il 5 per mille alla ricerca	56
<b>4. Prospettive</b>	<b>57</b>
<b>5. Valutazione delle attività</b>	<b>57</b>
5.1 Modelli per la misurazione dei risultati	57

## Prefazione

Il Consiglio Nazionale delle Ricerche (Cnr) si caratterizza per la presenza di una organizzazione che le teorie di organizzazione aziendale definiscono “a rete”, particolarmente ampia dal punto di vista geografico e tematico, alla quale afferiscono oltre cento istituti raggruppati in sette dipartimenti.

Questo tipo di organizzazioni, per la loro particolare complessità, necessitano di forme di coordinamento capaci di consentire una programmazione unitaria delle attività che agevoli il raggiungimento di comuni obiettivi.

Se è vero che “non si può non comunicare” (Paul Watzlawick) anche il Cnr deve dotarsi di un proprio Piano di Comunicazione, in grado di definire e pianificare strategie, obiettivi, e scadenze della comunicazione. L’obiettivo è avere una pianificazione del messaggio e della modalità di trasmissione che sia in ogni suo aspetto integrata, coerente e coordinata.

In questa direzione si muove il Piano di Comunicazione del Consiglio Nazionale delle Ricerche che è stato predisposto dall’Ufficio comunicazione, informazione e Urp della Direzione Generale Cnr con la preziosa collaborazione dell’Ufficio stampa ad esso afferente.

L’elaborazione del Piano scaturisce dall’esigenza di compiere un esercizio di rilevazione e analisi, attuale e prospettica, delle attività di comunicazione, intese nell’accezione più ampia del termine, poste in essere dal principale ente pubblico di ricerca italiano.

Il Piano di Comunicazione si inserisce, altresì, nel quadro degli strumenti di cui le pubbliche amministrazioni devono dotarsi sin dall’entrata in vigore della legge 7 giugno 2000 n. 150, che rappresenta un passaggio fondamentale nell’evoluzione del rapporto tra Pubblica Amministrazione e cittadinanza. Questa disciplina, infatti, le attività di informazione e comunicazione quali attività finalizzate all’attuazione dei principi di trasparenza ed efficacia dell’azione amministrativa, contemplando tre tipi di attività di comunicazione:

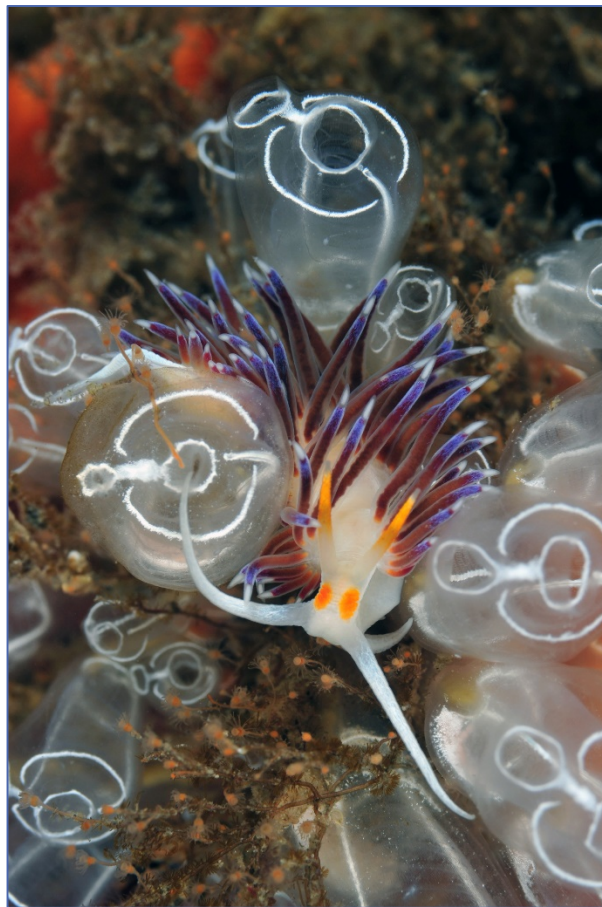
1. l’informazione ai mezzi di comunicazione di massa;
2. la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica e organizzativa;
3. la comunicazione interna realizzata nell’ambito di ciascun ente.

In linea con la recente riforma della pubblica amministrazione e in attuazione degli indirizzi internazionali ed europei, il Dipartimento della Funzione Pubblica ha promosso con il marchio “PAQ Pubblica Amministrazione di Qualità” una serie di iniziative e strumenti a supporto delle amministrazioni impegnate nei processi di miglioramento della qualità dei servizi e della performance organizzativa. Tra gli strumenti indicati dalla piattaforma PAQ (e ancor prima dalla L. 150/2000, art. 11) per il miglioramento degli standard qualitativi della PA nel rapporto con il pubblico, rientra proprio il Piano di Comunicazione, poiché consente di programmare e gestire le azioni di comunicazione ed informazione realizzate dall’organizzazione nel perseguimento di tre finalità precipue:

1. supportare la pianificazione strategica, in quanto può aiutare l'organizzazione ad implementare le proprie politiche;
2. favorire il temperamento delle logiche di comunicazione interna ed esterna in un'ottica di comunicazione integrata;
3. incentivare la creazione di relazioni bidirezionali tra organizzazione e pubblico di riferimento.

La volontà di approcciare il mondo esterno con strumenti di programmazione innovativi e con un'immagine visiva coordinata e omogenea, chiara e accattivante, rappresentano passi importanti compiuti dall'Ente in tale direzione.

Il Piano di Comunicazione Cnr 1.0 vuole pertanto essere un ulteriore strumento di miglioramento organizzativo a servizio della comunità interna ed esterna all'Ente. Adottando questo documento, frutto di un ampio e costruttivo confronto interno, l'Ufficio comunicazione, informazione e Urp e l'Ufficio Stampa intendono, inoltre, esprimere gratitudine ai collaboratori che hanno partecipato alla sua ideazione, sviluppo e redazione, sia per quanto è stato fatto, sia per quanto dovremo fare per attuarlo e restare ad esso fedeli. Con la passione e lo stimolo di chi ha ancora voglia di fare cose nuove.



# 1. Introduzione generale

## 1.1 Il Cnr: posizionamento e missione

Il Consiglio Nazionale delle Ricerche (Cnr) è la più grande struttura pubblica di ricerca in Italia. Istituito come Ente Morale il 18 novembre del 1923, è oggi un Ente di ricerca operante sotto l'egida del Ministero dell'istruzione e della ricerca (Miur) caratterizzato dalla missione di realizzare progetti di ricerca, promuovere l'innovazione e la competitività del sistema industriale italiano, supportare i processi di internazionalizzazione del sistema della ricerca nazionale, fornire tecnologie e soluzioni ai bisogni emergenti nel settore pubblico e privato.

Unica istituzione scientifica nazionale a svolgere attività multidisciplinari, contribuisce, con le proprie attività di ricerca, all'avanzamento della conoscenza e all'ampliamento dei campi esplorativi e conoscitivi in tutti i rami del sapere, incubando nuove competenze e tecnologie, favorendone l'adozione nel tessuto sociale e produttivo del Paese, e concorrendo ad attrarre e qualificare le nuove generazioni di ricercatori.

L'Ente opera attraverso un patrimonio di risorse umane di oltre 8000 dipendenti - la metà dei quali rappresentata da ricercatori e tecnologi - sparsi su una rete scientifica che conta oltre cento Istituti di ricerca distribuiti su tutto il territorio nazionale, articolati in 7 macroaree scientifiche (Dipartimenti): Scienze del sistema Terra e tecnologie per l'Ambiente; Scienze bio-agroalimentari; Scienze biomediche; Scienze chimiche e tecnologie dei materiali; Scienze fisiche e tecnologie della materia; Ingegneria, Ict e tecnologie per l'energia e i trasporti; Scienze umane e sociali, patrimonio culturale.

La funzione di guida e *leadership* svolta dall'Ente a livello italiano ed europeo emerge dalle significative connessioni con la comunità scientifica internazionale - quale risulta dalla partecipazione a progetti europei, iniziative di ricerca congiunte, rappresentanza nell'ambito di Comitati e Commissioni internazionali, accordi di cooperazione scientifica e molto altro ancora- e dai risultati ampiamente positivi raggiunti nella partecipazione a bandi europei, nazionali e regionali, spesso in partenariato con importanti realtà del mondo produttivo.

## 1.2 Elementi per una *swot analysis*

La pianificazione del piano di comunicazione del Cnr per l'anno 2016 non può prescindere da un'analisi sintetica di punti di forza (*strengths*), punti di debolezza (*weaknesses*), opportunità possibili (*opportunities*) e minacce (*threats*).

Dal Documento di visione strategica 2013-2022:

Punti di forza	Punti di debolezza
<p>Profili e qualità delle competenze scientifiche e tecniche degli addetti            Esistenza di gruppi top performer con qualificata e riconosciuta leadership internazionale in settori specifici            Presenza sul territorio di strutture e laboratori            Copertura multidisciplinare e forte interdisciplinarietà scientifica e tecnologica            Integrazione con la rete scientifica internazionale            Presenza in cluster territoriali            Esperienze e competenze acquisite nella conduzione e realizzazione dei grandi progetti nazionali e internazionali</p>	<p>Ridotta disponibilità di risorse per R&amp;S            Eccessivo ricorso a contratti a tempo determinato            Età media del personale di ricerca superiore a quella europea            Brevetti e start up non proporzionali al potenziale esprimibile            Basso livello di informatizzazione, di condivisione di strutture, attrezzature e informazioni            Bassa strutturazione dei rapporti con sistema produttivo, finanziario e del venture capital            Bassa integrazione geografica tra strutture            Sottoutilizzo della valutazione            Inadeguatezze organizzative relativamente allo <i>scouting</i>, creazione di <i>spin off</i>, <i>foresight</i></p>
Opportunità	Rischi
<p>Programmi comunitari costruiti sulla clusterizzazione e interazione fra saperi diversi            Ruolo attivo nelle politiche di innovazione territoriale            Formalizzazione ed equiparazione ricercatori Cnr a personale universitario            Interazione spinta con la ricerca e la didattica universitaria            Riorganizzazione rete a livello dipartimentale            Revisione delle attività e delle strategie            Riorganizzazione struttura centrale: riassetto uffici e funzionalità centrali            Acquisizione di maggiore autonomia gestionale            Emanazione nuovi regolamenti di funzionamento            Progettazione portale e potenziamento rete intranet            Attenzione allo sviluppo delle carriere            Ampia disponibilità di ricercatori ben istruiti            Programma occupazionale su base pluriennale            Accumulazione importante di attività scientifica            Concentrazione delle risorse sulle strutture migliori</p>	<p>Accentramento            Barriere burocratiche            Burocratizzazione dell'architettura istituzionale            Misure di contenimento della spesa pubblica            Blocco dotazione organica come limite alla capacità di sviluppo anche su scala internazionale            Pochi incentivi per i ricercatori ad avviare collaborazioni con l'industria</p>

Se, da un lato, indiscussi punti di forza dell'Ente risiedono nella multidisciplinarietà che caratterizza il bagaglio complessivo di competenze e nella copertura della rete scientifica di tutto il territorio nazionale e in strutture internazionali di ricerca di particolare rilievo e interesse scientifico -come le Stazioni di ricerca in Artide e Antartide, il laboratorio ad alta quota 'Piramide' posto sul versante est del monte Everest, le infrastrutture oceanografiche e marine- emerge come elemento da 'rafforzare' la condivisione di informazioni, *facilities* e attrezzature tra le strutture sparse sul territorio. Alla presenza di gruppi 'top performer' - dalla *leadership* scientifica riconosciuta e con elevata competenza ed esperienza nel portare avanti grandi progetti - non sempre corrisponde un adeguato livello di integrazione della 'rete': proprio in questo contesto si inserisce la necessità di organizzare azioni di comunicazione coerenti ed efficaci, che sappiano cogliere e mettere in relazione tra loro competenze ed esperienze affini, anche se dislocate entro 'nodi' diversi della rete.

La ricerca scientifica è per sua natura globale, vive di relazioni, pertanto il Cnr, come istituzione e comunità di ricercatori, dovrà sempre più essere protagonista partecipe della vita e delle attività scientifiche internazionali, concorrendo a orientarne politiche, scelte e strumenti. L'ampliamento e la valorizzazione del proprio patrimonio di risorse e competenze deriverà fortemente dalla propria capacità di 'rendersi visibile', coinvolgendo gli interessi e le potenzialità di altri grandi attori della ricerca, dell'innovazione e dell'alta formazione del Paese, e puntando all'interdisciplinarietà tra 'saperi' che inevitabilmente entra in gioco nel tentare di rispondere alle grandi sfide di ricerca del mondo attuale: *green economy* e ambiente, ICT, nuovi materiali, nanotecnologie, sostenibilità, solo per citarne alcune.

Cruciale sarà anche la capacità di superare barriere burocratiche e dinamiche di accentramento che spesso caratterizzano la gestione di un organismo di ricerca complesso, da un lato fluidificando i processi organizzativi e decisionali, dall'altro individuando soluzioni e strategie atte a fronteggiare le criticità che caratterizzano la gestione di un organismo pubblico. La riorganizzazione della rete dipartimentale e della sede centrale, l'emanazione di nuovi e più efficaci regolamenti di funzionamento dell'Ente rappresentano, in questo senso, opportunità importanti nell'ottica di acquisire maggiore autonomia gestionale e flessibilità. Il progetto relativo alla realizzazione e messa on line di un portale Cnr in sostituzione dell'attuale sito web [www.cnr.it](http://www.cnr.it) - progetto il cui coordinamento è affidato all'Ufficio comunicazione informazione e Urp - risponde inoltre all'esigenza di aumentare e rendere maggiormente accessibile lo scambio di informazioni all'interno della rete, anche attraverso il potenziamento di strumenti Intranet per la condivisione delle informazioni.

A livello di ricerca, opportunità importanti derivano dal potenziamento della partecipazione a programmi comunitari di ricerca (cfr. *Horizon 2020*) così come dalla presenza in infrastrutture, progetti e reti internazionali, puntando in particolare all'interazione e integrazione tra competenze diverse, investendo con continuità e convinzione nelle attività di frontiera e interdisciplinari.

Nel rapporto con le istituzioni universitarie potranno essere valorizzate, anche in termini di comunicazione, nuove occasioni e opportunità di collaborazione. Le stesse strutture di ricerca dell'Ente collocate nell'ambito di insediamenti universitari, andranno sempre più valorizzate come 'aree della conoscenza e della ricerca', riconoscibili dalla società a vari livelli (istituzioni, comunità scientifica, studenti, cittadinanza ad ampio raggio) come 'poli' in grado di attrarre intelligenze, risorse, competenze, esplorare nuovi percorsi conoscitivi e sostenere la nascita di nuove esperienze didattiche, formative, imprenditoriali, con il Cnr parte attiva nel ruolo di propulsore dell'innovazione e 'attore' nelle politiche di innovazione condotte a livello regionale e nazionale.

La valorizzazione delle idee, delle invenzioni, delle tecnologie e dei prodotti della ricerca non potrà, infine, prescindere da politiche di incentivazione del capitale umano, nell'ambito delle quali anche l'attività di comunicazione scientifica (*outreach*) -condotta singolarmente o in team- rappresenti un parametro sul quale misurare l'efficienza produttiva e il livello di qualità della ricerca, in linea con le politiche già da tempo adottate dalle migliori istituzioni internazionali. Un aspetto, quest'ultimo, che consentirà di incrementare la motivazione personale e il senso di appartenenza all'Ente, favorire lo scambio di informazioni e *know-how* -sia all'interno della 'rete', sia nell'interazione verso

l'esterno- incrementare la partecipazione attiva e il coinvolgimento (*engagement*) della 'comunità' Cnr intesa come un insieme coeso.

## 2. Obiettivi del Piano di Comunicazione

### 2.1. Il Cnr nella società

Il Cnr è caratterizzato da un'articolazione tematico-scientifica e geografica ricca e complessa: una rete capillare e pervasiva, le cui maglie vanno a loro volta ad interagire con una molteplicità di soggetti esterni, pubblici e privati, nazionali ed internazionali.

Il Piano di Comunicazione del Cnr è pertanto espressione di una realtà tecnico-scientifica variegata e geograficamente diffusa, che pone in relazione un numero considerevole di attori all'interno dell'Ente con un altrettanto considerevole numero di soggetti sociali a vario titolo interessati alle attività poste in essere dalla rete scientifica.

Enti pubblici, nazionali e locali, istituzioni internazionali, altri enti ed istituzioni di ricerca, Università, partner industriali e commerciali, organi di informazione, mondo della scuola, famiglie e privati cittadini. Molteplici sono i soggetti con cui il Cnr interagisce e nei cui confronti espleta la propria *mission* istituzionale in un'ottica pervasiva di sviluppo, promozione, diffusione e valorizzazione delle conoscenze.

Oltre alle attività più propriamente collegate all'informazione istituzionale ed al rapporto col pubblico in senso stretto (Ufficio Stampa, URP), il Piano di Comunicazione recepisce azioni, apporti ed iniziative da parte della comunità scientifica dell'Ente, opportunamente rielaborate e sintetizzate.

La realizzazione del presente Piano di Comunicazione rappresenta un banco di prova utile a sperimentare e a mettere a punto lo strumento, impostando per il futuro modalità di elaborazione finalizzate al maggior coinvolgimento della rete secondo un approccio ispirato in misura crescente a logiche, non di *government*, bensì di *governance* dei processi. A tale proposito, si può ipotizzare per il 2016 (es. entro il mese di aprile), la diffusione di una call interna per richiedere a Istituti e strutture di indicare le iniziative ritenute più significative nel campo della comunicazione, affidando ad un gruppo di lavoro individuato *ad hoc* nell'ambito dell'Ufficio comunicazione, informazione e Urp la cernita e l'inserimento degli eventi nel Piano.

Come sopra puntualizzato, per quanto attiene ai fruitori ed ai destinatari delle attività di comunicazione del Cnr, l'ambito di interesse risulta particolarmente ampi e variegato, coinvolgendo a vario titolo una molteplicità di soggetti.

Il Cnr è ente pubblico di ricerca vigilato dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca, soggetto al controllo del Dipartimento della Funzione Pubblica, del Ministero dello Sviluppo Economico, della Corte dei Conti e degli altri organismi pubblici per quanto di rispettiva competenza.

In quanto tale, il Cnr acquisisce finanziamenti da parte del Ministero vigilante sia in sede di riparto del Fondo Ordinario, sia a valere su bandi tematici specifici.

Un esempio significativo è rappresentato dal bando MIUR ex lege 10 gennaio 2000 n. 6 di supporto alle iniziative di diffusione della cultura scientifica, su cui l'Ente compete annualmente attivando ad ampio raggio la progettualità della propria comunità scientifica. Parimenti, il Cnr interagisce con istituzioni sovranazionali, dalle quali acquisisce finanziamenti significativi sempre su base competitiva.



Si pensi ai bandi comunitari emanati a valere su fondi strutturali e/o in attuazione dei Programmi Quadro di supporto alla ricerca scientifica (cfr. *Horizon 2020*), caratterizzati in misura crescente da una rilevante componente di risorse destinate alle iniziative di *outreach*. L'Unione Europea rappresenta la principale, ma non l'unica istituzione sovranazionale con cui il Cnr si pone in interazione, acquisendo risorse e ponendo in essere iniziative di comunicazione della scienza.

L'evoluzione in atto conferma che le politiche nazionali e sovranazionali di supporto alla ricerca scientifica e tecnologica prestano attenzione crescente all'insieme di attività di promozione, diffusione e valorizzazione dei risultati della ricerca, perseguendo obiettivi sintetizzabili nell'espressione "*public awareness of science*".

Il mondo della ricerca si apre sempre più alla società, ricercandone il consenso, la consapevolezza, la condivisione di strumenti e obiettivi.

Le motivazioni di fondo sono indiscutibili: in un mondo in cui la scienza e la tecnologia permeano la gran parte delle scelte di una società, tanto pubbliche quanto private, diventa una necessità impellente avere cittadini più informati e consapevoli, quindi in ultima analisi più partecipi dei processi decisionali che li riguardano direttamente, e una classe politica sensibilizzata circa l'importanza di investire di più e meglio in ricerca come base per la crescita sociale ed economica.

In tale quadro si inseriscono e trovano collocazione le azioni di comunicazione, informazione, rapporto con il pubblico che il Cnr pone in essere.

Grazie alla capillarità geografica della propria rete, il Cnr interagisce con una moltitudine di soggetti, pubblici e privati, istituzionali e scientifici, anche a livello locale, attivando sinergie ed accordi di collaborazione spesso generatori di iniziative di comunicazione e di diffusione delle conoscenze maturate dalla comunità scientifica.

Seminari, convegni, manifestazioni pubbliche, festival scientifici, fiere tecnologiche, laboratori didattici, mostre ed *exhibit* interattivi, iniziative editoriali, contest, media relations, media partnership, web site, web tv, servizi di interazione col pubblico e così via rappresentano gli elementi di un ricco patrimonio di azioni di comunicazione derivanti dalla capacità progettuale e dalla rete di rapporti che il Cnr è in grado di sviluppare anno dopo anno, trovando espressione compiuta e funzionale nel Piano di Comunicazione dell'Ente. La comunicazione di ciò che l'Ente fa, realizzata con modalità nuove e socialmente inclusive, rappresenta un fattore di sviluppo ed amplia in maniera esponenziale la platea dei soggetti sociali interessati, coinvolgendo gli stakeholder economici, scientifici, tecnologici e culturali così come l'opinione pubblica ed il mondo della scuola sino all'Università.

## 2.2 Divulgazione scientifica e comunicazione della scienza

La scienza deve rispondere al bisogno di comunicare della società della condivisione. Negli anni si sono succeduti vari modelli che definiscono i rapporti tra gli attori della comunicazione. Il più classico è il *Deficit model*: il divulgatore ha il compito di colmare il *gap* cognitivo del grande pubblico, di tradurre e semplificare in termini comprensibili il linguaggio tecnico degli scienziati facendo largo uso di figure retoriche, quali metafora e analogia. A questo modello, che il sociologo Massimiano Bucchi definisce "diffusionista", fa riferimento il progetto *Public understanding of science* per cui la trasmissione dei saperi sarebbe dovuta avvenire seguendo una logica *top-down*, ovvero dagli scienziati alle masse ignare, influenzando le loro opinioni e decisioni.

Da tale processo comunicativo lineare e unidirezionale - che consiste principalmente nel trasferimento di conoscenza e conta sulla presenza di un pubblico passivo - si passa a

nuove strategie di tipo *bottom-up* che pongono il dialogo e la comunicazione biunivoca al centro. Il *Dialogue model*, infatti, definisce i destinatari della comunicazione “soggetti dialoganti con cui negoziare” e mira alla creazione di una cittadinanza scientifica, un requisito prioritario nella società della conoscenza, per il raggiungimento di una democrazia che possa rispondere consapevolmente ai problemi del nostro tempo. Si è così passati dalla *Public understanding of science* al concetto di *Public communication of science and technology* che è anche il nome di un network internazionale interessato alla coproduzione del sapere scientifico e alla declinazione sociale della scienza. Il comunicatore della scienza/divulgatore oggi svolge vari ruoli: il traduttore e semplificatore, il combinatore e sperimentatore di linguaggi, il mediatore tra saperi ed esperienze diverse, il *question maker*, il creatore di immaginari anche emotivi e l'intrattenitore in particolare per rispondere ad un obbligo “estetico” per stimolare il proprio pubblico anche attraverso il gioco – a seconda del target a cui ci si rivolge e del contesto in cui si agisce - senza mai essere noiosi.

Per contestualizzare nella nostra società questo modello strategico basta rifarsi al paradigma della *Public governance* e alle sue tre caratteristiche principali:

1. la centralità delle interazioni con gli attori presenti ai vari livelli nel contesto politico e sociale;
2. il governo e coordinamento di network complessi;
3. l'orientamento verso l'esterno, in particolare verso l'ambiente economico e sociale.

Ogni istituzione pubblica dovrebbe dotarsi di metodologie e programmi di comunicazione efficaci ed efficienti e destinati a durare nel tempo. In particolare occorre pianificare e realizzare attività conosciute sotto il termine generico di *outreach* che abbiano un fine educativo, didattico o divulgativo in senso stretto. Per esempio, a partire da una notizia o da una celebrazione si possono costruire – sempre in armonia con le strategie dell'istituzione - mostre, conferenze, eventi teatrali e laboratori anche per i più piccoli. Una mostra per esempio può essere ospitata in Musei della Scienza, in Science Centre o nell'ambito di un Festival della Scienza ed essere fruita da migliaia di visitatori, sia studenti che pubblico generico. Può essere collegata a un concorso di idee e soluzioni, ma soprattutto può diventare un modo per illustrare i risultati di una ricerca scientifica a chiunque sia interessato. Da un anniversario o da una scoperta scientifica si può invece trovare lo spunto per la pubblicazione di prodotti editoriali rivolti a diverse fasce d'età e a diverse tipologie di utenti (libri, calendari, merchandising, giochi scientifici) che descrivono l'avventura della ricerca scientifica e il fascino della scoperta.

Per far sì che l'*outreach* produca risultati misurabili è essenziale che questo tipo di iniziative vengano curate con costanza nel tempo. Il Cnr, anche nel suo nuovo ruolo di editore, è fortemente impegnato in tal senso con tutte le iniziative, i programmi e i progetti di comunicazione scientifica, la produzione di *exhibit* che da anni porta avanti all'interno dell'intera rete di ricerca nazionale e internazionale e al di fuori di essa, interagendo con una costellazione di enti con cui ha stabilito accordi e convenzioni volte alla promozione e diffusione di eventi. Nel presente piano queste attività vengono ampiamente descritte, unitamente agli obiettivi che si intendono perseguire e al pubblico di riferimento che si desidera raggiungere.

## 3. Strumenti

### 3.1 Area Comunicazione scientifica

#### Introduzione

Programmi di comunicazione scientifica ed eventi culturali complessi -in particolare come le mostre scientifiche interattive realizzate dal Cnr sul territorio nazionale e internazionale e il programma di didattica "Science in a box"- intendono aumentare la sensibilità verso la cultura scientifica di tutti i soggetti coinvolti: le testimonianze raccolte tra studenti, insegnanti, ricercatori, famiglie concordano nell'apprezzare questo tipo di iniziative come occasione di crescita culturale personale. Il lavoro di didattica informale, spesso interdisciplinare, che si mette in campo favorisce fortemente il coinvolgimento delle istituzioni e l'avvio di numerosi progetti di collaborazione per esempio Università-Scuola che rappresentano non solo preziosi elementi di continuità e di radicamento sul territorio, ma soprattutto occasioni di crescita scientifica per i cittadini tutti.

L'obiettivo centrale di questo tipo di eventi culturali è quello di abbattere le barriere culturali tra la gente comune e il mondo della scienza, attraverso una grande diversificazione di approcci e metodi innovativi, avvicinando i ricercatori al grande pubblico e impiegando figure (gli animatori scientifici) e strumenti (gli *exhibit* interattivi) indispensabili per raggiungere questo traguardo. Sempre per lo stesso fine, questo tipo di iniziative si rivolgono ai giovani e giovanissimi che saranno coinvolti in varie attività nelle diverse forme di "*edutainment*" (*education+entertainment*).

In particolare all'interno delle mostre scientifiche interattive progettate e realizzate dal Cnr i visitatori possono manipolare oggetti progettati ad hoc per e compiere esperienze dirette, anziché limitarsi alla mera osservazione. In questo contesto si ha una applicazione del cosiddetto approccio "*Hands-on, Minds-on, Hearts-on*": ogni scoperta scientifica parte dall'esperienza, le esperienze vanno collegate tra loro in modo organico, il coinvolgimento emotivo fa sì che la visita al museo non sia fine a se stessa, ma svolga una concreta funzione didattica. Gli *exhibit* interattivi vengono implementati come veicolo di amplificazione di questa esperienza diretta; l'*exhibit* si può definire come un congegno specifico costruito *ad hoc* per presentare fenomeni isolati, controllabili direttamente dal visitatore; un dispositivo mediante il quale la scoperta di alcune leggi e fenomeni scientifici diventa un piacevole divertimento, stimolando così il coinvolgimento emotivo necessario per l'apprendimento.

Il progetto espositivo inoltre è concepito secondo innovativi criteri di usabilità, applicando la metodologia tipica del *design for all*, per far sì che ogni fascia di pubblico possa fruire dei contenuti proposti, facendone esperienza diretta. Particolare attenzione viene rivolta anche all'accessibilità delle persone con disabilità. Oltre all'impatto visivo vengono poi resi chiaramente leggibili i percorsi didattici, l'infografica è chiara e comprensibile, in modo da veicolare con immediatezza i contenuti di dettaglio.

Questo tipo di iniziative ha come naturale teatro d'azione il Science Center. A partire dal 1969, quando Frank Oppenheimer fonda l'Exploratorium di San Francisco, si afferma

questo nuovo modello di esposizione museale - quello del Science Centre appunto - caratterizzato dalla funzione didattica dei materiali esposti, dalla funzione partecipata del visitatore e da congegni (gli *exhibit*) con cui è facile interagire e sperimentare. Un diverso approccio interessa le esposizioni scientifiche: le persone possono manipolare oggetti e compiere esperienze dirette, anziché sentirle raccontare; il pubblico può interagire con gli oggetti esposti come uno scienziato in un laboratorio. Il Science Center diventa un luogo dove l'esperienza diretta è disponibile per tutti e non solo per gli esperti, dove la scienza diventa interessante e divertente per tutti senza alcuna limitazione.

### **Caratteristiche delle campagne**

Consapevole della necessità di aprire un dialogo tra il mondo scientifico e la società, necessario per aumentare la sensibilità della popolazione ai temi della scienza e dell'innovazione e l'interesse di giovani e imprese alla ricerca scientifica, il Cnr ha tra i suoi scopi istituzionali quello di promuovere un approccio innovativo orientato a presentare tematiche di frontiera in maniera ludica, coinvolgente e renderle avvicinabili da parte di tutti. Alla difficoltà di comunicazione fra l'ambito della ricerca e la società le più recenti politiche nazionali ed europee cominciano a dare un riscontro, avendo riconosciuto che il flusso di informazioni fra scienza, pubblico non specializzato e tessuto produttivo è il fondamento per una società che sia in grado di accogliere ed esprimere progressi scientifici e tecnologici, che costituiscono la base della competitività di un Paese moderno. Scienza e tecnologia invadono prepotentemente la nostra vita quotidiana; molti si vantano di ignorarne anche gli aspetti più elementari pur essendo spesso chiamati, come cittadini, a prendere decisioni al riguardo. Le opinioni del grande pubblico sulla scienza influenzano il comportamento dei media e dei politici e la questione di come comunicare i risultati del proprio lavoro diventa quindi uno dei problemi fondamentali di cui le Pubbliche Amministrazioni e la comunità scientifica si devono far carico urgentemente. Alla base, il convincimento che l'attività di ricerca e sviluppo, determinante per la competitività del sistema economico nazionale, possa generare nuova occupazione, maggior benessere e coesione sociale. In questa cornice si inseriscono le attività legate alla progettazione, realizzazione e organizzazione di eventi culturali dedicati alla diffusione della cultura scientifica destinati, sia agli studenti, sia al pubblico generico e di formazione di animatori scientifici, utilizzando strumenti innovativi, per fornire ai cittadini elementi utili per avvicinarsi ai risultati delle ricerche più attuali in modo semplice e immediato. Questo tipo di iniziative intende mostrare che la scienza, con le sue scoperte e applicazioni, va "comunicata" al grande pubblico, adottando logiche *bottom-up* e un approccio ludico e interattivo, sempre garantendone il rigore scientifico.

Attraverso iniziative di sensibilizzazione alla cultura scientifica - quali mostre, eventi culturali complessi tipo festival della scienza, workshop, seminari, laboratori ecc. - si intende così abbattere le barriere di comunicazione che affliggono il rapporto fra lo scienziato e il resto della società - superando ogni logica *top-down* - causate per esempio dal linguaggio tecnico spesso difficile da decifrare e dall'assenza di una corretta e permeante informazione sui principi, sui fini della ricerca e sulle sue ricadute tecnologiche e sociali. Tutto ciò contribuisce a generare disinteresse verso i temi della scienza e diffidenza nei confronti dei suoi risultati e della professione del ricercatore. Sono numerosi i processi d'innovazione che possono essere adottati per potenziare l'assetto organizzativo e rendere sempre più efficace ed efficiente il processo di pianificazione

dell'evento e quello attuativo, al fine di ottimizzare l'indice di gradimento da parte del pubblico che diviene il protagonista e fruitore di queste attività.

**Scheda sintetica delle azioni di comunicazione - Area comunicazione scientifica**

Area tematica	Obiettivi (n. 10)	Azioni (n. 19)	Dettaglio azioni	Target	Strutture coinvolte	Possibili partnership
<b>DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA</b>	Presentazione e valorizzazione delle attività di Ricerca a livello nazionale e internazionale	Programmazione e progettazione di nuove mostre volte a veicolare le attività di punta del Cnr focalizzando su una tematica	Mostra Artico  Mostra Expo 2017	Cittadini, platea nazionale e internazionale	Con Istituti e Dip.ti Cnr	Istituti e Dip.ti Cnr attivi nelle tematiche d'interesse
		Programmazione e progettazione di nuove mostre volte a veicolare le attività di punta del Cnr su tematiche generiche	Nuova mostra format Italia del futuro (7 isole tematiche)	Platea internazionale	Con Istituti e Dip.ti Cnr	Ministero per gli Affari esteri e la Cooperazione Internazionale
		Programmazione di un evento biennale volto a veicolare le attività di punta del Cnr su tematiche generiche	Cnr temporary museum	Addetti ai lavori Pubblico generico	Con Istituti e Dip.ti Cnr	Istituti e Dip.ti Cnr
	Diffusione della cultura scientifica	Produzione di eventi e itineranze di mostre interattive	Italia del futuro Laser Cittadella Mediterranea della Scienza Bari	Giovani, adulti, scuole	Sezione comunicazione scientifica	Musei scientifici – Science Centre – eventi tipo Festival
		Edizione del catalogo delle attività	Stampa e diffusione	Di settore	Sezione comunicazione scientifica e editoria	
		Partecipazione a progetti espositivi permanenti	Restyling sala Minerali Museo Doria	Cittadini	Sezione comunicazione scientifica	Museo di Storia Naturale G. Doria, Università di Genova
		Apporto alla realizzazione del Festival della Scienza di Genova	Contributo economico, progettuale, organizzativo, gestionale e tecnico alle edizioni annuali del Festival della Scienza	Pubblico generico, studenti di ogni ordine e grado, addetti del settore	Sezione Comunicazione Scientifica con Istituti Cnr	Associazione e Festival della Scienza

<b>DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA E PROMOZIONE DI COMPORAMENTI COOPERATIVI E RESPONSABILITÀ INDIVIDUALI E SOCIALI</b>	Didattica ed educazione scientifica di base	Implementazione di fusione e follow up del progetto sulla didattica ed educazione informale "Science in a box"	Realizzazione nuove box Luce e Colore, Economia, Macchine per fare il tempo...	Studenti di ogni ordine e grado	Con Istituti e Dip.ti Cnr	Scuole in tutta Italia, Musei scientifici – Science Centre – eventi tipo Festival
	<i>Formazione dei docenti</i>	Implementazione e diffusione del laboratorio didattico "Kidseconomics"	Promozione laboratorio nelle scuole (target specifico)	Scuole primarie e secondarie di primo grado	Con ricercatori Cnr Ircres e Cnr Issm	
	Promozione dei talenti scientifici	Corsi di formazione sul funzionamento delle singole box	Predisposizione materiali informativi e forum dedicato	Coordinamento, attuazione e promozione del procedimento concorsuale	Docenti di ogni ordine e grado	Con ricercatori curatori delle box
<b>IDENTITÀ DELLA COMUNITÀ SCIENTIFICA</b>	Promozione dei talenti scientifici	Premio Ricercatamente (terza edizione)	giovani ricercatori e tecnologi del Cnr	Con Accademia Nazionale dei Lincei		
	Presentazione e promozione dell'Ente	Partecipazione a convegni e congressi  Partecipazione a manifestazioni massive	Allestimento di stand istituzionale (declinato a seconda del tipo di evento)	Ricercatori, altri enti,  Cittadini, scuole...		
	Progettazione e diffusione immagine coordinata dell'Ente	Elaborazione contenuti Manuale sull'Immagine Coordinata e relativa POS	Realizzazione di un Manuale descrittivo e di modalità applicative. Monitoraggio applicazione	Personale dell'Ente	Con Rete Cnr	
	Implementazione nuova brand identity	Progettazione e produzione di merchandising  Partecipazione a eventi di comunicazione scientifica	Produzione nuovo lotto di gadget  (Distribuzione materiali flyer e gadget)	Personale dell'Ente  Cittadini, scuole...		
		Progettazione e realizzazione flyer tematici	Progettazione esecutiva e stampa flyer tematici in 3000 copie cad.			
	Protezione della proprietà intellettuale	Deposito marchi				
	Ricognizione eventi <i>outreach e education</i> di tutta la rete Cnr	Ideazione e progettazione di una "stanza di lavoro" della comunicazione scientifica di tutta la rete Cnr	Realizzazione di un data base-catalogo online, utile per ogni tipo di ricerca, consultazione quantitativa e valutazione.	Comunità scientifica e in prospettiva la società	Con rete Cnr	

	Presentazione Ente - collaborazione RAI Educational	Progetto "Settimana della Ricerca Scientifica"	Presentazione progetti ricerca scientifica degli 8 filmati in collaborazione con RAI Educational	Piccolo e medie imprese e studenti universitari	Rete Cnr	
--	---	--	--	---	----------	--

## Area Comunicazione Scientifica – Obiettivi

1. **Presentazione e valorizzazione delle attività di Ricerca del Cnr a livello nazionale e internazionale:** missione del Gruppo Comunicazione Scientifica dell'Ufficio comunicazione, informazione e Urp della Direzione Generale del Cnr – sede di Genova è quella di operare in sinergia con la rete scientifica del Cnr per la promozione di iniziative di *outreach*, diffusione e valorizzazione delle conoscenze maturate nell'Ente sia a livello nazionale che internazionale. Il Gruppo possiede una qualificazione particolare nel campo dell'animazione territoriale, del *networking* e della *social inclusion*. Proprio a partire dalla rete nazionale Cnr il Gruppo realizza progetti di comunicazione scientifica ad hoc volti alla realizzazione di eventi complessi per il grande pubblico;
2. **Diffusione della cultura scientifica:** all'interno del Gruppo Comunicazione Scientifica dell'Ufficio comunicazione, informazione e Urp della Direzione Generale del Cnr – sede di Genova sono presenti tutte le professionalità in grado di curare l'intero percorso ideativo e realizzativo di mostre scientifiche interattive permanenti e temporanee e di eventi culturali. Oltre alle capacità progettuali e operative, dispone di due Laboratori Tecnici per la realizzazione di prototipi, un Laboratorio di Elettromeccanica Scientifica e una falegnameria Scientifica dove gli *exhibit* vengono interamente realizzati da tecnici esperti che lavorano costantemente a stretto contatto con i progettisti del gruppo, grazie a macchine professionali e strumenti dedicati per la realizzazione di prototipi. Il gruppo si occupa di promuovere, all'interno dei propri eventi, metodologie didattiche innovative per i visitatori di tutte le età;
3. **Didattica ed educazione scientifica di base:** il Gruppo Comunicazione Scientifica sviluppa progetti di didattica informale dedicati al mondo della scuola. In particolare i laboratori dell'iniziativa "Science in a box" possono essere declinati su vari livelli in modo da essere accessibili a studenti delle scuole di ogni ordine e grado. In particolare si pone i seguenti obiettivi:
  - ✓ supportare i docenti nello stimolo dell'attenzione e dell'interesse degli studenti nei confronti delle materie scientifiche, favorendo l'apprendimento attivo e contribuendo a orientare gli studenti verso carriere di tipo tecnico-scientifico;
  - ✓ mettere in luce l'interdisciplinarietà della scienza;
  - ✓ trasferire competenze di comunicazione della scienza;
  - ✓ offrire agli studenti strumenti complementari alla didattica formale per comprendere gli argomenti del programma scolastico e introdurre contenuti non presenti nella programmazione curricolare;
  - ✓ affinare le capacità di logica e di *problem-solving*.

L'approccio generale proposto è quello della divulgazione scientifica e della didattica informale, che inquadra ogni argomento in una prospettiva applicativa e coinvolgente per lo studente. Lo stimolo della curiosità, della motivazione, del ragionamento e della comprensione di quanto proposto sono considerati prioritari rispetto alla memorizzazione di nozioni e procedure. Fondamentali, in questo quadro, sono la partecipazione attiva dello studente e l'interazione con i propri compagni, utilizzando materiali didattici ad hoc e ponendo il lavoro di gruppo come una componente chiave nel raggiungimento degli obiettivi di partenza.



I materiali didattici contenuti nella scatola possono essere *exhibit* in legno progettati e realizzati appositamente, oggetti e materiali di uso comune e supporti grafici.

**3.1. Formazione dei docenti:** il progetto “Science in a box” prevede un forte coinvolgimento dei docenti che trasmetteranno i contenuti e le metodologie proposte agli studenti durante l’anno scolastico. A tale scopo il Gruppo metterà in campo un piano di formazione studiato ad hoc per i docenti per ognuna delle science box ideate e realizzate.

4. **Promozione dei talenti scientifici:** il Cnr promuove le conoscenze scientifiche nelle loro più elevate espressioni, con particolare attenzione al patrimonio di talenti e di saperi che si formano nel sistema pubblico della ricerca italiana. A tale scopo l’Ente promuove il lancio, in collaborazione con l’Accademia Nazionale dei Lincei, della terza edizione del Premio Nazionale “RICERCATAMENTE”, riservato a giovani ricercatori e tecnologi che operano a vario titolo nelle strutture del Cnr;
5. **Presentazione e promozione dell’Ente:** è prevista la partecipazione a convegni, congressi, eventi culturali su tutto il territorio nazionale per presentare le attività scientifiche e divulgative dell’Ente, sia ad esperti dei settori di riferimento, sia al pubblico generico e scuole di ogni ordine e grado. Questa attività di promozione del Cnr viene effettuata anche attraverso l’allestimento di uno stand istituzionale realizzato *ad hoc*;
6. **Progettazione e diffusione dell’identità visiva dell’Ente:** il Cnr intende veicolare e diffondere, attraverso un Manuale sull’Immagine Coordinata dell’Ente, i valori istituzionali nonché il brand Cnr associato alla nuova identità visiva. Questa attività nasce anche dall’esigenza di compiere un lavoro di analisi e miglioramento dell’immagine del Cnr percepita dall’esterno;
7. **Implementazione nuova brand identity:** l’Ente progetta e mette in campo azioni di merchandising tramite, in particolare, la realizzazione e la distribuzione di gadget istituzionali e flyer tematici nell’ambito di eventi di comunicazione scientifica;
8. **Protezione della proprietà intellettuale:** il Cnr intende procedere con l’attivazione delle pratiche connesse al deposito del marchio delle mostre itineranti e delle iniziative di diffusione della cultura scientifica inseriti nel catalogo “La scienza si fa bella” realizzato a cura di questo Gruppo;
9. **Ricognizione eventi di comunicazione scientifica Cnr su base nazionale:** si intende realizzare il progetto “**POEM – Project for Outreach and Education Management**”: la “stanza di lavoro” di tutte le iniziative di divulgazione scientifica realizzate dal CNR in Italia e non solo, allo stesso tempo creata dalla comunità scientifica e posta al suo servizio;
10. **Presentazione Ente - collaborazione RAI Educational:** il Cnr ha realizzato otto filmati a carattere divulgativo in collaborazione con RAI Educational: tali prodotti raccolgono l’essenza della ricerca scientifica raggruppata per macroaree (corrispondenti sette Dipartimenti tematici dell’Ente, cui va aggiunta una presentazione istituzionale generale), ognuna delle quali sintetizza l’attività sviluppata dai nostri Istituti. L’Ente intende sviluppare un progetto volto alla conservazione e valorizzazione di tali filmati.

## Area Comunicazione Scientifica – Azioni

**Azione 1 - Programmazione e progettazione di nuove mostre volte a veicolare le attività di punta del Cnr focalizzando su una tematica** (Obiettivo 1 - Presentazione e valorizzazione delle attività di Ricerca del Cnr a livello nazionale e internazionale)

### Progettazione mostra scientifica su “Artide” (2016)

A partire dalla suggestione esercitata dalle fotografie del collega del Cnr Vittorio Tulli che saranno parte di una pubblicazione di Cnr edizioni si intende progettare una nuova mostra scientifica sull'Artico una delle tre regioni fredde del Pianeta in cui il Cnr è presente con la propria struttura di ricerca: la base “Dirigibile Italia”. Dalla scienza atmosferica all'oceanografia le zone fredde del Pianeta sono punti chiave per la ricerca scientifica. Studi recenti si stanno occupando del ruolo di queste regioni nel clima globale; predicendo e monitorando i cambiamenti negli ecosistemi artici e montani, anche riguardo all'ambiente ed alla salute umana. La ricerca in questi luoghi contribuisce alla conoscenza dell'intero Pianeta, spaziando in diversi settori di grande interesse per le scienze ambientali e biologiche, per la tecnologia ed anche per le scienze umane.

La mostra utilizzerà *exhibit* interattivi appositamente realizzati per introdurre e illustrare al pubblico tematiche generali legate alla geografia delle aree fredde. I temi trattati saranno numerosi e di grande impatto evocativo: dalle aurore boreale, alla fisica dei fiocchi di neve; dagli effetti del riscaldamento globale sullo scioglimento dei ghiacci al buco nell'ozono, dagli adattamenti degli animali ai climi rigidi alle soluzioni tecnologiche sviluppate dall'uomo. La mostra si avvarrà inoltre dei contributi scientifici dei numerosi Istituti Cnr che operano nelle regioni fredde della Terra e sarà un'occasione importante per presentare al pubblico i risultati delle loro ricerche più significative.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione e collaborazioni da attivare all'interno della rete di ricerca nazionale del Cnr.*

### Collaborazione con Cnr Insean per la progettazione e realizzazione di mostre e exhibit (2016)

L'Istituto Nazionale per Studi ed Esperienze di Architettura Navale del Cnr (Vasca Navale) svolge attività di ricerca di base nelle discipline principali di architettura navale e ingegneria navale, con applicazioni, tra le altre, nel trasporto marittimo sicuro e nella riduzione dei rischi per la nave e per l'equipaggio. Molti temi di ricerca sono finalizzati a settori di interesse della politica marittima europea integrata: trasporto eco-sostenibile, sicurezza dei trasporti marittimi, tecnologie innovative per la cantieristica, sfruttamento sostenibile del mare. Abbiamo già collaborato in occasione della mostra “Italia del futuro” all'interno della quale è rappresentata a grandi linee l'attività dell'Istituto. E' di interesse dell'Ente la progettazione di una mostra scientifica interattiva volta a mostrare al pubblico i capisaldi dell'attività della Vasca Navale, peculiare e caratteristica del nostro Ente e del nostro Paese.

Inoltre siamo stati contattati dall'Istituto per attivare la progettazione e realizzazione di un percorso espositivo sull'energia in occasione dell'EXPO 2017 in Kazakistan. Si tratta di una esposizione internazionale prevista e programmata presso la città kazaca di Astana nel periodo compreso fra il 10 giugno e il 10 settembre 2017. Il tema scelto dagli organizzatori,

Future Energy, "energia futura", toccherà temi relativi alla produzione responsabile ed efficiente di energia nell'immediato futuro e al rapporto con l'ambiente, con particolare riferimento alle energie rinnovabili.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica in collaborazione con l'Istituto Nazionale per Studi ed Esperienze di Architettura Navale del Cnr (INSEAN): progettazione e accordi.*

**Azione 2 - Programmazione e progettazione di nuove mostre volte a veicolare le attività di punta del Cnr su tematiche generiche** (Obiettivo 1 - Presentazione e valorizzazione delle attività di Ricerca a livello nazionale e internazionale)

**Collaborazione con MAECI: progettazione nuova mostra per itineranza circuito IIC e Ambasciate (2016-2017)**

"Italia del futuro" è un progetto che è stato promosso dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale dal 2013 al 2015 con lo scopo di presentare l'Italia all'estero attraverso la ricerca scientifica e i suoi sviluppi tecnologici che testimoniano il dinamismo e la capacità di rinnovarsi del nostro Paese, proiettato nel futuro, ma con radici in una cultura plurimillenaria. Il Cnr e il MAECI intendono collaborare a partire dal 2016 alla progettazione e realizzazione di una nuova mostra volta a rinnovare i contenuti del format "Italia del futuro" che possa essere presentata all'estero attraverso il circuito degli Istituti Italiani di Cultura e delle Ambasciate nel corso del 2017. A partire da 7 isole tematiche la mostra intende presentare i risultati delle ricerche di punta delle 7 macroaree dell'Ente. Questa mostra verrebbe ideata e costruita interamente dal Cnr, concludendo la fruttuosa collaborazione con IIT, INFN e Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa.

*Collaborazioni attivate: Gruppi di Ricerca Cnr (a partire dai gruppi già coinvolti nel progetto Italia del futuro - Ino, Istc, Isti, Issia, Ev-K2-Cnr, Insean, Istec, Itabc – verrebbero coinvolti anche altri gruppi a seconda dei temi selezionati)*

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione evento e accordi.*

**Azione 3 - Programmazione di un evento biennale volto a veicolare le attività di punta del Cnr su tematiche generiche** (Obiettivo 1 - Presentazione e valorizzazione delle attività di Ricerca a livello nazionale e internazionale)

Si intende proporre la realizzazione di un Cnr Temporary Museum, ovvero una panoramica di highlight per illustrare le principali attività di ricerca dell'Ente. Immaginabile come evento a cadenza biennale, il temporary museum andrebbe collocato all'interno di uno spazio espositivo ad hoc da individuare nella sede centrale di Roma.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione evento e accordi.*

**Azione 4 - Produzione di eventi e itineranze di mostre interattive** (Obiettivo 2 - Diffusione della cultura scientifica)

**Progetto itineranza mostra scientifica "Italia del futuro" in Italia - Mostra scientifica interattiva del Cnr (2016)**

Si intende organizzare, al termine del tour in Argentina, una "prima" nazionale della mostra a Roma a seguito contatti da attivare con istituzioni locali e Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, in una location da individuare. Si possono attivare azioni di *fund raising* dedicate.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione evento e accordi.*

### **Progetto itineranza mostre del Cnr presso la Cittadella Mediterranea della Scienza nel 2015-2016: Laser (dicembre 2015 – metà 2016)**

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione evento e accordi con Cittadella Mediterranea della Scienza – Presidente: Ida Maria Catalano.*

### **Progetto itineranza mostre del Cnr sul territorio nazionale e internazionale nel 2016:**

il Gruppo Comunicazione Scientifica attiverà rapporti con enti e istituzioni per la circuitazione in Italia e all'estero delle mostre scientifiche itineranti del Cnr (Semplice e Complesso, Le Meraviglie della Scienza, Agorà, Laser, RiScattiamo la Scienza). Per esempio le mostre possono far parte di eventi come Festival della Scienza o Rassegne Scientifiche (FolignoScienza, Futura Festival, Futuro Remoto, Notte dei Ricercatori ecc.) o essere ospitate in Science Center o Musei della Scienza (per esempio il Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, la Cittadella Mediterranea della Scienza di Bari, Explora a Roma, il MUSE – Museo della Scienza di Trento ecc.)

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica: progettazione evento e accordi.*

### **Azione 5 - Edizione del catalogo delle attività (Obiettivo 2 - Diffusione della cultura scientifica)**

#### **Catalogo “La scienza si fa bella”: Mostre itineranti, exhibit e centri permanenti, Mostre temporanee – Pubblicazione Cnr edizioni**

Nel corso del 2015 è stato realizzato un catalogo che presenta tutti i grandi progetti di divulgazione scientifica realizzati dal gruppo e, in particolare, le mostre scientifiche itineranti su tutto il territorio nazionale e internazionale. La pubblicazione intende porsi come strumento di lavoro e di promozione a disposizione dell'intera rete scientifica del Cnr, per sostenere presso un pubblico sempre più ampio e diversificato la conoscenza delle attività che si svolgono all'interno delle nostre strutture, i risultati raggiunti dalla ricerca italiana nei più diversi campi di applicazione e, più in generale, per diffondere una cultura scientifica accessibile e coinvolgente. Il catalogo verrà inviato anche, per esempio, a Musei della Scienza e Science Centre in Italia e all'estero. La collaborazione con Sara di Marcello è stata continua e proficua. Catalogo formato digitale e cartaceo: © CNR edizioni 2015 ISBN 978 88 8080 154 2.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

### **Azione 6 - Partecipazione a progetti espositivi permanenti (Obiettivo 2 - Diffusione della cultura scientifica)**

#### **“Minerabilia” - Progettazione ed esecuzione restyling Sala dei Minerali e delle Rocce del Museo Civico di Storia Naturale “G. Doria” di Genova (2013-2015)**

Il Museo Civico di Storia Naturale “G. Doria” di Genova, con il DISTAV dell'Università di Genova, ha ricevuto un contributo da parte del MIUR nell'ambito dei contributi previsti dalla legge 6/2000 per la diffusione della cultura scientifica (2013). Il progetto “Minerabilia” prevede il riallestimento della Sala dei Minerali e delle Rocce del Museo: la sala, infatti, pur esponendo campioni di grande interesse scientifico, venne allestita negli anni Cinquanta del secolo scorso e viene penalizzata dalla mancanza di una moderna contestualizzazione della collezione. Il Cnr Ufficio comunicazione, informazione e Urp è coinvolto nella progettazione del *restyling* della sala (*exhibit* e grafica) al fine di rendere la visita all'esposizione un'esperienza coinvolgente e al passo con le moderne metodologie espositive. Inaugurazione prevista: 21 dicembre 2015

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica in collaborazione con Museo Civico di Storia Naturale “G. Doria” - Genova*

**Azione 7 - Implementazione e diffusione del progetto sulla didattica ed educazione informale "Science in a box - Dalla ricerca scientifica alla scuola: divulgazione e didattica delle scienze" (anno scolastico 2015-2016).** (Obiettivo 3 - Didattica ed educazione scientifica di base)

Con riferimento alle esperienze pregresse e alle competenze maturate ad oggi con l'iniziativa MateFitness e in particolare alla ricognizione sulle collaborazioni già avviate tra rete Cnr e sistema scolastico – effettuata dall'Istituto per le Tecnologie Didattiche del Cnr nell'ambito dell'accordo quadro tra il Cnr e il MIUR volto a incentivare e valorizzare forme di collaborazione tra il settore di ricerca pubblico e il sistema educativo nazionale - il gruppo di progetto dell'Ufficio Comunicazione, Informazione e Urp ha messo a punto **un nuovo progetto di divulgazione e didattica delle scienze** che potrebbe essere messo a servizio dell'Ente. Il progetto è rivolto a studenti e docenti, nell'ottica di avvicinare le nuove generazioni alla scienza attraverso attività didattiche di tipo laboratoriale e divulgative, stimolare gli studenti nella motivazione allo studio delle scienze e migliorare la qualità della didattica attraverso spunti per gli insegnanti.

E se la scienza fosse uno scatolone pieno di sorprese? Guardiamo dentro la scatola e tiriamo fuori un oggetto: che cosa ci racconta? Spaziando dalla matematica alla fisica, dalla biologia alla chimica, scopriamo che ogni oggetto, anche quelli che usiamo nella vita di tutti i giorni, può raccontarci un po' di scienza. **Science in a box è un insieme di laboratori e kit didattici pensati per introdurre, approfondire o ripassare – attraverso attività didattiche interattive – importanti concetti e argomenti per vari ambiti scientifici.**

Le attività laboratoriali possono essere declinate su vari livelli in modo da essere accessibili a studenti delle scuole di ogni ordine e grado. L'obiettivo è quello di coinvolgere i ricercatori degli istituti del Cnr per la progettazione dei laboratori, in modo da avere un'offerta ampia e completa in tutti i campi scientifici. Ad oggi sono in corso di attivazione più di dieci laboratori, alcuni progettati in toto dall'Ufficio Comunicazione, Informazione e URP, altri progettati in collaborazione con differenti Istituti Cnr. La sperimentazione del progetto è già avviata in due istituti scolastici:

✓ **Istituto Comprensivo di Cavezzo (Modena):** nel mese di aprile è stata attivata l'attività di formazione dei docenti in loco ed è stata consegnata la Science box "Matematica", in comodato d'uso a titolo oneroso, per la sperimentazione durante l'anno scolastico 2015-2016;

✓ **Istituto Comprensivo paritario Marcelline di Bolzano:** nel mese di giugno è stata attivata, per una settimana, l'attività di formazione dei docenti in loco su 3 Science box: "Matematica per l'infanzia", "Matematica per la scuola primaria e secondaria di primo grado", "Piante Sotto attacco". Quest'ultima è stata realizzata in collaborazione con il Cnr-IPSP. Nel mese di settembre verranno consegnate le 3 box, in comodato d'uso a titolo oneroso, per la sperimentazione durante l'anno scolastico 2015-2016.

Inoltre una delle Science box già realizzate, ovvero Plant Science box, è stata presentata – tra le altre attività Cnr – nell'ambito della manifestazione MeetMeTonight (25 e 26 settembre 2015), l'edizione milanese e lombarda della Notte Europea dei Ricercatori, l'appuntamento annuale che si propone di diffondere la cultura scientifica e la conoscenza delle professioni della ricerca tra i cittadini di tutte le età attraverso eventi e iniziative divertenti e stimolanti. In questa occasione lo stand del Cnr è stato visitato da oltre 5.000 persone.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azione 8 - Laboratorio didattico “Kidseconomics – il gioco di ruolo dell’economia” (2015 e 2016)** (Obiettivo 3 - Didattica ed educazione scientifica di base)

Il gruppo ha progettato i contenuti e realizzato i materiali didattici del laboratorio “Kidseconomics – il gioco di ruolo dell’economia” ideato in collaborazione con l’Istituto di ricerca sulla crescita economica sostenibile e l’Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo del Cnr. Il laboratorio è stato presentato in anteprima all’evento “La storia in piazza” (Genova, Palazzo Ducale, 16-19 aprile 2015) e si intende promuovere il laboratorio in particolare alle scuole primarie e secondarie di primo grado, sia a Genova, sia a Napoli dove il Cnr Issm ha attiva una fitta rete di rapporti con le scuole del territorio. Il laboratorio è inoltre un *highlight* dell’edizione 2015 del Festival della Scienza di Genova e verrà presentato presso i Magazzini del Cotone del Porto Antico di Genova.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica in collaborazione con l’Istituto di ricerca sulla crescita economica sostenibile del Cnr (IRCrES) e l’Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo del Cnr (ISSM).*

**Azione 9 - Progetto Science in a box: corsi di formazione docenti sul funzionamento delle singole box** (Obiettivo 3.1 - Formazione dei docenti)

Il gruppo intende organizzare, per tutti i docenti che aderiranno al progetto Science in a box, dei corsi di formazione ad hoc per la somministrazione delle attività didattiche contenute nelle box ai piccoli fruitori. Il corso di formazione prevedrà degli incontri tenuti anche dai ricercatori con cui il Gruppo ha progettato e realizzato i contenuti della box in questione.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azione 10 - Premio Ricercatamente (Terza Edizione)** (Obiettivo 4 - Promozione dei talenti scientifici)

Il Cnr promuove le conoscenze scientifiche nelle loro più elevate espressioni, con particolare attenzione al patrimonio di talenti e di saperi che si formano nel sistema pubblico della ricerca italiana. A riguardo, in un Paese in cui i giovani faticano non poco ad affermarsi e a trovare il giusto riconoscimento del loro valore, ed in considerazione della consapevolezza che buona parte del contributo di idee e di creatività si sviluppa nella fase iniziale della carriera di ricercatore, si intendono realizzare azioni mirate alla valorizzazione dell’eccellenza scientifica dei giovani ricercatori per contribuire concretamente alla crescita e all’avanzamento del sistema paese, soprattutto con riferimento allo spazio europeo.

Attraverso azioni mirate alla valorizzazione e all’emersione del talento nella ricerca scientifica, in sinergia con l’Accademia Nazionale dei Lincei nell’ambito dell’Accordo quadro già esistente, il Cnr pianifica specifiche iniziative concorsuali che premiano nei giovani la rilevanza della propria attività di ricerca, la sua originalità, le eventuali possibili applicazioni, i riconoscimenti ricevuti, la qualità delle pubblicazioni scientifiche connesse, il curriculum vitae et studiorum. Allo stesso scopo le Parti si impegnano a favorire iniziative di diffusione della cultura scientifica e tecnologica e promuovere attività di promozione e valorizzazione della ricerca.

L’attuazione degli obiettivi di cui sopra si concretizza, per l’anno 2016, nel lancio, in collaborazione con l’Accademia Nazionale dei Lincei, della terza edizione del Premio Nazionale “RICERCATAMENTE”, riservato a giovani ricercatori e tecnologi che operano a vario titolo nelle strutture del Cnr.

Un apposito Comitato di Gestione di cui all'art. 3 dello specifico Accordo Quadro opera per la programmazione e l'armonizzazione delle iniziative già in essere nei due Enti (Cnr e Lincei), e si impegna in particolare a:

- ✓ definire ed approvare un piano di interventi coerenti con le finalità del presente atto;
- ✓ individuare i criteri da applicare per la selezione delle eccellenze scientifiche;
- ✓ monitorare lo stato dei lavori;
- ✓ coordinare le iniziative di comunicazione legate alla presente convenzione, con particolare riferimento ai rapporti tra i diversi attori coinvolti, offrendo un'adeguata visibilità all'iniziativa e impegnandosi a darne diffusione attraverso un comunicato stampa congiunto e, in generale, attraverso una comune attività di comunicazione.

Il concorso RICERCATAMENTE è totalmente digitalizzato sia nella fase di presentazione delle domande, corredate da tutte le informazioni richieste (progetto, pubblicazioni, CV, ecc.), sia della fase di selezione dei vincitori effettuata attraverso la collaborazione di *reviewers* anonimi scelti dal Cnr e dai Lincei. La premiazione a cura dei presidenti dei due Enti organizzatori e la successiva assegnazione dei premi, concludono la procedura concorsuale.

*A cura dell'Ufficio comunicazione, informazione e Urp.*

### **Azioni 11 e 12 - Partecipazione a convegni, congressi e manifestazioni massive** (Obiettivo 5 - Presentazione e promozione dell'Ente)

**Partecipazione a eventi dedicati alla diffusione della cultura scientifica (2016):** il gruppo parteciperà a eventi specificamente dedicati alla comunicazione pubblica della scienza in Italia e all'estero con *exhibit*, gadget, stand istituzionali e materiali progettati e realizzati ad hoc a seconda della tipologia di manifestazione. Ne sono un esempio: PCST Conference – Public Communication of Science and Technology, the Ecsite Annual Conference, MEETmeTONIGHT, Forum PA, ecc.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

### **Azioni 13 - Elaborazione Contenuti Manuale Immagine Coordinata dell'Ente e relativa Procedura Operativa Standard** (Obiettivo 6 - Progettazione e diffusione identità visiva dell'Ente)

Con l'elaborazione dei contenuti del Manuale sull'Immagine Coordinata dell'Ente e quindi di una Procedura operativa standard si intende veicolare e diffondere i valori istituzionali nonché il brand dell'Ente associato alla nuova identità visiva. L'idea di progettare l'immagine coordinata per il Cnr nasce dall'esigenza di compiere un lavoro di analisi e miglioramento dell'immagine percepita all'esterno del maggiore Ente di Ricerca italiano. L'immagine coordinata non è solo la corretta rappresentazione di un logo-marchio abbinato ad elementi e prodotti visivi relazionati, ma è l'espressione della complessità e dei valori che l'Ente rappresenta e vuole trasmettere all'esterno, esprimendone la cultura e il know - how sui quali si fonda. Per definire una immagine coordinata efficace occorre quindi avviare un processo di riflessione sui valori, sugli obiettivi, sulle differenze con gli altri Enti di ricerca e sui possibili miglioramenti sia verso chi opera al suo interno sia verso l'esterno. Come indicato dal sito PAQ – Pubblica amministrazione di Qualità: "il Manuale di immagine coordinata è uno strumento che regola in modo organico e vincolante l'uso degli strumenti di comunicazione, dal logo alla impostazione grafica della carta intestata, buste da lettera, biglietti da visita, cover fax ecc.

Il Manuale deve interpretare e rappresentare l'ente comunicandolo in modo efficace ai destinatari, essere immediatamente riconoscibile e deve dare un'impostazione grafica coordinata anche ad altri strumenti di comunicazione quali manifesti, periodico comunale, sito internet, newsletter, ecc.". A seguito della promulgazione del Manuale si definiranno inoltre le modalità di applicazione e monitoraggio per tutta la rete Cnr.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azioni 14 e 15 - Progettazione e produzione di merchandising e partecipazione a eventi di comunicazione scientifica** (Obiettivo 7 - Implementazione nuova brand identity)

Su indicazione della presidenza del Cnr è stata attivata la progettazione di un lotto di gadget per la partecipazione dell'Ente a manifestazioni di tipo fieristico ad ampio target. Attraverso una ricerca di mercato su articoli e prodotti a basso costo si è giunti alla finalizzazione della produzione dei seguenti articoli personalizzati:

- ✓ Penna a sfera Naples 3000 pezzi con personalizzazione a 1 colore;
- ✓ Matita Valentina 2000 pezzi con personalizzazione a 1 colore;
- ✓ Borsa Musa 1000 pezzi con personalizzazione a 4 colori;
- ✓ Pastelli colorati 12 pezzi 2000 pezzi con personalizzazione a 1 colore;
- ✓ Foglietti adesivi 5000 pezzi con personalizzazione a 1 colore;
- ✓ Braccialetti in silicone 2000 pezzi con personalizzazione incisa;
- ✓ Segnalibri soggetti vari 10000 pezzi.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azione 16 - Progettazione e realizzazione e flyer tematici** (Obiettivo 7 - Implementazione nuova brand identity)

Su indicazione della presidenza del Cnr è stata attivata la progettazione e realizzazione di flyer tematici

esemplificativi di alcune delle attività principali dell'Ente:

- ✓ Cnr International
- ✓ Cnr Exhibit e Science in a box
- ✓ Cnr Web TV
- ✓ Cnr Portale
- ✓ Cnr Valorizzazione

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azione 17 - Deposito marchi mostre e iniziative** (Obiettivo 8 - Protezione della proprietà intellettuale)

Stiamo procedendo con l'attivazione delle pratiche connesse al deposito del marchio delle mostre itineranti e delle iniziative di diffusione della cultura scientifica inseriti nel catalogo "La scienza si fa bella" realizzato a cura di questo Gruppo e che intendiamo promuovere a livello nazionale e internazionale. In particolare si tratta dei seguenti nuovi depositi:

- ✓ Science in a box (iniziativa di didattica e diffusione della cultura scientifica);
- ✓ Agorà (mostra scientifica itinerante);
- ✓ Laser (mostra scientifica itinerante);
- ✓ Procederemo anche con il rinnovo del deposito dei seguenti marchi (la precedente registrazione valida per dieci anni è scaduta);
- ✓ Semplice e Complesso;
- ✓ Le Meraviglie della Scienza.

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica in collaborazione con Ufficio valorizzazione della ricerca del Cnr.*



**Azione 18** - Ideazione e progettazione di una “stanza di lavoro” della comunicazione scientifica di tutta la rete Cnr (Obiettivo 9 - Ricognizione eventi di divulgazione scientifica Cnr su base nazionale)

Si intende realizzare la proposta progettuale ideata dalla Dott.ssa Francesca Messina **“POEM – Project for Outreach and Education Management”**: la “stanza di lavoro” di tutte le iniziative di divulgazione scientifica realizzate dal Cnr in Italia e non solo, allo stesso tempo creata dalla comunità scientifica e posta al suo servizio. Un “luogo virtuale”, in continuo aggiornamento, mai obsoleto, in cui tutti i soggetti interessati potranno inserire la propria iniziativa già realizzata o in corso di progettazione e confrontarsi, in maniera veloce e diretta, con gli altri colleghi che si dedicano alle attività di *outreach* e *education* su tutto il nostro territorio per conoscerne “lo stato dell’arte”. Questa proposta implica un forte impatto per l’Ente, promuovendo un coinvolgimento dei suoi dipendenti a livello nazionale e internazionale e proponendo l’applicazione di tecniche e strumenti innovativi. Operativamente verrà individuato un sistema di amministrazione semplice, che verrebbe realizzato ex novo all’interno del Cnr, da consultare e da aggiornare e con tutte le potenzialità utili a condividere informazioni e strumenti con migliaia di afferenti su tutto il territorio nazionale. Con uno strumento innovativo e sofisticato come POEM, per ogni informazione inserita, diventerà semplice fare ricerche online di eventi già realizzati per tipologia, per disciplina, per proponente, per titolo, per città in cui è stata realizzata ecc. e sarà possibile contattare il referente dell’evento in questione e collaborare per replicarlo in qualche altra città o anche per collaborare alla progettazione di un nuovo evento. Per fare tutto questo potrà essere creata una sezione ad hoc del portale Cnr a cui i dipendenti dell’Ente potranno accedere inserendo il proprio numero di matricola e la password di accesso ai servizi per il personale (SIPER). Quindi verranno forniti nuovi username e password per accedere a POEM. Tutti i soggetti coinvolti, a seconda del ruolo che vorranno ricoprire - Osservatori e/o Consultatori - potranno inserire informazioni, avere la facoltà di consultare anche i contenuti elaborati da altri, aggiornare in continuazione i propri dati, elaborare statistiche, esprimere valutazioni. Una volta compilati, controllati, revisionati e approvati i form creati da parte del gruppo di progetto, il materiale andrà direttamente a popolare la parte del sito consultabile dagli utenti registrati. **Saranno così disponibili direttamente tutti gli eventi inseriti in una sorta di catalogo online, utile per ogni tipo di ricerca, consultazione, analisi quantitativa e valutazione.**

*A cura del Gruppo Comunicazione Scientifica.*

**Azione 19** - Progetto “Settimana della Ricerca Scientifica” (Obiettivo 10 - Presentazione Ente - collaborazione RAI Educational)

Nel 2013 sono stati celebrati i 90 anni del Cnr: attraverso un ampio programma di eventi è stata ripercorsa la storia dell’Ente e il suo ruolo nella società dalla fondazione in poi. Per tale occasione sono stati realizzati otto filmati a carattere divulgativo in collaborazione con RAI Educational: tali prodotti raccolgono l’essenza della ricerca scientifica raggruppata per macroaree (corrispondenti sette Dipartimenti tematici dell’Ente, cui va aggiunta una presentazione istituzionale generale), ognuna delle quali sintetizza l’attività sviluppata dai nostri Istituti. Si propone di sviluppare un progetto volto alla conservazione e valorizzazione di tali filmati, con il duplice obiettivo di presentarsi al grande pubblico televisivo e rinsaldare la collaborazione con la Rai. L’iniziativa si sviluppa su due percorsi:

- ✓ in ambito televisivo, riproduzione in televisione degli otto filmati RAI, nell’ambito di iniziative dedicate alla ricerca scientifica (es. Settimana della Ricerca Scientifica);

- ✓ i progetti presentati nei filmati verranno riprodotti “dal vivo” e proposti contemporaneamente alla messa in onda in eventi ad hoc da organizzare presso la sede centrale dell’Ente, con tavole rotonde a cui presenzieranno i ricercatori coinvolti nella realizzazione dei filmati Rai. Tali eventi saranno, anch’essi, organizzati nelle stesse giornate dedicate alla Settimana della ricerca scientifica;
- ✓ Il target di pubblico a cui il Cnr vuole rivolgersi è quello del pubblico generico, degli studenti universitari, delle Pmi.  
*A cura dell’Ufficio comunicazione, informazione e Urp in collaborazione con l’Ufficio Stampa.*

#### **Azione 20 – Apporto alla realizzazione del Festival della Scienza di Genova (Obiettivo 2 - Diffusione della cultura scientifica)**

Il Cnr partecipa in veste di Socio fondatore e di Partner istituzionale all’Associazione Festival della Scienza, associazione legalmente riconosciuta a carattere non lucrativo che sin dal 2003 organizza a Genova l’omonima manifestazione, vera e propria eccellenza a livello internazionale nel campo delle iniziative di diffusione della cultura scientifica e tecnologica. Oltre al Cnr, da sempre ente scientifico di riferimento, insieme con l’Università degli Studi di Genova, partecipano alla compagine associativa enti ed istituzioni, pubbliche e private, a carattere locale (Regione Liguria, Comune di Genova, Camera di Commercio di Genova, Confindustria Genova), enti pubblici di ricerca nazionali (IIT, INAF, INFN, INGV, INRIM, Centro Fermi) e soggetti imprenditoriali (Codice. Idee per la Cultura S.r.l., Costa Edutainment S.p.A., Sviluppo Genova S.p.A.). Il Festival della Scienza rappresenta oggi una delle principali realtà culturali del nostro paese, unico evento italiano selezionato già nel 2006 dalla Commissione Europea tra le 10 best practices riconosciute in 31 paesi nel campo della promozione e comunicazione delle tematiche concernenti la ricerca scientifica e tecnologica e modello cui si sono ispirate tante iniziative tra le quali il World Science Festival di New York. Fondamentale a tal fine l’apporto del Cnr, che in virtù di specifiche intese convenzionali pone a disposizione strutture, risorse, servizi e competenze finalizzate alla realizzazione dell’evento. L’Associazione Festival della Scienza ha sede legale ed amministrativa presso il Comprensorio Cnr di Genova Campi, nei cui spazi, appositamente individuati e dedicati, opera sin dal 2003 lo staff (dipendenti e collaboratori) dell’Associazione. L’apporto dell’Ente al Festival si sostanzia altresì nell’erogazione di un contributo economico annuale e nella messa a disposizione di competenze gestionali, organizzative e tecniche, altamente qualificate, individuate e temporizzate annualmente sulla base di una tabella nominativa di impegno, comprendente unità di personale in staff all’Ufficio Comunicazione Informazione e URP della Direzione Generale Cnr (sede di Genova). Ulteriore supporto è fornito dall’Istituto CNR-SPIN, responsabile della gestione del Comprensorio di Genova Campi. Essenziale risulta inoltre il contributo del Cnr alla realizzazione del Festival dal punto di vista scientifico-progettuale: il programma annuale annovera infatti una variegata tipologia di eventi (mostre scientifiche, exhibit interattivi, laboratori didattici, conferenze, spettacoli) proposti dalla comunità scientifica, nazionale ed internazionale, nel cui ambito riveste particolare rilievo la partecipazione della rete di ricerca Cnr. L’Ente è da sempre protagonista delle edizioni annuali del Festival attraverso decine di iniziative, ideate e realizzate da propri gruppi e strutture di ricerca, tra cui compaiono gran parte degli highlights della manifestazione. Ampia e significativa è infine la presenza di ricercatori CNR all’interno del Consiglio Scientifico dell’Associazione, organo statutariamente preposto alla valutazione e validazione scientifica di programmi e iniziative.

Gantt – Area Comunicazione Scientifica

ATTIVITA'	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Progettazione e realizzazione nuova mostra scientifica Cnr "Artide"												
Progettazione e realizzazione di mostre e exhibit con Cnr Insean												
Progettazione nuova mostra con MAECI per circuito IIC e Ambasciate												
Realizzazione Cnr Temporary Museum												
Itineranza mostra Cnr "Italia del futuro" in Italia												
Itineranza mostra Cnr "Laser" Cittadella Mediterranea della Scienza Bari												
Organizzazione mostre itineranti del Cnr sul territorio nazionale e internazionale (Semplice e Complesso, Le Meraviglie della Scienza, Agorà, Laser, RiScattiamo la scienza)												
Collaborazione scientifica con Museo di Storia Naturale "G. Doria" Genova												
Partecipazione a eventi dedicati alla diffusione della cultura scientifica												
Festa della Scienza e della Filosofia di Foligno												
Futura Festival di Civitanova Marche												
Notte dei ricercatori 2016 (MEETMeTonight Milano)												
ForumPA												
Implementazione e diffusione del progetto didattico "Science in a box"												
Corsi di formazione docenti sul progetto didattico "Science in a box"												
Implementazione e diffusione laboratorio didattico "Kidseconomics – il gioco di ruolo dell'economia"												
Premio "Ricercatamente"												
Progetto "Settimana della Ricerca Scientifica"												
Manuale Immagine Coordinata dell'Ente (diffusione,adozione,monitoraggio)												
Diffusione catalogo Cnr "La Scienza si fa bella" - mostre Cnr												
Progettazione e produzione di merchandising												
Progettazione e realizzazione e flyer tematici												
Deposito marchi mostre e iniziative												
Progettazione, realizzazione, adozione di una "stanza di lavoro" della divulgazione scientifica del Cnr (POEM)												
Apporto progettuale, gestionale e tecnico alla realizzazione del Festival della Scienza 2016												

Legenda

Esecuzione attività
Eventi

## 3.2 Area Editoria

### Introduzione

Nel suo ruolo di Editore, il Cnr contribuisce attraverso la pubblicazione di prodotti editoriali - cartacei e digitali, in accesso aperto o in accesso chiuso - alla diffusione della conoscenza scientifica. Nel sito web di Cnr Edizioni ([www.edizioni.cnr.it](http://www.edizioni.cnr.it)) è possibile consultare l'intero catalogo e fare acquisti on-line; anche l'apertura del primo Bookshop nel 2011, presso la sede centrale dell'Ente, concorre alla promozione di questi prodotti.

Diverse sono le collane editoriali pubblicate attualmente da Cnr Edizioni e sulle quali la sezione Editoria dell'Ufficio Comunicazione, Informazione e URP continuerà ad investire nel 2016. L'obiettivo è duplice: da un lato, informare un pubblico di specialisti e di professionisti (ricercatori, professori, medici, ingegneri, avvocati, studenti universitari, ecc.) sugli avanzamenti della ricerca. Dall'altro, far conoscere ai cittadini le innovazioni tecnologiche, stimolare l'interesse per l'affascinante mondo della ricerca, incuriosire e appassionare bambini e ragazzi alle discipline scientifiche.

Nel primo caso rientrano le 'monografie scientifiche', che trattano argomenti di diversi ambiti disciplinari (dalle scienze matematiche, fisiche e naturali, a quelle umanistiche) e varie 'collane'. Nel 2016 si prevede di pubblicare almeno tre monografie nei settori della matematica, dell'agroalimentare e dell'archeologia. Per quanto riguarda le collane, ricordiamo, tra le altre, *I Quaderni de la Ricerca Scientifica*, la storica collana del Cnr che fin dal 1963 propone, in tutti gli ambiti disciplinari, quaderni tecnici di laboratorio che descrivono metodologie e procedimenti di ricerca o fascicoli che ne riportano i risultati. Sempre in quest'ambito rientrano anche le collane curate dagli Istituti del Cnr. Non potendole elencare tutte, ricordiamo qui a mero titolo esemplificativo solo le collane attualmente edite da Cnr Edizioni. *Incunabula Graeca* dell'Istituto di Storia per il Mediterraneo Antico, che propone la pubblicazione di testi, indagini storiche, filologiche, linguistiche e archeologiche sulle origini della civiltà greca (in particolare età micenea e omerica ma anche civiltà egee e anatoliche, strettamente collegate con il mondo greco dell'età del Bronzo). La collana *Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies*, dello stesso Istituto, che riporta le ricerche storico-archeologiche dell'antico Egitto in un dialogo continuo tra egittologia, scienze e tecnologie. La collana *Filosofia e Saperi*, dell'Istituto per la Storia del Pensiero Filosofico e Scientifico Moderno che raccoglie scritti volti a promuovere una visione dinamica della relazione tra saperi umanistici e pratiche scientifiche, stimolando nuove prospettive teoriche in grado di facilitare la comunicazione e l'interazione tra ambiti e stili di pensiero diversi. Nel 2016 quattro numeri di quattro collane

attualmente edite dagli Istituti del Cnr con altri editori, passeranno sotto l'egida di Cnr Edizioni e saranno pubblicate in formato digitale. Sempre nell'ambito delle pubblicazioni specializzate rientrano 'le riviste del Cnr'. Tra le tante menzioniamo qui, sempre a titolo di esempio, la rivista *Tecnologie Didattiche* dell'Istituto di Tecnologie Didattiche, che si pone come obiettivo quello di divulgare le migliori pratiche educative al fine di contribuire allo sviluppo di pratiche, modelli e tecnologie innovative riguardanti l'apprendimento. Nel 2016, Cnr Edizioni diventerà editrice di tre nuove riviste scientifiche che saranno pubblicate in formato digitale e in modalità open access.

Al fine di promuovere l'interesse e suscitare la curiosità per la ricerca scientifica, soprattutto verso i ragazzi (secondo caso), il Cnr propone una serie di 'collane scientifico-divulgative' come *La scienza a fumetti* dove la corretta informazione

scientifico è proposta con un testo semplice e chiaro ed è corredata da immagini coloratissime che attirano la curiosità dei più piccoli; *Comics & Science*, una collana pensata per i giovani che l'Istituto per le Applicazioni del Calcolo "Mauro Picone" del Cnr sta sperimentando dal 2012. Un progetto editoriale nuovo che vuole promuovere il rapporto tra scienza e intrattenimento nella convinzione che entrambi costituiscano momenti formativi importanti per la crescita dell'individuo e del cittadino. Il titolo rimanda a un linguaggio privilegiato, quello del fumetto, omaggiato anche dalle scelte di formato, prezzo e confezione tipiche del classico e popolare giornalino. L'apparato redazionale tratta i temi della divulgazione in maniera informale e non accademica. Per i curiosi della matematica nasce, invece, quest'anno la nuova collana digitale 'Matematica e Dintorni', proposta sempre dallo stesso Istituto, che vuole proporre la pubblicazione di testi che riguardano la matematica e che non siano strettamente tecniche (carteggi, storie di matematici, scritti autobiografici, scritti divulgativi recenti, scritti dimenticati di matematici del passato); essa è rivolta a un pubblico non di specialisti ma di persone curiose e motivate. Nell'ottica di informare i cittadini e soprattutto le imprese sulle innovazioni tecnologiche sviluppate dal principale Ente di ricerca italiano, il Cnr riprenderà la serie dei 'Cataloghi delle Tecnologie del Cnr', pubblicazione annuale che quest'anno sarà dedicata al settore dell'agro alimentare. Dopo una breve pausa, verrà riproposta anche la pubblicazione degli *Highlights Cnr*, pubblicazione biennale che ha lo scopo di far conoscere al grande pubblico gli articoli scientifici dei ricercatori del Cnr pubblicati sulle riviste internazionali più prestigiose.

Sempre con un fine divulgativo e diretti al grande pubblico vanno menzionati anche i 'Libri istituzionali' che in occasione di anniversari e celebrazioni raccontano la storia dell'Ente, o libri fotografici e calendari che attraverso le immagini vogliono trasmettere il fascino della ricerca raccontando un particolare luogo o un particolare settore. Rientrano in quest'ambito anche le 'monografie a carattere divulgativo'. Nel 2016, saranno pubblicate tre opere: *Ny-Ålesund colors* (libro fotografico che racconta attraverso i colori le attività di ricerca condotte dalla base artica del Cnr: Dirigibile Italia); 'Missioni' (libro istituzionale che attraverso immagini e testi presenta le missioni archeologiche del Cnr nel mondo); 'Eracle e le sue fatiche' (libro divulgativo sui miti di Eracle nel contesto dell'età del Bronzo). La scienza può essere raccontata e comunicata anche attraverso i 'Giochi scientifici'. Il progetto "Gioca con la scienza" è una linea di attività che Cnr edizioni vuole proporre a partire da quest'anno.

La partecipazione al Salone del Libro di Torino, infine, è l'occasione per far conoscere al grande pubblico e alla stampa, il Cnr nella sua veste di editore scientifico capace di promuovere la scienza attraverso prodotti editoriali e forme di comunicazione non convenzionali.

A partire dal 2016, particolare attenzione sarà posta anche alla distribuzione dei prodotti editoriali, in particolare di quelli del settore delle Scienze Umane e Sociali.

L'accordo con il *Centre pour l'Edition Electronique Ouverte* per la digitalizzazione, la pubblicazione on-line e la diffusione delle opere letterarie sulla piattaforma *Open Edition* consentirà alle monografie e alle collane pubblicate dagli Istituti afferenti al Dipartimento di Scienze Umane e Sociali e Patrimonio Culturale del Cnr di avere ampia visibilità e distribuzione presso le Biblioteche e i siti delle librerie virtuali (*iBookstore, Amazon, ecc.*).

## Scheda sintetica delle azioni di comunicazione – Area Editoria

Area tematica	Obiettivi (n. 8)	Azioni (n. 20)	Dettaglio azioni	Target	Strutture coinvolte	Possibili partnership
DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA	Monografie scientifiche	Pubblicazione di tre monografie scientifiche (matematica, archeologia, agro-alimentare) indirizzate a un pubblico specializzato.	Raccolta delle proposte editoriali provenienti dalla rete scientifica del Cnr; valutazione da parte del Comitato editoriale; sviluppo grafica, impaginazione, pubblicazione, diffusione e vendita.	Ricercatori, studenti universitari, professionisti	Istituti CNR	Altri editori scientifici
	Collane scientifiche	Pubblicazione della collana scientifica multisetoriale: “I Quaderni de la Ricerca Scientifica” indirizzata a un pubblico specializzato. Settore Geologia ambientale, Geoscienze, Georisorse.	Raccolta delle proposte editoriali provenienti dalla rete scientifica del Cnr; valutazione da parte del Comitato editoriale; sviluppo grafica, impaginazione, pubblicazione, diffusione e vendita.	Ricercatori, studenti universitari, pubbliche amministrazioni, professionisti	Istituti CNR	Altri enti di ricerca, enti pubblici nazionali o locali.
		Pubblicazione della collana scientifica “Incunabula Graeca” indirizzata a un pubblico specializzato. Settore archeologia.	Attribuzione codice ISBN, diffusione e vendita.	Ricercatori, studenti universitari,	Cnr, Ist. di Storia del Mediterraneo Antico	
		Pubblicazione della collana scientifica “Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies” indirizzata a un pubblico specializzato. Settore archeologia.	Attribuzione codice ISBN, diffusione e vendita.	Ricercatori, studenti universitari.	Cnr, Ist. di Storia del Mediterraneo Antico	
		Pubblicazione della collana scientifica “Filosofia e Saperi” indirizzata a un pubblico specializzato.	Impaginazione, grafica, attribuzione codice ISBN,	Ricercatori, studenti universitari	Cnr, Ist. per la Storia del Pensiero	

	pubblico specializzato. Settore Filosofia.	diffusione e vendita.		Filosofico e Scientifico	
	Pubblicazione con Cnr Edizioni di quattro numeri di collane già edite dagli Istituti con altri editori e dal 2016 affidate a Cnr Edizioni. Le collane saranno pubblicate in formato digitale	Attribuzione codice ISBN, diffusione e vendita.	Ricercatori, studenti universitari	Istituti CNR	
Riviste scientifiche	Pubblicazione della rivista scientifica "Tecnologie Didattiche" indirizzata a un pubblico specializzato. Settore Educazione	Attribuzione codici DOI, diffusione e vendita.	Ricercatori, docenti, operatori della formazione	Cnr, Ist. di Tecnologie Didattiche	
	Pubblicazione con Cnr Edizioni di tre riviste già edite dagli Istituti con altri editori. Le riviste saranno pubblicate in formato digitale e in modalità open access.	Attribuzione codici DOI, diffusione e vendita.	Ricercatori, docenti, operatori del settore	Istituti del Cnr	
Collane divulgative	Pubblicazione della collana didattico divulgativa per ragazzi "La Scienza a fumetti".	Impaginazione, grafica, attribuzione codice ISBN, pubblicazione, diffusione e vendita.	Ragazzi, studenti scuole secondarie.	Istituti del Cnr	
	Pubblicazione della collana didattico divulgativa per ragazzi e universitari "Comics & Science".	Attribuzione codice ISBN, pubblicazione, diffusione e vendita.	Ragazzi, studenti scuole secondarie e universitari	Cnr, Ist. per le Applicazioni del Calcolo "Mauro Picone"	Symmaceo Communication
	Pubblicazione della collana divulgativa per curiosi nel settore della matematica "Matematica e Dintorni". La collana sarà pubblicata in formato digitale	Impaginazione, grafica, pubblicazione, assegnazione codice ISSN e ISBN, diffusione e vendita.	Pubblico generico, curiosi della matematica	Cnr, Ist. per le Applicazioni del Calcolo "Mauro Picone"	

		Publicazione del "Catalogo delle Tecnologie del Cnr nel settore Agro-Alimentare".	Raccolta testi, impaginazione, grafica, assegnazione codice ISBN, pubblicazione, diffusione.	Aziende, pubblica amministrazione	Cnr, Dip. di Scienze Bio-Agroalimentari, SPR Valorizzazione della ricerca	
		Publicazione degli "Highlight CNR 2014/2015". Publicazione che riporta gli articoli dei ricercatori del Cnr pubblicati sulle più importanti riviste scientifiche nazionali e internazionali.	Raccolta testi, impaginazione, grafica, attribuzione codice ISBN, pubblicazione, diffusione.	Grande pubblico	Istituti CNR	
	Libri fotografici, istituzionali, calendari	Publicazione del libro fotografico "Ny-Ålesund colors"	Raccolta testi, editing, assegnazione codice ISBN, pubblicazione, distribuzione, vendita.	Grande pubblico	Presidenza Cnr e Dip. Terra e Ambiente	
		Publicazione del libro istituzionale "Missioni"	Raccolta testi, editing, assegnazione codice ISBN, pubblicazione, distribuzione, vendita.	Grande pubblico	Presidenza Cnr e Dip. Scienze Umane e Sociali, Patrimonio Culturale	
		Publicazione della monografia "Eracle e le sue fatiche".	Raccolta testi, impaginazione, grafica, editing, assegnazione codice ISBN, pubblicazione, distribuzione, vendita.	Grande pubblico	Cnr, Ist. di Geoscienze e Georisorse e Ist. di Tecnologie Applicate ai Beni Culturali	
		Calendario 2017	Scelta del tema, selezione delle immagini, pubblicazione, diffusione	Grande pubblico	Presidenza, Istituti Cnr	
	Giochi scientifici	Avvio del progetto "Gioca con la Scienza"	Preparazione del bando per la raccolta delle proposte.	Grande pubblico di tutte le età	Istituti Cnr	
	Partecipazione a fiere di settore	Partecipazione al Salone del libro di Torino.	Presentazione dei prodotti editoriali dell'ente.	Grande pubblico	Istituti e Dipartimenti del Cnr	



	Distribuzione prodotti editoriali	Digitalizzazione e diffusione on-line, sulla piattaforma Open Edition, di opere letterarie ad accesso chiuso e ad accesso aperto del settore delle scienze umanistiche.	Firma dell'accordo con Open Edition, selezione delle opere da digitalizzare e divulgare.	Ricercatori del Cnr	Istituti del Dip. Scienze Umane e Sociali e Patrimonio Culturale.	
--	-----------------------------------	---	--	---------------------	---	--

### Area Editoria – Obiettivi

- 1. Monografie scientifiche.** La politica editoriale di Cnr Edizioni prevede per il 2016 la pubblicazione di tre monografie scientifiche nel settore della matematica, archeologia e agroalimentare), rivolte a un pubblico specializzato. I testi presentati, vengono sottoposti al vaglio del Comitato editoriale di Cnr Edizioni o dell'Istituto richiedente la pubblicazione della monografia, che è chiamato ad esprimersi in merito alla validità scientifica dei testi e alla loro pubblicazione. I libri pubblicati con il marchio editoriale di Cnr Edizioni vengono diffusi e venduti attraverso i canali dell'editore. Il ricavato delle vendite è investito in nuove pubblicazioni.
- 2. Collane scientifiche.** La politica editoriale di Cnr Edizioni prevede per il 2016 la pubblicazione, sotto il suo marchio, di collane scientifiche pubblicate sia in modalità cartacea sia elettronica, quest'ultima ad accesso chiuso o ad accesso aperto: *I Quaderni de la Ricerca Scientifica, Incunabula Graeca, Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies, 'Filosofia e Saperi'*. Tutti i passaggi per la pubblicazione dei singoli volumi delle collane vengono seguiti direttamente dagli Istituti proponenti (raccolta degli articoli, *peer review*, revisione testi, impaginazione, grafica) che nominano e coordinano anche il comitato scientifico-editoriale della collana. Cnr Edizioni assegna a queste collane il codice ISSN e ISBN, le diffonde e le vende attraverso i suoi canali. Il ricavato delle vendite è investito in nuove pubblicazioni.
- 3. Riviste scientifiche.** Per venire incontro a una specifica richiesta della rete scientifica, il Consiglio Nazionale delle Ricerche, oltre che titolare di tutte le proprie riviste, nel 2016 diventerà anche Editore di alcune di esse: la rivista 'Tecnologie Didattiche' e di altre tre riviste ancora da definire. Tutti i passaggi per la creazione della rivista vengono seguiti direttamente dagli Istituti che gestiscono il periodico (raccolta degli articoli, *peer review*, grafica, impaginazione e revisione testi) e che nominano e coordinano anche il comitato scientifico-editoriale. Cnr Edizioni si occupa degli adempimenti per la registrazione delle riviste e delle sue variazioni presso i Tribunali competenti, dell'attribuzione dei codici DOI e mette a disposizione i suoi canali per la diffusione e la vendita.
- 4. Collane divulgative.** Tra le pubblicazioni curate dalla sezione Editoria del Cnr rientrano le opere a carattere divulgativo, destinate a un pubblico ampio e generico: cittadini, studenti, ecc. Queste pubblicazioni, che escono con il marchio editoriale Cnr Edizioni e hanno lo scopo di suscitare, soprattutto verso le generazioni più giovani, interesse e curiosità per la ricerca. A tal fine viene utilizzato un linguaggio informale e non accademico e preferiti formati maneggevoli e prezzi economici, alla portata di tutti. Nell'ambito delle collane divulgative rientrano anche dei testi più tecnici pensati in particolare per le imprese e la pubblica amministrazione. Questi sono volti a far conoscere le attività di ricerca condotte dal Cnr e i suoi risultati. Le collane divulgative che saranno editate da Cnr Edizioni nel 2016

sono: *La Scienza a fumetti, Comics & Science, Highlights Cnr, 'Matematica e Dintorni', 'I cataloghi delle tecnologie del Cnr per il settore dell'agro-alimentare'*.

5. **Libri fotografici, istituzionali e divulgativi, calendari.** Cnr Edizioni include nelle sue linee editoriali anche la pubblicazione di libri fotografici, calendari e libri istituzionali appositamente pensati per promuovere l'immagine dell'Ente, raccontare la sua storia, le sue ricerche, le biografie dei suoi più illustri rappresentanti, o per descrivere in modo divulgativo teorie scientifiche, scoperte, avventure di ricerca. Nel 2016 saranno editi i seguenti libri: *Ny-Ålesund colors*, 'Missioni', 'Eracle e le sue fatiche'. A questo elenco si aggiunge la pubblicazione del Calendario Cnr 2017.
6. **Giochi scientifici.** Con l'intento di catturare la curiosità dei più giovani sulle questioni più complesse della fisica, della chimica o della matematica, e seguendo il motto "imparare divertendosi", Cnr Edizioni si fa promotore nel 2016 di una nuova linea di attività dedicata ai giochi scientifici. Il progetto "Gioca con la Scienza" ha l'obiettivo di selezionare i progetti più accattivanti e comunicativi.
7. **Partecipazione a fiere di settore.** Con la partecipazione del Cnr XXIX Salone del libro di Torino, Cnr desidera presentarsi al grande pubblico nella sua veste di editore scientifico; ma soprattutto intende promuovere la conoscenza scientifica attraverso prodotti editoriali e forme di comunicazione non convenzionali in cui scienza e intrattenimento si uniscono in binomio inscindibile con l'intento di appassionare e divertire il pubblico di tutte le età.
8. **Distribuzione prodotti editoriali.** Sottoscrivendo un accordo con il Centre pour l'Edition Electronique Ouverte per la digitalizzazione e la pubblicazione on-line di libri e riviste sulla piattaforma *Open Edition*, Cnr Edizioni intende nel 2016, accrescere la visibilità presso le Biblioteche e le librerie virtuali dei prodotti editoriali digitali degli suoi Istituti, in particolare di quelli del settore delle Scienze Umane e Sociali.

## Area Editoria – Azioni

### **Azione 1 – Pubblicazione di monografie scientifiche indirizzate a un pubblico specializzato** (Obiettivo 1 – Monografie scientifiche)

#### **Pubblicazione di tre monografie scientifiche (2016)**

Tenuto conto delle numerose richieste di pubblicazione di libri che l'Ufficio Comunicazione, Informazione e URP riceve dai ricercatori della rete scientifica, Cnr Edizioni pubblicherà tre monografie relative ai seguenti ambiti disciplinari: matematica, l'agroalimentare, l'archeologia. Le pubblicazioni potranno essere edite in formato cartaceo e/o digitale.

Le proposte editoriali saranno sottoposte alla valutazione scientifica del comitato editoriale di Cnr Edizioni e pubblicate con il suo marchio editoriale. Cnr Edizioni seguirà tutta la fase di raccolta testi, impaginazione, sviluppo della grafica; assegnerà ai libri il proprio codice ISBN, le diffonderà e le venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno utilizzati per nuove pubblicazioni.

*A cura della Sezione Editoria in collaborazione con gli Istituti del Cnr.*

### **Azione 2 – Pubblicazione della collana scientifica “I Quaderni de la Ricerca Scientifica”** (Obiettivo 2 – Collane scientifiche)

#### **Pubblicazione di un numero della collana “I Quaderni de la Ricerca Scientifica” (QRS) nel settore della geologia ambientale, geoscienze o georisorse (2016)**

Cnr Edizioni pubblicherà nel 2016 almeno un numero della collana QRS nel settore della geologia ambientale, geoscienze o georisorse. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo e/o digitale. Le proposte editoriali saranno sottoposte alla valutazione scientifica del Comitato editoriale di Cnr Edizioni e pubblicate con il suo marchio editoriale e con il nome dell'Istituto. Cnr Edizioni seguirà tutta la fase di raccolta testi, impaginazione, sviluppo della grafica; assegnerà ai libri il proprio codice ISBN, le diffonderà e le venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno utilizzati per nuove pubblicazioni.

*A cura della Sezione Editoria in collaborazione con gli Istituti del Cnr e di altri enti di ricerca.*

### **Azione 3 – Pubblicazione della collana scientifica “Incunabula Graeca”** (Obiettivo 2 – Collane scientifiche)

#### **Pubblicazione di un numero della collana “Incunabula Graeca” (2016)**

D'accordo con l'Istituto di Studi sul Mediterraneo Antico, l'Ufficio Comunicazione, Informazione e URP pubblicherà, con il marchio editoriale editoriale di Cnr Edizioni, il numero CV della collana *Incunabula Graeca*. Collana internazionale che dal 1961 pubblica studi e ricerche sulle origini della civiltà greca. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo e digitale. Cnr Edizioni assegnerà al libro il proprio codice ISBN, lo diffonderà e lo venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno versati all'Istituto e utilizzati per nuove pubblicazioni. L'ufficio, d'accordo con l'Istituto, inizierà anche un processo di digitalizzazione dei numeri già pubblicati.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto di Studi sul Mediterraneo Antico (ISMA).*

### **Azione 4 – Pubblicazione della collana scientifica “Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies”** (Obiettivo 2 – Collane scientifiche)

#### **Pubblicazione di un numero della collana “Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies” (2016)**

D'accordo con l'Istituto di Studi sul Mediterraneo Antico, l'Ufficio Comunicazione, Informazione e Urp pubblicherà, con il marchio editoriale di Cnr Edizioni, il numero III della collana 'Ahemes'. Collana che riporta le ricerche storico-archeologiche dell'antico Egitto in un dialogo continuo tra egittologia, scienze e tecnologie. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo e/o digitale. Cnr Edizioni assegnerà al volume il proprio codice ISBN, lo diffonderà e lo venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno versati all'Istituto e utilizzati per nuove pubblicazioni. L'ufficio, d'accordo con l'Istituto, inizierà anche un processo di digitalizzazione dei numeri già pubblicati.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto di Studi sul Mediterraneo Antico (ISMA).*

**Azione 5 – Pubblicazione della collana scientifica “Filosofia e Saperi”** (Obiettivo 2 – Collane scientifiche)

**Pubblicazione di due numeri della collana “Filosofia e Saperi” (2016)**

D'accordo con l'Istituto per la Storia del Pensiero Filosofico e Scientifico Moderno, l'Ufficio pubblicherà, con il marchio editoriale di Cnr Edizioni, un nuovo numero della collana. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo e digitale. Cnr Edizioni assegnerà al volume il proprio codice ISBN, lo diffonderà e lo venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno versati all'Istituto e utilizzati per nuove pubblicazioni. L'ufficio, d'accordo con l'Istituto, inizierà anche un processo di diffusione attraverso la piattaforma Open Access dei numeri già pubblicati.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto per la Storia del Pensiero Filosofico e Scientifico Moderno (ISPF)*

**Azione 6 – Pubblicazione di quattro numeri di collane scientifiche di Istituti del Cnr** (Obiettivo 2 – Collane scientifiche)

**Pubblicazione, digitalizzazione e diffusione di quattro numeri di collane scientifiche (2016)**

L'Ufficio Comunicazione, Informazione e URP, pubblicherà in formato digitale, con il suo marchio editoriale, quattro nuovi numeri di collane già editate dagli Istituti con altri editori e dal 2016 affidate a Cnr Edizioni. Cnr Edizioni assegnerà al volume il proprio codice ISBN, lo diffonderà e lo venderà attraverso i suoi canali. I ricavi delle vendite saranno versati agli Istituti e utilizzati per nuove pubblicazioni. L'ufficio, d'accordo con gli Istituti, inizierà anche un processo di digitalizzazione dei numeri già pubblicati.

*A cura della Sezione Editoria e degli Istituti coinvolti.*

**Azione 7 – Pubblicazione della rivista scientifica “Tecnologie Didattiche”** (Obiettivo 3 – Riviste scientifiche)

**Pubblicazione di due numeri della rivista scientifica Tecnologie Didattiche (2016)**

La rivista tecnologie Didattiche, curata dall'Istituto di Tecnologie Didattiche del Cnr, sarà edita, a partire dal 2016 da Cnr Edizioni. La rivista che si pone come obiettivo quello di divulgare le migliori pratiche educative al fine di contribuire allo sviluppo di pratiche, modelli e tecnologie innovative riguardanti l'apprendimento, sarà pubblicata in formato digitale e modalità *open access* sul sito dell'Istituto e sulla piattaforma Open Edition. Cnr Edizioni si occuperà dell'attribuzione dei codici DOI ai diversi articoli e della diffusione.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto di Tecnologie Didattiche.*

**Azione 8 – Pubblicazione di altre riviste scientifiche (Obiettivo 3 – Riviste scientifiche)  
Pubblicazione di tre numeri di riviste del Cnr (2016)**

Nel 2016, Cnr Edizioni diventerà editrice di tre nuove riviste scientifiche e si occuperà, d'accordo con gli Istituti che curano le riviste, dell'attribuzione dei codici DOI e della diffusione. I numeri delle riviste saranno in formato digitale e open access.

*A cura della Sezione Editoria e degli Istituti coinvolti.*

**Azione 9 – Pubblicazione della collana didattico-divulgativa per ragazzi “La scienza a fumetti” (Obiettivo 4 – Collane divulgative)**

**Pubblicazione di un numero della collana divulgativa “La scienza a fumetti” (2016)**

Al fine di promuovere l'interesse e suscitare la curiosità per la ricerca scientifica, soprattutto verso i ragazzi (secondo caso), il Cnr propone nel 2016 la pubblicazione di un nuovo numero della collana scientifico-divulgativa La scienza a fumetti, quest'anno dedicata probabilmente al settore dell'Agroalimentare. Questa è una collana dove la corretta informazione scientifica è proposta con un testo semplice e chiaro ed è corredata da immagini coloratissime che attirano la curiosità dei più piccoli. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo e digitale. Cnr Edizioni si occuperà dello sviluppo della grafica, dell'impaginazione, dell'attribuzione del codice ISBN, della diffusione e della vendita attraverso i propri canali e quelli di Open Edition.

*A cura della Sezione Editoria e dell'istituto coinvolto.*

**Azione 10 – Pubblicazione della collana didattico-divulgativa per ragazzi e universitari “Comics & Science” (Obiettivo 4 – Collane divulgative)**

**Pubblicazione di due numeri della collana “Comics & Science” (2016)**

Nel 2016 Cnr Edizioni diventa coeditore della collana *Comics & Science*. Una collana pensata per i giovani che l'Istituto per le Applicazioni del Calcolo “Mauro Picone” del Cnr sta sperimentando dal 2012. Un progetto editoriale nuovo che vuole promuovere il rapporto tra scienza e intrattenimento nella convinzione che entrambi costituiscano momenti formativi importanti per la crescita dell'individuo e del cittadino. Il titolo rimanda a un linguaggio privilegiato, quello del fumetto, omaggiato anche dalle scelte di formato prezzo e confezione tipiche del classico e popolare giornalino. L'apparato redazionale tratta i temi della divulgazione in maniera informale e non accademica. Per i curiosi della matematica nasce, invece, quest'anno la nuova collana digitale

I due numeri saranno pubblicati in formato cartaceo. Cnr Edizioni si occuperà dell'attribuzione del codice ISBN, della diffusione e della vendita attraverso i propri canali e quelli di Open Edition.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto per le Applicazioni del Calcolo “Mauro Picone”.*

**Azione 11 – Pubblicazione della collana divulgativa per curiosi nel settore della matematica “Matematica e Dintorni” (Obiettivo 4 – Collane divulgative)**

**Pubblicazione di due numeri della collana “Matematica e Dintorni” (2016)**

Su proposta dell'Istituto per le Applicazioni del Calcolo, Cnr Edizioni curerà la nuova collana digitale *Matematica e Dintorni*. Questa collana è dedicata ai curiosi della matematica che avranno quindi l'opportunità di leggere i testi più vari che riguardano la matematica: carteggi, storie di matematici, scritti autobiografici, scritti divulgativi recenti, scritti dimenticati di matematici del passato. La pubblicazione sarà edita in formato elettronico e in modalità accesso chiuso e/o accesso aperto.

Cnr Edizioni si occuperà dello sviluppo della grafica, dell'impaginazione, dell'attribuzione del codice ISBN, della diffusione e della vendita attraverso i propri canali e quelli di Open Edition.

*A cura della Sezione Editoria e dell'Istituto per le Applicazioni del Calcolo "Mauro Picone".*

**Azione 12 – Pubblicazione del Catalogo delle Tecnologie del Cnr per il settore Agroalimentare** (Obiettivo 4 – Collane divulgative)

**Pubblicazione del "Catalogo delle tecnologie del Cnr per l'agro-Alimentare" (2016)**

Con l'intento di avviare nuove collaborazioni ricerca o di trasferimento tecnologico tra il Cnr e la pubblica amministrazione e le imprese, il Cnr riprende la serie dei

*Cataloghi delle Tecnologie del Cnr*, e pubblicherà nel 2016 un catalogo dedicato alle tecnologie per il settore dell'agro-alimentare. La pubblicazione sarà realizzata insieme al Dipartimento di Scienze Bio-Agroalimentari. Cnr Edizioni si occuperà dello sviluppo della grafica, dell'impaginazione e della diffusione. Il Dipartimento costituirà il Comitato scientifico e si occuperà di selezionare le tecnologie da proporre.

*A cura della Sezione Editoria e del Dipartimento di Scienze Bio-Agroalimentari anche in collaborazione con la SPR Valorizzazione della Ricerca.*

**Azione 13 – Pubblicazione degli Highlights Cnr 2014/2015** (Obiettivo 4 – Collane divulgative)

**Pubblicazione "Highlights CNR 2014/2015" (2016)**

Sarà riproposta nel 2016 la pubblicazione degli *Highlights Cnr*, pubblicazione biennale che ha lo scopo di far conoscere al grande pubblico gli articoli scientifici dei ricercatori del Cnr pubblicati sulle riviste internazionali più prestigiose. La pubblicazione sarà realizzata insieme alla Biblioteca e alla rete scientifica del Cnr. La pubblicazione sarà edita in formato cartaceo. Cnr Edizioni e il suo Comitato Editoriale seguiranno il coordinamento del progetto editoriale.

*A cura della Sezione Editoria, della Biblioteca Centrale e degli Istituti del Cnr.*

**Azione 14 – Pubblicazione del libro fotografico "Ny-Ålesund colors"** (Obiettivo 5 – Libri fotografici, istituzionali, divulgativi, calendari)

**Pubblicazione del libro fotografico "Ny-Ålesund colors" (2016)**

Su indicazione della Presidenza, Cnr Edizioni pubblicherà nel 2016 il libro fotografico *Ny-Ålesund colors*; un testo che attraverso spettacolari immagini fotografiche scattate nei luoghi dove si trova la base di ricerca del Cnr, Dirigibile Italia, vuole trasmettere ai lettori il fascino delle attività di ricerca condotte in questo remoto e suggestivo angolo del pianeta.

*A cura della Sezione Editoria.*

**Azione 15 – Pubblicazione del libro istituzionale "Missioni"** (Obiettivo 5 – Libri fotografici, istituzionali, divulgativi, calendari)

**Pubblicazione del libro istituzionale "Missioni" (2016)**

Su indicazione della Presidenza, Cnr Edizioni pubblicherà nel 2016 il libro *Missioni* volto a raccontare attraverso immagini e testi la storia e le attività di ricerca delle missioni archeologiche del Cnr nel mondo.

*A cura della Sezione Editoria.*

**Azione 16 – Pubblicazione della monografia “Eracle e le sue fatiche”** (Obiettivo 5 – Libri fotografici, istituzionali, divulgativi, calendari)

**Pubblicazione del libro “Eracle e le sue fatiche” (2016)**

Con l'intento di coniugare mito e ricerca, Cnr Edizioni pubblicherà nel 2016 il libro a *Eracle e le sue fatiche*; un libro divulgativo sui miti di Eracle nel contesto dell'età del Bronzo.

*A cura della Sezione Editoria.*

**Azione 17 – Pubblicazione del Calendario Cnr 2017** (Obiettivo 5 – Libri fotografici, istituzionali, divulgativi, calendari)

**Pubblicazione del Calendario Cnr 2017 (2016)**

Cnr Edizioni, curerà per il terzo anno la pubblicazione del calendario Cnr, proponendo per il 2017 un calendario che attraverso fumetti illustra lo straordinario mondo della matematica.

*A cura della Sezione Editoria in collaborazione con l'Istituto per le Applicazioni del Calcolo “Mauro Picone”.*

**Azione 18 – Giochi scientifici** (Obiettivo 6 – Giochi scientifici)

**Progetto “Gioca con la scienza” (2016)**

La scienza può essere raccontata e comunicata anche attraverso i Giochi. Seguendo il motto “imparare divertendosi”, Cnr Edizioni si fa promotore nel 2016 di un nuovo progetto dedicato ai giochi scientifici pensati per un pubblico di tutte le età. Una linea di attività che Cnr edizioni vuole proporre a partire da quest'anno con l'intento di catturare la curiosità delle persone di tutte le età sulle questioni più complesse della fisica, della chimica o della matematica. La prima azione consisterà nel bandire un concorso interno alla rete scientifica del Cnr per selezionare i progetti più accattivanti e comunicativi.

*A cura della Sezione Editoria e degli Istituti coinvolti.*

**Azione 19 – Partecipazione al salone del Libro di Torino** (Obiettivo 7 – Partecipazione a fiere di settore)

**Partecipazione al XXIX Salone del Libro di Torino (2016)**

La partecipazione al prossimo Salone del Libro di Torino è l'occasione per far conoscere al grande pubblico e alla stampa il Cnr nella sua veste di editore scientifico. Sarà anche e, soprattutto, l'occasione per promuovere la conoscenza scientifica attraverso prodotti editoriali e forme di comunicazione non convenzionali in cui scienza e intrattenimento si uniscono in binomio inscindibile con l'intento di catturare, appassionare e divertire il pubblico di tutte le età.

*A cura della Sezione Editoria e degli Istituti coinvolti.*

**Azione 20 – Accordo con Open Edition** (Obiettivo 8 – Distribuzione prodotti editoriali Cnr Edizioni)

**Accordo con Open edition (2016)**

Sottoscrivendo un accordo con il Centre pour l'Edition Electronique Ouverte per la digitalizzazione e la pubblicazione on-line di libri e riviste sulla piattaforma Open Edition, Cnr Edizioni intende accrescere la visibilità presso le Biblioteche e le librerie virtuali (iBookstore, Amazon, ecc) dei prodotti editoriali digitali, ma anche cartacei, degli suoi Istituti, in particolare di quelli del settore delle Scienze Umane e Sociali.

*A cura della Sezione Editoria e del Dipartimento di Scienze Umane e Sociali e Patrimonio Culturale.*

Gantt – Area Editoria

ATTIVITA'	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Pubblicazione di 3 monografie scientifiche (discipline matematica, agroalimentare, archeologia)												
Pubblicazione di 1 numero della collana "I Quaderni de la Ricerca Scientifica" (disciplina: geologia ambientale o geoscienze o georisorse)												
Pubblicazione di 1 numero della collana "Incunabula Graeca" (Cnr Edizioni e ISMA)												
Pubblicazione di 1 numero della collana "Archaeological Heritage & Multidisciplinary Egyptological Studies" (Cnr Edizioni e ISMA)												
Pubblicazione di 2 numeri della collana "Filosofia e Saperi" (Cnr Edizioni e ISPF)												
Pubblicazione/digitalizzazione di 4 numeri di collane scientifiche di Istituti Cnr												
Pubblicazione della rivista "Tecnologie didattiche" (Cnr Edizioni + ITD)												
Pubblicazione di 3 numeri di riviste scientifiche del Cnr												
Pubblicazione di 1 numero della collana "La scienza a fumetti"												
Pubblicazione di 2 numeri della collana a fumetti "Comics & Science" (Cnr Edizioni + IAC)												
Pubblicazione di 2 numeri della collana digitale "Matematica & Dintorni"												
Pubblicazione del Catalogo delle Tecnologie del Cnr del settore Agro-Alimentare (Cnr Edizioni e DISBA)												
Pubblicazione degli Highlights CNR 2014/2015												
Pubblicazione del libro fotografico "Ny-Alesund colors" (versione inglese)												
Pubblicazione del libro "Missioni"												
Pubblicazione del libro "Eracle e le sue fatiche"												
Pubblicazione calendario CNR 2017												
Progetto "Gioca con la scienza"												
Partecipazione al XXIX Salone del libro di Torino												
Accordo con Open Edition per distribuzione prodotti editoriali del Consiglio Nazionale delle Ricerche												

Legenda

Esecuzione attività
Eventi



### 3.3 - Rapporti con i media

#### Introduzione

La Struttura tecnica di particolare rilievo Ufficio Stampa del Cnr, ai sensi della Legge 150/2000, valorizza le informazioni acquisite da Uffici, Dipartimenti e Istituti che meglio compendino rilevanza scientifica e 'notiziabilità' giornalistica.

La presente parte del Piano di Comunicazione dell'Ente illustra l'articolazione delle attività relative alle competenze assegnate alla Struttura, evidenziandone e declinandone processi, fasi, funzioni e obiettivi.

Stante la difficoltà di calendarizzare entro una griglia temporale definita la gran parte di attività dell'Ufficio dato il carattere continuativo e la 'non prevedibilità' delle notizie generate dalla rete scientifica, il presente documento focalizza in modo particolare, pertanto, gli eventi che vedranno coinvolto l'Ufficio con particolare impegno nel corso del 2016.

#### Scheda sintetica delle azioni di comunicazione – Area Rapporti con i media

Tipologia	Attività	Obiettivi	Azioni	Dettaglio azioni	Target	Strutture coinvolte	Possibili partnership
ATTIVITÀ CONTINUE	Front Office	Ottimizzazione richieste stampa	Fluidificazione contatti giornalisti-rete scientifica Cnr	Ricezione richieste stampa e individuazione contatto adeguato per competenze scientifiche e capacità divulgative nella tempistica necessaria.	Stampa nazionale e internazionale	Dipartimenti, Istituti e strutture Cnr, Ufficio stampa	
	Media Partnership	Esecuzione attività divulgative congiunte con giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi	Collaborazioni media con organi di stampa	Contatto con i soggetti interessati alla collaborazione, scambio della corrispondenza e documentazione necessaria, eventuale formalizzazione partnership, attivazione azioni di supporto per l'esecuzione delle attività congiunte (a titolo esemplificativo, il supporto redazionale fornito alla trasmissione 'Nautilus' di Rai Cultura)	Stampa nazionale e internazionale	Dipartimenti, Istituti e strutture Cnr, Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
	Agenzie di Stampa	Comunicazione interna ed esterna all'Ente	Monitoraggio e divulgazione mirata del flusso informativo	Monitoraggio e controllo agenzie per informazione e invio alla stampa di note relative alle attività di ricerca e istituzionali di interesse in funzione delle notizie diffuse. Nel corso del 2016 è previsto il rafforzamento delle attività di monitoraggio	Presidente, Direttore generale, dipartimenti, istituti, strutture Cnr, stampa	Ufficio stampa	

Conferenze stampa	Favorire la presenza dell'Ente sui media	Definizione e implementazione e strategie di comunicazione con il partner e le strutture interne interessate	Redazione e diffusione prodotti testuali ex ante ed ex post la conferenza, effettuazione di opportuni recall, organizzazione accoglienza e eventuale moderazione incontro, raccolta e invio rassegna stampa agli interessati	Stampa nazionale e internazionale	Ufficio stampa	
Supporto media a manifestazioni	Favorire la presenza dell'Ente sui media per 'special events' (ad. es. Expo 2015)	Definizione e implementazione e strategie di comunicazione con il partner e le strutture interne interessate	Redazione e diffusione prodotti testuali ex ante ed ex post la conferenza, effettuazione di opportuni recall, organizzazione accoglienza e eventuale moderazione incontro, raccolta e invio rassegna stampa agli interessati	Stampa nazionale e internazionale	Ufficio stampa	
Rassegna stampa	Comunicazione interna ed esterna all'Ente	Selezione e invio articoli di interesse	Verifica flusso di articoli e servizi derivato dalla rassegna (radio-tv, carta stampata, web), selezione e invio articoli alla lista richiedenti e soggetti potenzialmente interessati, integrazione rassegna fornita dal service da parte dell'Ufficio	Presidente, Direttore generale, lista richiedenti e soggetti potenzialmente interessati	Ufficio stampa	
Coordinamento comunicazione media rete scientifica	Comunicazione interna ed esterna all'Ente	Coordinamento referenti attività di comunicazione e relazioni esterne operanti presso la rete scientifica	Supporto e controllo necessari alle attività svolte dai referenti. Per il 2016 saranno proposte dall'Ufficio attività formative per i referenti della comunicazione delle strutture Cnr. E' in corso la procedura per la costituzione di una redazione del portale cnr.it, formata da un ristretto desk attivato con risorse degli uffici stampa e comunicazione e da una redazione diffusa presso le strutture dell'ente, dei dipartimenti e della rete scientifica. Le attività di coordinamento di cui al presente punto e le relative attività di formazione saranno estese anche ai membri della redazione sito	Referenti attività di comunicazione e e relazioni esterne operanti presso la rete scientifica	Dipartimenti, Istituti e strutture Cnr, Ufficio stampa	
Produzione; Programmazione e	Comunicazione interna ed esterna all'Ente	Produzione, programmazione e	Ideazione progettuale e redazione plot, realizzazione riprese video e interviste,	Stampa nazionale e internazionale, cittadini,	Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media

pubblicazione Cnr WebTV		pubblicazione di prodotti video	montaggio e post produzione. Pianificazione palinsesti e redazione testi di accompagnamento. Gestione piattaforma di pubblicazione www.cnrweb.tv, invio avvisi di pubblicazione ai diretti interessati e cura i profili social della Web TV. Per il 2016 si propone la registrazione della Cnr WebTV come testata giornalistica registrata al Tribunale di Roma	istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr		e organizzatori di eventi
Comunicati e note stampa	Comunicazioni e interna ed esterna all'Ente	Redazione e diffusione di comunicati e note stampa	Valutazione e definizione con il richiedente della strategia di comunicazione, come modalità e come tempistica, redatto il contenuto testuale che è verificato dalla fonte istituzionale e scientifica. Comunicati e note sono diffusi, a seconda della tipologia e del contenuto, alle liste mail generali o specifiche e ai contatti dedicati; sono poi pubblicati sul portale dell'Ufficio e su quello del Cnr. Infine, l'Ufficio effettua il riscontro sui media e l'invio ai diretti interessati della rassegna	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr	Ufficio stampa	
Almanacco della Scienza Cnr	Divulgazione delle attività scientifiche dell'Ente	Redazione e pubblicazione magazine online	Periodiche riunioni di redazione per l'ideazione del numero e presa contatto con ricercatori Cnr per stesura articoli. Pubblicazione online e diffusione tramite alert alle liste mail di distribuzione, sul portale del Cnr e attraverso i profili social. La periodicità seguita nel 2015 è stata mensile, per il prossimo anno si prevede una trasformazione della testata in quotidiano online, da coordinare con il nuovo portale cnr.it	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr	Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
Liste di distribuzione, Rubriche giornalisti ed	Comunicazioni e interna ed esterna all'Ente	Distribuzione di specifici prodotti di	Popolamento e aggiornamento dei seguenti database: Liste di distribuzione; Rubriche	Stampa nazionale	Ufficio stampa	

	esperti, Archiviazione materiale, Sito www.stampa.cnr.it		comunicazione di interesse	giornalisti ed esperti; Archiviazione materiale; Sito www.stampa.cnr.it nell'arco del 2016 è prevista la definizione completa di una piattaforma informatica di Archiviazione materiale			
IMPLEMENTAZIONE PROCESSI	Rafforzamento monitoraggio Agenzie di stampa	Velocizzare e rendere più efficace la comunicazione e interna ed esterna all'Ente	Ottimizzazione turni, abbonamento nuove agenzie	Ottimizzazione turni, abbonamento nuove agenzie	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr	Ufficio stampa	
	Formazione referenti comunicazione	Velocizzare e rendere più efficace la comunicazione e interna ed esterna all'Ente	Corsi formazione	Teorie e tecniche di comunicazione, fondamenti di giornalismo scientifico, utilizzo CMS	Referenti comunicazione e Cnr	Ufficio stampa	
	Registrazione Cnr WebTV	Valorizzazione attività dell'Ente	Registrazione Cnr WebTV al Tribunale di Roma	Registrazione Cnr WebTV al Tribunale di Roma		Ufficio stampa	
	Riorganizzazione e profili social	Ampliamento target destinatari prodotti comunicazione e	Riorganizzazione e profili social	Personale dedicato e animazione continua	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr	Ufficio stampa	
	Implementazione e archiviazione informatica materiale	Potenziamento o popolamento database e ricerche	Riorganizzazione e database	Categorizzazione materiale testuale, iconografico e di altro genere con keyword e tag	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni, dipartimenti, istituti e strutture Cnr	Ufficio stampa, Ufficio sistemi informativi	
	Attività relazionale e di partecipazione processi media stampa estera	Ampliamento target destinatari prodotti comunicazione e	Potenziamento attività relazionale e processi media rivolti alla stampa estera	Potenziamento attività relazionale e processi media rivolti alla stampa estera, in sinergia con lo staff di cnr.it che si occuperà della versione inglese del sito. E' già in corso una parziale attività di traduzione delle attività dell'ufficio	Stampa internazionale	Ufficio stampa, Ufficio comunicazione, Ufficio sistemi informativi	
	Gestione Area media - cnr.it	Ampliamento target destinatari prodotti comunicazione e	Definizione della sinergia con lo staff del portale cnr.it	Definizione della sinergia con lo staff del portale cnr.it	Stampa nazionale e internazionale	Ufficio stampa, Ufficio comunicazione, Ufficio sistemi informativi	

	Manifestazioni pubbliche	Valorizzazione attività dell'Ente	Partecipazione Mostre, Festival, ecc	Sono in corso contatti informali con strutture esterne per la organizzazione congiunta con il Cnr di manifestazioni pubbliche che prevedono un impegno straordinario dell'Ufficio	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
	Analisi rassegna stampa	Velocizzare e rendere più efficace la comunicazione e interna ed esterna all'Ente	Potenziamento attività rassegna	Interrogazione periodica del database Cnr per evidenziare notizie e argomenti di maggior interesse e relative tendenze, con eventuale diffusione dei risultati rilevati	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	
EVENTI	'Notte dei ricercatori 2016'	Valorizzazione attività dell'Ente	Promozione attività di ricerca	Redazione Comunicati, Note e News, Supporto organizzazione Eventi, e produzione Video	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Dipartimenti e Istituti Cnr, Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
	'INVFactor 2016'	Valorizzazione attività dell'Ente	Attività di comunicazione media per il concorso per 'giovani inventori'	Supporto organizzazione e produzione Video	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	CNR-IRPPS, Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
	Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario	Valorizzazione attività dell'Ente	Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario (ex L. 150/2000, art. 13)	Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario (ex L. 150/2000, art. 13)	Stampa nazionale e internazionale, cittadini, istituzioni	Dipartimenti e Istituti Cnr, Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
	Organizzazione corso giornalismo scientifico	Formazione, didattica	Organizzazione corso	Pianificazione didattica e organizzazione corso di formazione giornalismo scientifico accreditato presso l'Ordine dei giornalisti per erogazione crediti formativi (CFU) previsti dalla legge	Giornalisti, studenti	Ufficio stampa	
	Brochure Cnr + Video	Valorizzazione attività dell'Ente	Produzione Brochure e Video	Produzione di Brochure illustrativa Cnr (in italiano e inglese) + Prodotto Video (in italiano e inglese) di aggiornamento e attualizzazione rispetto a quella attualmente disponibile	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	
	Festival Meteo' - Media Partnership	Valorizzazione attività dell'Ente	Media partnership alla II edizione del 'Festival Meteo'	Definizione e formalizzazione partnership. Attuazione azioni di supporto per	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	'Festival Meteo' dell'Università

		dell'Università di Trento	l'esecuzione delle attività congiunte			di Trento
Proseguimento Progetto 'Tapum' + www.grandeguerra.cnr.it	Valorizzazione attività dell'Ente	Supporto attività comunicazione, consulenza tecnico scientifica	Definizione e attuazione strategia comunicativa, fornitura consulenza e strumentazioni scientifiche, creazione sito www.grandeguerra.cnr.it	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa, CNR-ISAC	Progetto Tapum
'Dentro l'arte con la scienza'	Formazione, didattica	Visite guidate, attività informative e formative, sensibilizzazione e culturale	Visite guidate, attività informative e formative, sensibilizzazione culturale	Studenti scuole superiori	Ufficio stampa	Istituzioni culturali, Musei
Testo teatrale su Majorana	Diffusione culturale	Collaborazione a un progetto di testo teatrale su Ettore Majorana, patrocinato dal CNR	Collaborazione a un progetto di testo teatrale su Ettore Majorana, patrocinato dal CNR	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	Istituzioni culturali, Musei
Scienziati e Studenti	Formazione, didattica	Visite guidate, attività informative e formative, sensibilizzazione e culturale	Visite guidate, attività informative e formative, sensibilizzazione culturale	Studenti scuole superiori	Ufficio stampa	Istituzioni culturali, Musei
Festival internazionale di letteratura e cultura ebraica	Valorizzazione attività dell'Ente	Media partnership alla IX edizione del 'Festival internazionale di letteratura e cultura ebraica'	Definizione e formalizzazione partnership. Attuazione azioni di supporto per l'esecuzione delle attività congiunte	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	Festival internazionale di letteratura e cultura ebraica
Spot per la ricerca - Cnr WebTV	Valorizzazione attività dell'Ente	Ideazione, produzione e diffusione di uno spot a favore della ricerca scientifica	Ideazione, produzione e diffusione di uno spot a favore della ricerca scientifica	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	Giornalisti, testate, media e organizzatori di eventi
Festival della Scienza e della Filosofia di Foligno - Cnr WebTV	Valorizzazione attività dell'Ente, formazione, didattica	Attività di formazione didattica e produzione video sull'attività svolta nei laboratori scientifici di Foligno, da presentare durante il Festival della scienza e della filosofia di Foligno	Attività di formazione didattica e produzione video sull'attività svolta nei laboratori scientifici di Foligno, da presentare durante il Festival della scienza e della filosofia di Foligno	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	Festival della scienza e della filosofia di Foligno, Istituzioni culturali
'Futura Festival' - Cnr WebTV	Valorizzazione attività dell'Ente	Media partnership al 'Futura Festival' di Civitanova e	Media partnership al 'Futura Festival' di Civitanova e produzione format interviste sui	Stampa nazionale e internazionale, cittadini	Ufficio stampa	'Futura Festival' di Civitanova

		produzione format interviste sui futuri sviluppi delle attività di ricerca e sviluppo tecnologico	futuri sviluppi delle attività di ricerca e sviluppo tecnologico			ova, Istituzioni culturali
'Sperimestate' - Cnr WebTV	Valorizzazione attività dell'Ente, formazione, didattica	Stage estivi sperimentali e di alternanza scuola-lavoro presso l'Area di ricerca CNR-INAF di Bologna	Stage estivi sperimentali e di alternanza scuola-lavoro presso l'Area di ricerca CNR-INAF di Bologna	Studenti scuole superiori	Ufficio stampa, CNR INAF	'Sperimestate', Istituzioni culturali

## Azioni – Area Rapporti con i media

### Azione 1 - Redazione e diffusione dei comunicati stampa e di altri prodotti di comunicazione, riguardanti l'attività istituzionale e di ricerca dell'Ente

Questa competenza prevede l'articolazione in due processi:

- ✓ Comunicati e note stampa;
- ✓ Almanacco della Scienza Cnr.

Riguardo ai Comunicati e le note stampa, l'Ufficio si attiva a valle di richieste da parte di ricercatori o strutture Cnr, al momento quantificabili in circa 500 annue. È quindi valutata e concordata con il richiedente la strategia di comunicazione, modalità e tempistica relative, redatto il contenuto testuale che è sempre verificato e validato dalla fonte istituzionale o scientifica. Comunicati e note sono diffusi, a seconda della tipologia e del contenuto, alle liste mail generali o specifiche e ai contatti dedicati; sono comunque pubblicati sul portale dell'Ufficio e su quello del Cnr. Infine, l'Ufficio effettua il riscontro sui media e l'invio ai diretti interessati della rassegna.

L'Almanacco della Scienza Cnr ([www.almanacco.cnr.it](http://www.almanacco.cnr.it)) è la rivista online di divulgazione delle attività scientifiche dell'Ente. Quest'attività implica periodiche riunioni di redazione per l'ideazione del numero della rivista e la organizzazione del lavoro. I redattori dell'Ufficio e i collaboratori contattano i ricercatori Cnr per la stesura dei vari articoli, che vengono quindi verificati con le fonti, controllati dal caporedattore e dal direttore e inseriti nel sistema di gestione informatico, corredati delle foto. Alcune rubriche sono coordinate da un curatore.

L'Almanacco è pubblicato online e si dà notizia dell'uscita del nuovo numero tramite un *alert* alle liste mail di distribuzione, sul portale del Cnr e attraverso i profili social. Nel 2015 è stata seguita una periodicità mensile, per il prossimo anno si prevede una sostanziale trasformazione della testata in quotidiano on line, da coordinare con le attività redazionali e informative del nuovo portale [cnr.it](http://cnr.it), così da intervenire in tempo reale sui temi di interesse istituzionale, mantenendo una periodicità più diradata per le rubriche di servizio e approfondimento: tale trasformazione implicare anche la creazione di un nuovo progetto grafico. La redazione cura anche i profili social dell'Almanacco, una pagina Facebook e, al momento in partenza, un account Twitter.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

### Azione 2 - Gestione e sviluppo della web.tv dell'Ente

Questa competenza prevede l'articolazione in due processi:

- ✓ Produzione;
- ✓ Programmazione e pubblicazione

Per quanto riguarda la Produzione, l'Ufficio lavora sulla base delle proprie scelte redazionali, assunte durante le periodiche riunioni di staff, anche in funzione delle sempre più frequenti e impegnative richieste giunte da parte di strutture Cnr o di partner esterni. Dopo l'ideato del progetto di massima e la redazione del plot, si realizzano le riprese video, le interviste e si effettuano il montaggio e la post produzione. Qualora si renda necessario si ricorre al supporto di service esterni.

La fase di Programmazione e pubblicazione include: gestione della piattaforma di pubblicazione [www.cnrweb.tv](http://www.cnrweb.tv), pianificazione dei palinsesti, redazione dei testi di accompagnamento, invio degli avvisi di pubblicazione ai diretti interessati e cura dei profili social.

Al fine di valorizzare meglio le attività e le professionalità della Cnr Web TV e considerata l'importanza crescente di tale mezzo di comunicazione e informazione, si ipotizza per il 2016 la registrazione come testata giornalistica registrata e il rafforzamento dell'attuale gruppo di lavoro congiunto tra Ufficio stampa e IIT-CNR, anche per tenere conto delle risorse già impegnate nelle attività afferenti ad altre strutture.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

### Azione 3 - Rapporti con i media e con le agenzie

Questa attività prevede l'articolazione in tre processi:

- ✓ Front Office;
- ✓ Media Partnership;
- ✓ Agenzie di Stampa.

Il processo di Front office si attiva in funzione della ricezione di richieste da parte di giornalisti relative a specifiche notizie scientifiche e di attualità, in un ordine di grandezza superiore alle 500 annue. Il riscontro dell'Ufficio si concretizza nel fornire ai richiedenti un contatto adeguato per competenze scientifiche e capacità divulgative con colleghi e soprattutto ricercatori Cnr, inclusivo dell'assistenza necessaria a garantire la tempistica necessaria (quasi sempre molto celere, entro i 30' circa). Per permettere l'individuazione e attivazione del contatto l'Ufficio esegue l'aggiornamento continuo di un database dedicato. L'attività di Media partnership si sostanzia nelle richieste - da parte di giornalisti, testate, operatori dei media e della comunicazione - di forme di collaborazione più impegnative: a titolo esemplificativo, il supporto redazionale fornito alle trasmissioni 'Memex' e 'Nautilus' di Rai Cultura. Dopo il primo contatto e lo scambio della corrispondenza e documentazione necessaria al fine di definire ed eventualmente formalizzare la partnership con i soggetti interessati, vengono attivate tutte le azioni redazionali e operative di supporto per l'esecuzione delle attività congiunte.

Per quanto riguarda le Agenzie di Stampa viene innanzitutto contrattato e contrattualizzato il rapporto con gli editori fornitori del flusso informativo e con il service che assicura il software portatore. Il flusso viene quindi monitorato costantemente, per dare tempestiva comunicazione delle notizie di interesse ai soggetti potenzialmente interessati (presidente, direttore generale, dipartimenti, istituti, uffici dell'amministrazione centrale). Tale attività è stata significativamente facilitata dall'attivazione di sistemi di inoltro automatico mediante parole chiave e stringhe testuali. Risulta necessario, nel



corso del 2016, rafforzare le attività di monitoraggio e verifica in tempo reale del flusso delle agenzie e delle informazioni disponibili dalle principali piattaforme, al fine di permettere un più rapido, frequente ed efficace invio a stampa e media di contenuti istituzionali e scientifici di interesse.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

#### **Azione 4 - Organizzazione e cura di conferenze stampa e manifestazioni volte a favorire la presenza dell'Ente sui media**

Questa competenza prevede l'articolazione in due processi:

- ✓ Conferenze stampa;
- ✓ Supporto media a manifestazioni.

È doveroso premettere che le Conferenze stampa non vengono più tendenzialmente adottate come strumento di comunicazione prioritario, data la loro obsolescenza a seguito delle più rapide ed efficaci modalità di comunicazione e informazione offerte dal web e dalle reti. Qualora se ne valuti necessaria l'organizzazione, l'Ufficio si attiva per concordare le relative strategie con e le strutture interne ed eventuali partner esterni coinvolti; redigere e diffondere i prodotti di comunicazione ex ante ed ex post la conferenza, effettuare gli opportuni recall. Nel caso la conferenza sia ospitata in una sede istituzionale, viene organizzata l'accoglienza e l'eventuale moderazione nonché, a valle, raccolta e inviata la rassegna stampa. Il Supporto media a manifestazioni si attiva in riscontro alla richiesta da parte della struttura interna Cnr organizzatrice. In particolare, quest'attività è riservata a 'special events', come Expo 2015. Viene quindi fornito il supporto alla costruzione della strategia di comunicazione e, come per le conferenze stampa, alla redazione e diffusione degli strumenti di comunicazione, alla raccolta e invio della rassegna stampa.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

#### **Azione 5 - Organizzazione, cura e diffusione della rassegna stampa e dei prodotti di informazione e valorizzanti le attività dell'Ente**

L'Ufficio definisce innanzitutto i termini del servizio e contrattualizza il fornitore esterno. Il flusso derivato dalla rassegna (radio-tv, carta stampata, web) è verificato due volte al giorno, rettificando eventuali errori del service, operando una selezione in base alla rilevanza istituzionale e notiziale e inviando gli articoli di interesse a una mailing list nonché, per casi specifici, ai soggetti interessati; la rassegna completa è comunque disponibile sul sito stampa.cnr.it. Le sezioni riguardanti il Cnr sono quotidianamente integrate mediante il riscontro con le notizie direttamente giunte dalle fonti giornalistiche e dai colleghi dell'Ente, nonché dai sistemi di controllo automatici forniti da *Tv-Bank* e *Google Alert*. Qualora se ne presenti la necessità, l'Ufficio si attiva per la redazione e l'invio di eventuali rettifiche alla stampa. Nel corso dell'anno il service ha palesato alcune disfunzioni per risolvere le quali è in corso un'azione condivisa con il service affidatario.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

#### **Azione 6 - Coordinamento delle attività di comunicazione verso i media della rete scientifica**

I referenti per le attività di comunicazione e relazioni esterne operanti presso la rete scientifica o le strutture del Cnr, attualmente alcune decine, vengono coordinati dall'Ufficio stampa. Tale rapporto è formalizzato in modalità diverse mediante la definizione congiunta con i colleghi coinvolti e con i loro dirigenti responsabili. L'Ufficio fornisce ai referenti il supporto necessario alle attività svolte e, in alcuni casi, li coinvolge

nelle proprie attività presso le aree geografiche e/o disciplinari di loro competenza. Per il 2016, al fine di ottimizzare e rendere maggiormente efficace la collaborazione, l'Ufficio contribuirà all'organizzazione di attività formative specifiche.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

### **Azione 7 - Gestione e cura di database, archivi, rubriche e piattaforme, in particolare del sito [www.stampa.cnr.it](http://www.stampa.cnr.it)**

Questa competenza prevede il popolamento e l'aggiornamento dei seguenti database:

- ✓ Liste di distribuzione;
- ✓ Rubriche giornalisti ed esperti;
- ✓ Archiviazione materiale;
- ✓ Curatela del sito [www.stampa.cnr.it](http://www.stampa.cnr.it).

Per quanto concerne le Liste di distribuzione mail, si tratta di alcune decine di mailing di diversa tipologia e ampiezza (anche nell'ordine dei 4.000 contatti), che contengono giornalisti, operatori dei media e soggetti interessati, a livello nazionale e generale ma anche locale e tematico. La gestione è operata internamente ma in collaborazione con lo staff mail dei Servizi informativi dell'Ente. È in corso la attivazione di diverse altre liste, mirate alla distribuzione di specifici prodotti di comunicazione di interesse.

Le Rubriche giornalisti ed esperti gestite dall'Ufficio contengono numerose centinaia di contatti ciascuna: il loro continuo aggiornamento e popolamento consente l'esercizio in piena efficienza e nella necessaria celerità del front office e, in generale, di tutte le attività dell'Ufficio. Entro la fine del 2015 è previsto il definitivo passaggio di tali archivi su una piattaforma web con accesso riservato all'Ufficio.

L'Archiviazione materiale si estende a tutte le attività dell'Ufficio e in particolare a quelle di comunicati e note, nell'arco del 2016 è prevista la definizione di una piattaforma informatica che consenta di agevolare ulteriormente il popolamento e le ricerche, mediante categorizzazione del materiale testuale, iconografico e di altro genere con keyword e tag. L'attività andrà coordinata con le analoghe iniziative previste da diverse strutture dell'Ente.

La gestione del sito [www.stampa.cnr.it](http://www.stampa.cnr.it) è attualmente limitata al popolamento con i comunicati stampa, mentre altre aree come la rassegna stampa sono aggiornate in automatico. È prevista dal progetto del nuovo portale [cnr.it](http://cnr.it) – che è sotto la responsabilità dell'Ufficio comunicazione – un'area media che renderà necessaria un'attività redazionale continuativa: la definizione degli oneri relativi e delle risorse dedicate è in corso nel momento in cui scriviamo: la 'redazione' del portale dovrebbe essere formata da un desk e da una rete di collaboratori diffusa presso le strutture dell'Ente e i dipartimenti.

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

### **Azione 8 - Attività formativa tirocinanti in alternanza studio-lavoro**

Questa competenza prevede l'articolazione in tre processi:

- ✓ Stipula convenzione con struttura formativa e redazione del progetto formativo dello studente;
- ✓ Inserimento del tirocinante nelle attività dell'ufficio;
- ✓ Tutoraggio e valutazione.

Vengono riassunti di seguito, i principali eventi speciali e le implementazioni di attività e processi per i quali è previsto il coinvolgimento dell'Ufficio:

*A cura dell'Ufficio Stampa.*

### Azione 9 – Implementazione processi

Per il 2016, la Struttura tecnica di particolare rilievo Ufficio Stampa intende rafforzare e promuovere le seguenti azioni, con il duplice obiettivo di fornire un servizio sempre più efficace alla comunità scientifica dell'Ente e contribuire a rendere più incisiva l'immagine istituzionale dell'Ente:

- ✓ Rafforzamento delle attività di monitoraggio delle Agenzie di stampa e più in generale dell'account di posta elettronica dell'Ufficio; è previsto l'abbonamento a nuove agenzie;
- ✓ Corsi di formazione per i referenti della comunicazione delle strutture Cnr;
- ✓ Registrazione della Cnr WebTV al Tribunale di Roma e integrazione del gruppo di lavoro;
- ✓ Riorganizzazione dei profili social per renderli più dinamici e impattanti;
- ✓ Definizione di una piattaforma informatica per l'Archiviazione materiale e contenuti;
- ✓ Potenziamento attività relazionale e processi media rivolti alla stampa estera;
- ✓ Definizione della sinergia con lo staff del portale cnr.it, in particolare per la gestione dell'Area media;
- ✓ Analisi rassegna stampa: interrogazione periodica del database Cnr per evidenziare notizie e argomenti di maggior interesse e relative tendenze, con eventuale diffusione dei risultati rilevati.
- ✓ Progetti straordinari

L'Ufficio sarà inoltre impegnato in alcuni progetti straordinari tra i quali:

- ✓ Organizzazione corso di formazione giornalismo scientifico accreditato presso l'Ordine dei giornalisti per erogazione crediti formativi (CFU) previsti dalla legge;
  - ✓ Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario (ex L. 150/2000, art. 13)
  - ✓ Produzione di Brochure illustrativa Cnr (in italiano e inglese) + Prodotto Video (in italiano e inglese) di aggiornamento e attualizzazione rispetta a quelli attualmente disponibili;
  - ✓ Attività di comunicazione media per l'iniziativa di divulgazione 'Notte dei ricercatori 2016';
  - ✓ Attività di comunicazione media per il concorso per 'giovani inventori' 'INVFactor 2016';
  - ✓ Media partnership per la II edizione del 'Festival Meteo' dell'Università di Trento;
  - ✓ Media partnership per la IX edizione del 'Festival internazionale di letteratura e cultura ebraica';
  - ✓ Prosecuzione partnership per il progetto 'Tapum'; organizzazione di un evento sull'influenza del clima durante la Grande Guerra da tenere durante il Festival Meteo dell'Università di Trento; creazione pagina web [www.grandeguerra.cnr.it](http://www.grandeguerra.cnr.it);
  - ✓ 'Dentro l'arte con la scienza': edizione 2016 dedicata alla salute in collaborazione con istituzioni scientifiche e in partnership con la Galleria nazionale d'arte antica di palazzo Corsini e la Galleria nazionale d'arte moderna di Roma;
  - ✓ Collaborazione alla nuova edizione della manifestazione 'Scienziati e studenti';
  - ✓ Collaborazione a un progetto di testo teatrale su Ettore Majorana, patrocinato dal CNR;
  - ✓ Tramite la Cnr WebTV, inoltre, l'Ufficio sarà impegnato in alcuni progetti straordinari, sostenuti anche mediante il ricorso ad affidamento esterno, tra i quali:
  - ✓ Uno 'Spot per la ricerca';
  - ✓ Attività di formazione didattica e produzione video sull'attività svolta nei laboratori scientifici di Foligno, da presentare durante il Festival della scienza e della filosofia di Foligno; media partnership del Festival;
  - ✓ Media partnership del 'Futura Festival' di Civitanova e produzione format interviste sui futuri sviluppi delle attività di ricerca e sviluppo tecnologico;
  - ✓ Partecipazione progetto 'Sperimestate': formazione e tutoraggio per gli studenti che partecipano alla manifestazione, in collaborazione con l'Area di Ricerca di Bologna.
- A cura dell'Ufficio Stampa.*

Gantt – Area Rapporti con i media

ATTIVITA'	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Front Office												
Agenzie di Stampa												
Media partnership												
Conferenze stampa												
Supporto media a manifestazioni												
Rassegna stampa												
Coordinamento comunicazione media rete scientifica												
Produzione Cnr WebTV												
Comunicati e note stampa												
Almanacco della Scienza Cnr												
Liste di distribuzione												
Rubriche giornalisti ed esperti												
Archiviazione materiale												
Sito www.stampa.cnr.it												
Rafforzamento monitoraggio Agenzie di Stampa												
Formazione referenti comunicazione												
Registrazione Cnr WebTV												
Riorganizzazione profili Social												
Implementazione archiviazione informatica materiale												
Partecipazione processi media stampa estera												
Attività relazionale stampa estera												
Gestione area media – cnr.it												
Manifestazioni pubbliche												
Analisi rassegna stampa												
'Notte dei Ricercatori 2016'												
'INVFactor 2016'												
Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario												
Organizzazione corso giornalismo scientifico												
Brochure Cnr + Video												
Festival meteo – Media Partnership												
Prosecuzione progetto 'Tapum' + www.grandeguerra.cnr.it												
'Dentro l'arte con la scienza'												
Testo teatrale su Majorana												
'Scienziati e studenti'												
Festival internazionale di letteratura e cultura ebraica												
Spot per la ricerca – Cnr WebTV												
Festival della scienza e della filosofia di Foligno – Cnr WebTV												
'FuturaFestival' – Cnr WebTV												
'Sperimestate' – Cnr WebTV												

Legenda

Attività continue
Eventi
Implementazione processi

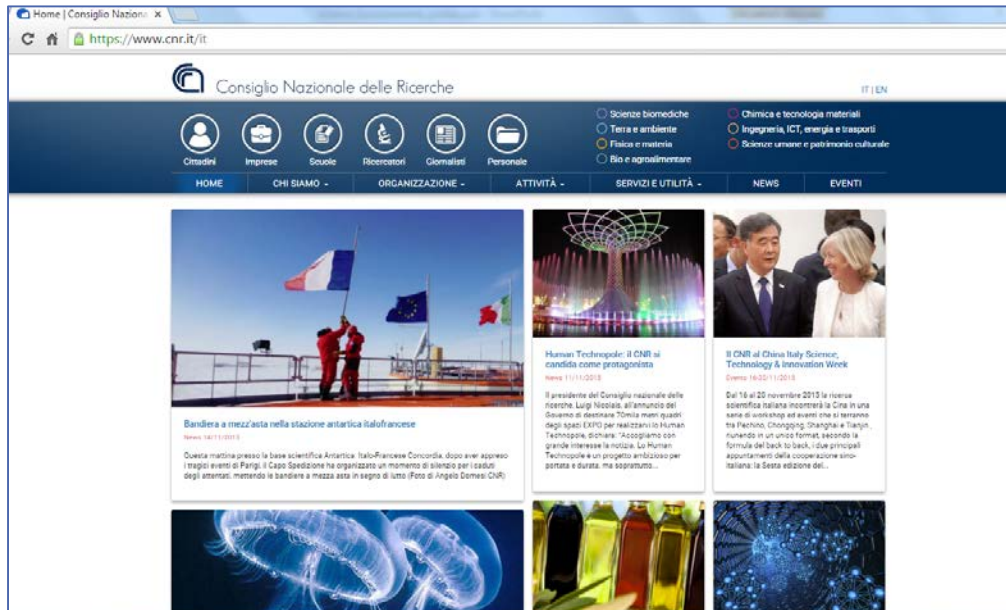
### 3.4 Progetto 'Il portale del Cnr'

Negli ultimi anni sono stati più volte avviati progetti di rifacimento del sito web dell'Ente, a fronte della necessità, emersa da più parti, di riorganizzare i contenuti istituzionali in maniera più funzionale e accessibile. Nel corso degli anni si sono susseguiti gruppi di lavoro e interventi episodici, il cui esito non sempre ha corrisposto ai desiderata iniziali.

L'attuale riprogettazione, avviata con la costituzione di un Gruppo di lavoro misto tecnico e redazionale (prov. AMMCNT CNR n. 57364 del 28/07/2014), ha seguito un duplice percorso: da un lato garantire il mantenimento e la valorizzazione dell'enorme materiale documentale esistente nonché l'utilizzo delle basi dati disponibili, dall'altro proporre un prodotto di comunicazione più leggibile e 'amichevole', profilato per categoria di utente o per ambiti scientifici richiamanti l'attuale organizzazione dipartimentale.

La sfida -per nulla facile e scontata in quanto propone un ripensamento complessivo dell'organizzazione del lavoro- ha coinvolto numerosi uffici e competenze del Cnr, e ha consentito la realizzazione di un prodotto complesso, che in prospettiva determinerà la chiusura di numerosi siti web 'satelliti' realizzati nel corso degli ultimi anni, che propongono a potenziali diversi destinatari informazioni già presenti altrove con diversa periodicità di aggiornamento.

Nel 2015 è stato ultimato il percorso di progettazione dell'impianto grafico e dell'architettura logica e contenutistica, del portale, a dicembre è stata pubblicata in via sperimentale la sola versione in lingua italiana.



Caratteristiche portanti del portale sono la nuova interfaccia grafica, che punta sugli elementi distintivi già individuati nel Manuale di identità visiva dell'Ente (in particolare relativamente all'uso dei colori, dei caratteri istituzionali, del logo); la navigazione per area tematica e/o target (tipologia di utente: in sintesi, 'cittadini', 'giornalisti', 'ricercatori', 'scuole', 'personale') in abbinamento alla navigazione istituzionale; la dinamicità garantita da una più ampia 'rotazione' di notizie (comunicati stampa, articoli, video, notizie fornite dalla rete scientifica, eventi, eccetera).

Parallelamente, nel 2015 si sono concluse le operazioni per la costituzione della redazione, che sarà incardinata nell'Ufficio Comunicazione, Informazione e Urp, articolata su più livelli:

- redazione fissa (costituita da un nucleo di redattori che fa riferimento a un caporedattore 'magazine' e a una caporedattore 'istituzionale'), con compiti di progettazione, coordinamento e monitoraggio dell'aggiornamento delle pagine;
- rete di corrispondenti, ovvero collaboratori esterni alla redazione sparsi nella rete scientifica dell'Ente, che partecipano ai lavori con diverso livello di coinvolgimento orario e tipologia di profilo;
- staff di supporto tecnico, ovvero il personale dell'Ufficio Reti e Sistemi Informativi dedicato a garantire, in qualità di back office, il funzionamento dell'infrastruttura informatica e l'eventuale aggiornamento o implementazione degli applicativi.

Il 2016 rappresenta l'anno della messa in esercizio del portale, del consolidamento del lavoro della nuova redazione, dello sviluppo di pagine in lingua, nonché dell'implementazione dei menu di navigazione, sia in funzione delle base dati disponibili sia rispetto alle attività e agli obiettivi dei diversi uffici centrali coinvolti. In particolare, il primo quadrimestre del 2016 sarà utilizzato per valutare ed eventualmente recepire i suggerimenti di integrazione e miglioramento dei menu di navigazione di secondo e terzo livello, e per avviare la traduzione in lingua inglese delle pagine di primo livello.

Nel secondo quadrimestre del 2016 il portale entra pienamente in esercizio, e la redazione si concentrerà sul miglioramento della leggibilità e della presentazione dei contenuti, rafforzando l'attività di coordinamento, programmazione e profilatura della comunicazione e delle attività.

Durante l'ultimo quadrimestre 2016 saranno, invece, completate e pubblicate le pagine in lingua inglese di primo livello, monitorato il livello di soddisfazione verso campioni di utenza ed effettuata una valutazione delle attività svolte nonché del modello organizzativo adottato al fine di garantire il miglioramento gestionale del portale e il suo utilizzo come strumento chiave per la comunicazione interna ed esterna dell'Ente.

### 3.5 Area Trasparenza e URP

L'istituzione degli Uffici per le Relazioni con il Pubblico (URP) nell'ordinamento italiano discende dal decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, art.12 (ora art.11 d.lgs. 30 marzo 2001, n. 165) e risponde alla duplice esigenza, espressa dalle precedenti leggi n. 241 e n. 142 del 1990, di garantire la trasparenza amministrativa e la qualità dei servizi, fornendo uno strumento organizzativo adeguato alle esigenze di attuazione delle funzioni di comunicazione istituzionale e contatto con i cittadini.

L'introduzione dell'URP si colloca pertanto nella più ampia cultura della trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa e nella crescente attenzione verso la qualità dei servizi ed il rapporto tra istituzioni e cittadinanza.

La Legge n. 150/2000 in materia di comunicazione e informazione pubblica, portando a compimento l'evoluzione normativa avviata con le importanti riforme degli anni '90, individua nell'URP, la struttura dedicata alle attività di comunicazione.

La legge 150 assegna all'URP nuove funzioni, ampliando quindi il ruolo e i compiti di tale struttura; con la legge 150/2000 si prevedono infine specifiche professionalità per il personale dell'URP, delineati in maniera più precisa con il D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422 "Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi".

L'art. 8 della legge 150/2000 assegna all'URP le seguenti funzioni:

- ✓ garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso agli atti e di partecipazione (legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni);
- ✓ agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'informazione sulle disposizioni normative e amministrative, e sulle strutture e sui compiti dell'amministrazione;
- ✓ promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica, coordinare le reti civiche, promuovere e gestire quindi la Comunicazione istituzionale on line;
- ✓ promuovere l'ascolto dei cittadini e i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli utenti;
- ✓ garantire lo scambio di informazioni fra l'ufficio e le altre strutture operanti nell'amministrazione, promuovendo e organizzando la comunicazione interna;
- ✓ promuovere la comunicazione interistituzionale, attraverso lo scambio e la collaborazione tra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle altre amministrazioni, come ad esempio attraverso la costituzione di reti di URP.

L'attività dell'URP si rivolge ai cittadini singoli e associati.

Il salto culturale di tale previsione non è banale riportando il singolo cittadino, ancorché non organizzato o associato in forme giuridicamente rilevanti, al centro dell'attenzione dei soggetti e delle strutture preposte alla comunicazione con il pubblico nell'ambito della pubblica amministrazione.

Analogamente, l'attenzione del legislatore alle specifiche competenze del personale addetto alle strutture di rapporto con il pubblico denota la particolarità e delicatezza dell'attività di interfaccia con l'esterno.

In attuazione del dettato normativo, l'URP Cnr svolge attività di informazione e contatto con il pubblico riconducibili a tre fondamentali tipologie di destinatari, ciascuna portatrice di istanze informative collegate a specifiche materie:

- ✓ cittadini (formazione, lavoro, servizi);
- ✓ imprese (gare, appalti, norme tecniche);
- ✓ dipendenti (annuario e libro matricola, assunzioni e immatricolazioni, stato giuridico e trattamento economico, previdenza, formazione e concorsi, accesso agli atti, assicurazioni, procedimenti disciplinari).

L'URP espleta le proprie attività utilizzando varie tipologie di contatto e di interazione con il pubblico (sito web, posta elettronica, contatto telefonico diretto).

L'URP Cnr svolge naturalmente il proprio compito senza sostituirsi nel merito alle strutture ed unità organizzative preposte ai diversi ambiti, bensì agevolando e catalizzando l'interazione del pubblico con le varie articolazioni, amministrative e scientifiche, che compongono la complessa realtà dell'Ente.

Un adempimento rilevante affidato all'URP a seguito della recente evoluzione normativa concerne la trasparenza.

Il sito URP Cnr dedica alla trasparenza un'intera sezione denominata "Amministrazione trasparente", organizzata secondo quanto indicato dal D.lgs 14 marzo 2013 n. 33 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni".

La normativa in materia di trasparenza si contempera con un ulteriore provvedimento normativo di rilevante interesse per gli enti pubblici ovvero la Legge 6 novembre 2012, n. 190 recante "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione". L'approccio Cnr è incentrato su una logica di integrazione dei vari aspetti.

Documento programmatico fondamentale in tale contesto, accessibile dalla Sezione Trasparenza del sito URP, è il Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità del Cnr, aggiornato da ultimo per il triennio 2015-2017, che si muove nel quadro di avvio del ciclo integrato Performance-Anticorruzione-Trasparenza in attuazione della vigente normativa, in particolare della Legge 190/2012, in cui è preminente il ruolo della trasparenza quale strumento posto a salvaguardia dell'integrità e dell'etica degli attori pubblici. La trasparenza diviene fondamentale misura di prevenzione ovvero di diminuzione dei rischi di corruzione. Le azioni del Programma si raccordano, quindi, con le misure e gli interventi previsti dal Piano di Prevenzione della Corruzione e con gli obiettivi strategici e operativi individuati negli atti di programmazione strategica nonché nel Piano della *Performance* 2015-2017.

Il documento è elaborato con l'intento di dare attuazione ad un ciclo "integrato", garantendo una coerenza tra gli ambiti comuni sviluppati nel Piano della *performance*, nel PTPC - Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e nel PTTI – Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità. La coerenza tra i tre documenti viene realizzata sia in termini di obiettivi, indicatori e target, sia in termini di processo e modalità di sviluppo dei contenuti.

### 3.6 Il 5 per mille alla ricerca

Già da alcuni anni il Cnr si è allineato con l'iniziativa '**5X1000 alla ricerca scientifica**', che si realizza nel mese di aprile. Tale iniziativa è visibile sul sito web del Cnr, ma è rivolta essenzialmente agli stessi dipendenti e ricercatori.

Nel 2013 il ricavo del Cnr dai fondi del 5 per mille è stato pari a 152mila euro: un risultato che potrebbe essere ulteriormente potenziato attraverso campagne mirate di sensibilizzazione che puntino al coinvolgimento e al senso di motivazione del personale e loro familiari (es. campagne informative sui progetti finanziati o finanziabili, istituzione di una 'rete' di ambasciatori e testimonial individuati tra studiosi di fama, campagne mediatiche, eccetera, 'ispirandosi' a istituzioni che –come Telethon- hanno raggiunto ampio consenso in questo senso).



## 4. Prospettive

La condivisione degli obiettivi prioritari e delle linee guida di azione previste nel presente Piano di Comunicazione non potrà prescindere, nel prossimo futuro, da una progressiva e sempre maggiore interazione con i Direttori dei Dipartimenti, degli Istituti di ricerca, i Presidenti delle Aree di Ricerca, così come i dirigenti degli Uffici della Direzione, volta ad attivare 'tavoli strategici' nei quali definire le aree prioritarie di intervento e mettere a punto modalità operative e modelli organizzativi.

Sarà cruciale una congrua pianificazione del 'calendario' di eventi / iniziative ritenute di maggiore interesse istituzionale, per i quali ideare una 'cabina di regia' capace di guidare, a cascata, le azioni di comunicazione più idonee. Tra gli eventi in programma per il 2016, si citano, a titolo di esempio, il Giubileo straordinario, l'evento di cooperazione bilaterale con il Regno Unito in programma nel febbraio 2016, la conferenza mondiale su infrastrutture e navi oceanografiche in programma a ottobre 2016 ad Anacapri.

Dovrà essere favorita, attraverso un'attività di valutazione preventiva e dove possibile di coordinamento, la partecipazione dell'Ente a bandi e iniziative indirizzate alla diffusione della cultura scientifica, a livello nazionale (Legge. 113/1991) e internazionale.

Dovrà essere 'sistematizzata' l'attività di outreach che Istituti e altre strutture di ricerca già svolgono sul territorio, tramite proprie iniziative, a favore delle scuole e del pubblico generico, con il duplice obiettivo di estenderne la conoscenza e favorire l'attivazione di sinergie e scambi di esperienze.

## 5. Valutazione delle attività

### 5.1 Modelli per la misurazione dei risultati

Come ricordato nelle linee guida stilate dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, ai fini dell'impostazione dei Piani di Comunicazione, le attività di comunicazione, così come qualsivoglia altro ambito di attività dell'Ente, devono prevedere una fase di valutazione e misurazione dei risultati conseguiti a fronte degli obiettivi perseguiti, basata su strumenti adeguati, oggettivi e puntuali.

Soltanto su tali basi, è possibile acquisire un feed back sulla bontà ed efficacia delle azioni di comunicazione intraprese, impostare gli eventuali correttivi e pianificare le attività successive.

Pur con gli opportuni adattamenti alle peculiarità del caso, devono valere per le attività di comunicazione le logiche di valutazione dei risultati (performance) che presidono a qualsivoglia attività in ambito pubblico e privato.

La valutazione di un progetto/processo/prodotto chiude un ciclo di pianificazione/esecuzione e consente di impostare il ciclo successivo.

La valutazione dei risultati alimenta la pianificazione strategica e migliora gli standard qualitativi.

Le azioni, gli strumenti e le aree di intervento proprie delle attività di comunicazione, informazione ed interazione col pubblico presentano peculiarità specifiche e variegate.

Ne consegue che gli strumenti di rilevazione, misurazione e valutazione dei risultati si basano su metodologie e strumenti anch'essi peculiari e specifici, di tipo sia quantitativo, che qualitativo.

Le azioni inerenti la divulgazione scientifica e tecnologica (mostre scientifiche, exhibit interattivi, laboratori didattici, contest, attività seminariale, convegni, partecipazione e manifestazioni e festival scientifici e così via) possono essere in prima battuta rilevati sulla base di parametri quantitativo-numeric, quali, a titolo esemplificativo:

- ✓ numero di eventi per tipologia;
- ✓ numero di partecipanti agli eventi;
- ✓ numero di partnership a vario titolo attivate per la realizzazione degli eventi;
- ✓ natura (dotazione di Ente, fondi acquisiti su bando, contributi esterni) ed entità delle risorse investite;
- ✓ ritorno economico (commesse commerciali, diritti di utilizzo del logo/immagine, ecc.);
- ✓ ritorno di immagine (presenza sui media, patrocini ricevuti, riconoscimenti, ecc.).

Analogamente si può procedere per la rilevazione quantitativa di iniziative a carattere editoriale (pubblicazioni, collane scientifiche, ecc.):

- ✓ numero di iniziative per tipologia;
- ✓ numero di pubblicazioni vendute;
- ✓ natura ed entità delle risorse investite;
- ✓ partnership attivate ed azioni di coediting;
- ✓ ritorno economico (fatturato vendite, altre eventuali tipologie di entrate);
- ✓ ritorno di immagine (presenza sui media, riconoscimenti, ecc.).

Utile la rielaborazione dei dati quantitativi per stilare statistiche ed elaborare analisi qualitative significative. Tuttavia, l'articolazione dei dati per età, genere, background scolastico, target di pubblico, area geografica, area tematica, investimento/ritorno economico, ecc., richiede l'individuazione e l'attivazione ex ante di strumenti adeguati di rilevazione e misurazione, da valutare con attenzione affinché il relativo costo trovi giustificazione nella bontà e negli obiettivi dell'analisi svolta.

### **Esempio**

La rilevazione dell'età media e del background scolastico/accademico dei partecipanti ad eventi di diffusione della cultura scientifica e tecnologica (i.e. mostre interattive, festival scientifici, laboratori didattici) può risultare utile per valutare l'impatto delle

azioni compiute rispetto al relativo target di elezione ovvero pubblico in età scolare, docenti, attori del mondo della scuola. Ciò partendo dal presupposto che le iniziative

a carattere divulgativo, nell'accezione classica del termine, mirano in primis ad accrescere la sensibilità, la comprensione e l'interesse dei giovani rispetto ai grandi temi della scienza e della ricerca anche in un'ottica di orientamento nella scelta degli studi e di successivo sviluppo professionale.

Tecnicamente più difficile, ma estremamente significativo, individuare strumenti statistici di correlazione tra le iniziative suddette e obiettivi sociali perseguiti a livello macro, in primis l'incremento delle iscrizioni alle facoltà scientifiche, che presuppongono l'acquisizione e la rielaborazione di dati a livello nazionale.

In tal caso, l'oggettività dell'analisi richiede di considerare non soltanto l'apporto specifico Cnr, ma l'insieme delle azioni di comunicazione della scienza che tutti gli enti e le

istituzioni operanti nel settore della ricerca pongono ormai in essere, posto che le finalità di diffusione della cultura scientifica e tecnologica compaiono ormai a pieno titolo tra le principali missioni istituzionali loro assegnate.

Affinando gli strumenti di indagine, potrebbe essere interessante stimare l'entità dell'apporto direttamente riconducibile al Cnr in quanto principale ente di ricerca del Paese.

Considerazioni simili possono compiersi per le azioni più propriamente attinenti l'attività di informazione e di rapporto con i media (Front Office, Media partnership, agenzie di stampa, conferenze stampa e manifestazioni, rassegna stampa, web tv, web site, comunicati e note stampa) la cui misurazione in termini quantitativi può essere effettuata su base prettamente numerica e rielaborata ai fini di analisi qualitative, individuando a monte le variabili ritenute significative (target, impatto, modalità/ampiezza diffusione, rilevanza dei media coinvolti, area geografica, area tematica, ecc.).

Su tale fronte, l'Ufficio Stampa Cnr, grazie a metodiche di rilevazione ed elaborazione dati ormai standardizzate, ha individuato una serie di parametri di valutazione, che si riportano nel seguito unitamente ai dati medi annuali (ultima rilevazione anno 2015):

- ✓ Rassegna stampa: circa 50.000 tra articoli, agenzie e servizi, di cui circa 500 radio-tv, circa 25.000 web e il restante carta stampata;
- ✓ Comunicati e note stampa: circa 100;
- ✓ Almanacco della Scienza (web magazine dell'Ente con periodicità mensile dal 2015): 12 uscite (18 nel 2014) con una media di 40 articoli ciascuna;
- ✓ Video pubblicati dalla web tv: circa 400, di cui circa 50 prodotti dalla stessa struttura;
- ✓ Richieste di informazioni da parte di soggetti esterni ed interni all'Ente: riscontrate circa 500 richieste dall'esterno (giornalisti) e dall'interno (rete scientifica e colleghi Cnr).

I servizi di relazione con il pubblico, infine, tipicamente offerti dall'URP, si prestano a modalità di rilevazione quantitativa focalizzate su dati quali, a titolo esemplificativo:

- ✓ numero contatti telefonici;
- ✓ numero contatti via mail;
- ✓ numero reiterate richieste.

rielaborate, se ritenuto significativo, per età, genere, oggetto (es. quesiti inerenti procedure di gara, selezione di personale, attività dell'Ente, personale in staff, ecc.), area geografica, area tematica e così via. Il grado di soddisfazione dell'utenza rispetto ai servizi resi può essere valutato adottando strumenti specifici di rilevazione (es. questionari) anche a campione.

Giova rilevare che la raccolta di dati ed informazioni da parte di strutture preposte all'editoria, all'informazione, al rapporto con i media e con il pubblico in senso stretto risulta operativamente più agevole rispetto ad iniziative di tipo divulgativo, le quali presuppongono l'acquisizione di dati rispetto all'esterno non sempre immediati da rilevare e misurare. Si pensi ad esempio ad una mostra scientifica, laboratorio didattico o *exhibit* interattivo inseriti nel contesto di una manifestazione più ampia, qualora i titoli di accesso (primo strumento di rilevazione del numero di visitatori) siano concessi e quindi rilevati in relazione alla manifestazione nel suo complesso e non ai singoli eventi costitutivi. Ancor più difficile la rilevazione nel caso di eventi aperti al pubblico a titolo gratuito, a meno di introdurre strumenti di controllo dei singoli accessi, comunque necessari per finalità di sicurezza, organizzazione ed accoglienza.

In ultima analisi, tutte le metodiche di rilevazione, misurazione e valutazione di eventi complessi si basano, in varia misura, su ipotesi e stime, la cui attendibilità discende naturalmente dalla correttezza e fondatezza del modello determinato ex ante e dall'accuratezza ed oggettività dell'analisi eseguita ex post.

Un importante elemento di innovazione, introdotto dal Cnr per sviluppare e affinare i propri strumenti di rilevazione e misurazione dei risultati, consiste nell'affidamento all'Istituto Piepoli del compito di monitorare annualmente la corporate reputation dell'Ente, adottando metodiche ritenute sino ad oggi tipiche del mondo dell'impresa.

Attraverso il monitoraggio effettuato dall'Istituto Piepoli, leader in Italia nel campo delle ricerche e consulenze di marketing basata su ricerche di mercato ad hoc, sarà possibile acquisire evidenza dell'efficacia, dei punti di forza e di debolezza delle azioni di comunicazione poste in essere dall'Ente, articolando l'indagine su base pluriennale.

In proposito, giova evidenziare che la dimensione temporale rappresenta una coordinata fondamentale delle attività di rilevazione, valutazione e misurazione dei risultati, stante la necessità di effettuare analisi del trend sulla base di serie storiche sufficientemente ampie e significative.

**Consiglio Nazionale delle Ricerche**

A cura di Cnr - Ufficio comunicazione, informazione e Urp  
Direzione Generale

*Redatto nel mese di dicembre 2015*