

Piano della Comunicazione

2022 - 2024

*Approvato dal Consiglio di amministrazione INRiM il 27/06/2022
con deliberazione n.30/2022/5*

Introduzione	3
1. INRiM	4
1.1. Attività	4
1.2. Organigramma e organizzazione	4
2. Obiettivi	5
3. Pubblici di riferimento	6
4. Contenuti	7
4.1. Comunicazione Scientifica	7
4.2. Comunicazione Istituzionale	8
4.3. Comunicazione Organizzativa	8
4.4. Comunicazione degli Eventi	9
5. Strumenti	10
5.1. Portale	10
5.2. Stampa e media	10
5.3. Social network	10
5.3.1. Facebook	10
5.3.2. YouTube	10
5.3.3. LinkedIn	11
5.3.4. Instagram	11
5.3.5. Spotify	11
5.4. Intranet	11
5.5. NewsLetter	12
6. Verifica dei risultati del Piano della Comunicazione 2021-2023	12
6.1. Analisi	12
6.2. Le Attività di coinvolgimento Culturale e Sociale: il Public Engagement	14
6.2.1. Campagne di Comunicazione	14
6.2.2. Pubblicazioni	17
6.2.3. Comunicazione di eventi	17
6.2.4. Media communications e comunicati stampa	20
6.2.5. Attività a supporto della comunicazione	22
7. Conclusioni	24

Introduzione

La legge n. 150 del 7 giugno 2000, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, richiamando in maniera precisa al dovere di ogni singola pubblica amministrazione rispetto alle attività di informazione e di comunicazione istituzionale al fine di:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;*
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;*
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;*
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;*
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati, nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;*
- f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.*

Appare quindi chiaro che la comunicazione istituzionale è uno dei terreni su cui si gioca la sfida al cambiamento dell'amministrazione pubblica: attraverso le attività di informazione e comunicazione gli enti possono infatti da una parte rispondere ai bisogni degli utenti, dall'altra diventare organizzazioni capaci di agire il proprio mandato istituzionale con maggiore coerenza rispetto ai bisogni dei cittadini e delle imprese.

Il Piano della Comunicazione relativo al triennio 2022-2024 si pone in continuità con l' analogo Piano 2021-2023, il primo adottato dall'Istituto, approvato in Consiglio di Amministrazione INRiM con deliberazione n.13/2021/2, del 30/04/2021.

Il Piano, a partire dalla **Mission** dell'Ente, la **Vision**, gli **obiettivi strategici** definiti con il **Piano Triennale delle Attività (PTA)** e il **Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO)**, declina obiettivi e azioni specifiche della comunicazione, finalizzate alla promozione dell'immagine dell'Ente e al miglioramento dell'efficacia dell'informazione verso i pubblici di riferimento.

1. INRiM

L'Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica (INRiM) è un Ente pubblico nazionale istituito con D. Lgs. del 21 gennaio 2004 n. 38. La missione, i compiti e le funzioni dell'Istituto sono definiti dal decreto istitutivo n. 38/2004 e dallo Statuto, in vigore dal 1 marzo 2018.

1.1. Attività

L'attività di INRiM, condotta anche attraverso la partecipazione a programmi nazionali e internazionali, è articolata in:

Ricerca scientifica	Ricerca istituzionale	Attività di terza missione
Realizzazione e promozione delle attività di ricerca scientifica nei campi della metrologia. Ciò comprende la scienza stessa della misurazione, la ricerca sui materiali, i campioni innovativi di unità di misura, l'utilizzo innovativo e l'adeguamento della misurazione nei settori di grande interesse nazionale ed internazionale.	Esercizio delle funzioni di Istituto Metrologico Primario per l'Italia (L. 273/1991). Ciò comprende il mantenimento, il miglioramento e la disseminazione dei campioni nazionali delle unità di misura SI di competenza e la rappresentanza dell'Italia negli organismi metrologici internazionali.	Valorizzazione, diffusione e trasferimento delle conoscenze acquisite al tessuto economico e sociale, in ciò ricomprendendo le attività di public engagement. Ciò comprende la ricerca applicata, la formazione e la divulgazione, la prossimità alle aziende, la consulenza alle pubbliche amministrazioni, il sostegno all'economia, la normazione tecnica.

1.2. Organigramma e organizzazione

INRiM è organizzato in due Aree, *Management & Service* per le attività di carattere tecnico-amministrativo e *Research and Knowledge Transfer* per le attività scientifiche. Sono organi dell'Istituto: il **Presidente**, il **Consiglio di Amministrazione**, il **Consiglio Scientifico**, il **Direttore Scientifico**, la **Direzione Scientifica**, il **Collegio dei Revisori dei Conti**.

Il modello strutturale di organizzazione e funzionamento si articola in:

- **Direzione generale**, per la gestione amministrativa, per l'organizzazione delle risorse umane e per la gestione dei servizi tecnici, ad esclusione di quanto di competenza della Direzione scientifica. La Direzione generale opera sotto la diretta responsabilità del Direttore Generale;
- **Direzione scientifica**, per il coordinamento, la programmazione e lo svolgimento delle attività tecnico-scientifiche dell'Ente svolte nelle Divisioni. Alla Direzione Scientifica è preposto il Direttore scientifico.

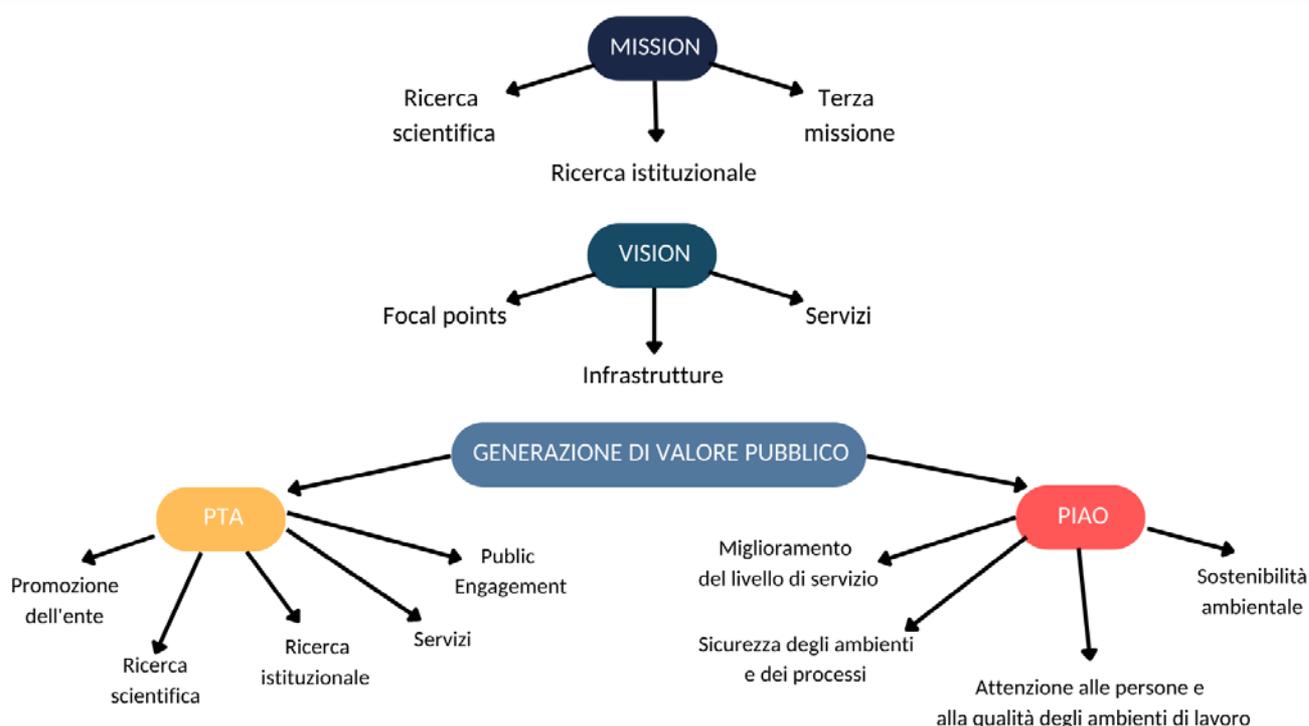
L'Area *Management & service* è costituita dalla Direzione generale, articolata in due Direzioni di II livello, **Direzione Affari Giuridici** e **Direzione Tecnica**, e in 5 unità organizzative (UO) di diretta afferenza e 2 servizi. Ogni UO opera sotto il coordinamento di un Responsabile.

La sezione *Research and knowledge transfer* è costituita da **tre Divisioni di ricerca** per lo svolgimento dei programmi tecnico-scientifici, cui sono preposti i Responsabili di Divisione e la Segreteria della Direzione scientifica

Al 31 dicembre 2021 INRiM conta **251 dipendenti**, di cui **15 a tempo determinato**, e **28 assegnisti di ricerca**.

2. Obiettivi

Gli obiettivi del presente Piano della Comunicazione sono stati individuati come declinazione degli ambiti e delle aree di sviluppo strategico dell'Ente, a loro volta derivati dalla **Mission**, dalla **Vision**, dal **Piano Triennale delle Attività (PTA)** e dal **Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO)**.



Gli ambiti di sviluppo strategico di riferimento sono la promozione dell'Ente, il Public Engagement, la generazione di valore pubblico. A tali ambiti si aggiungono le **aree di sviluppo strategiche** definite dal PIAO e dal PTA. Per ogni area sono stati definiti gli obiettivi della comunicazione descritti nella tabella sottostante.

Tabella 2 - Declinazione delle aree di sviluppo strategico dell'Ente in obiettivi della comunicazione.

AMBITI DI SVILUPPO STRATEGICO DELL'ENTE	AREE DI SVILUPPO STRATEGICO	OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE
Promozione dell'Ente	Promozione dell'Ente	Realizzazione di campagne di comunicazione sulle attività svolte dall'Ente
	Comunicazione e promozione della ricerca scientifica	Realizzazione di campagne di comunicazione per i progetti di ricerca
	Presentazione, promozione e valorizzazione dei servizi offerti dall'Ente	Realizzazione di una campagna di promozione dei servizi
Public engagement	Diffusione e valorizzazione della cultura scientifica e metrologica	Azioni e iniziative di divulgazione scientifica
Generazione di valore pubblico	Miglioramento del livello di servizio	Realizzazione di una campagna di comunicazione sulle attività dell'amministrazione
	Sicurezza degli ambienti e dei processi	
	Sostenibilità ambientale	Realizzazione di una campagna di comunicazione sulle <i>green practice</i>
	Attenzione alle persone e alla qualità degli ambienti di lavoro	Realizzazione di un progetto specifico per la comunicazione organizzativa

3. Pubblici di riferimento

La comunicazione dell'Ente coinvolge un pubblico eterogeneo per area geografica di appartenenza, caratteristiche socio-demografiche, livello di relazioni e interesse nei confronti dell'Ente. Individuare i pubblici di riferimento significa cercare linguaggi e strumenti adatti a ciascuno di essi.

I pubblici di riferimento cui il Piano della Comunicazione è rivolto sono:

- **il Ministero dell'Università e della Ricerca;**
- **i centri di ricerca (aziende, università, consorzi ecc.) sia pubblici che privati:**
 - imprese e aziende della Città Metropolitana di Torino e del territorio piemontese, nazionali e internazionali;
 - enti e istituzioni locali: Comune di Torino, Città Metropolitana di Torino, Regione Piemonte, università piemontesi, associazioni locali per la promozione culturale;

- **il pubblico specializzato senior** (*docenti universitari, PhD, ricercatori, ecc.*)
 - comunità scientifica locale, nazionale e internazionale;
- **il pubblico specializzato junior**
 - studenti universitari;
- **il pubblico NON specializzato**
 - cittadini interessati alla scienza e/o in particolare alle attività di ricerca nel campo della metrologia;
 - pubblico generico;
 - abitanti del territorio;
- **gli studenti;**
- **le risorse umane INRiM**
 - ricercatori, tecnologi, tecnici e personale amministrativo dipendenti dell'Istituto;
 - assegnisti di ricerca, dottorandi, tesisti, e tirocinanti che frequentano l'istituto;

4. Contenuti

I contenuti relativi alla Comunicazione dell'Ente sono qui divisi in cinque macro aree:

1. Comunicazione Scientifica;
2. Comunicazione Istituzionale;
3. Comunicazione Organizzativa;
4. Comunicazione Eventi;
5. Divulgazione Scientifica.

4.1. Comunicazione Scientifica

I contenuti della Comunicazione Scientifica sono suddivisi in cinque classi, all'interno delle quali si raccolgono i prodotti dell'attività di ricerca dell'Ente:

- **Temi trattati nella ricerca metrologica in essere**
rappresentano lo stato dell'arte della ricerca condotta in INRiM o da Enti di ricerca metrologica con i quali INRiM condivide scopi e finalità.
- **Progetti nazionali e internazionali**
con particolare attenzione ai momenti di inizio e conclusione del progetto, ma anche ai traguardi intermedi e tutte le attività ed eventi legati ai singoli progetti.

- **Prodotti della ricerca**
pubblicazioni di articoli su riviste scientifiche, book chapters, creazione di brevetti, nascita di spin-off.
- **Eventi a carattere scientifico**
partecipazione a seminari (in qualità di speaker), *school* ed eventi di rilevanza scientifica.
- Assegnazioni di **premi o riconoscimenti**.

4.2. Comunicazione Istituzionale

I contenuti della Comunicazione Istituzionale sono suddivisi in tre classi, all'interno delle quali si raccolgono:

- **Valori e identità dell'Ente**
INRiM svolge le funzioni di istituto metrologico primario in Italia. Ha il compito di valorizzare, diffondere e trasferire le conoscenze acquisite nella scienza delle misure e nella ricerca sui materiali, allo scopo di favorire lo sviluppo del sistema Italia nelle sue varie componenti. Tra i suoi compiti, sono compresi il mantenimento, il miglioramento e la disseminazione dei campioni nazionali delle unità di misura del SI di competenza e la rappresentanza dell'Italia negli organismi metrologici internazionali.
- **Offerte lavorative e stage**
L'Ente promuove la formazione e la crescita tecnico-professionale dei ricercatori attraverso l'assegnazione di borse di studio e assegni di ricerca, nonché promuovendo e realizzando, sulla base di apposite convenzioni con le università, corsi di dottorato di ricerca, anche con il coinvolgimento del mondo imprenditoriale. L'Ente favorisce inoltre l'inserimento di figure professionali nell'ambito scientifico, tecnico e amministrativa con stage e offerte di lavoro dedicate.
- **Promozione dei servizi alle imprese**
L'Ente svolge, su richiesta, attività di consulenza tecnico-scientifica sulle materie di competenza, a favore del Ministero dell'Università e della Ricerca, delle pubbliche amministrazioni, delle imprese o di altri soggetti privati; può, inoltre, fornire servizi a terzi in regime di diritto privato.

4.3. Comunicazione Organizzativa

Gli argomenti trattati dalla Comunicazione Organizzativa sono:

- **Risultati scientifici** della ricerca svolta nell'Ente
La condivisione dei risultati raggiunti dai ricercatori consente, non solamente di tenere aggiornati i colleghi sull'attività svolta, ma anche di intessere relazioni e collaborazioni tra i diversi settori di ricerca;

- **Comunicazioni sulle attività**

La diffusione e organizzazione delle comunicazioni delle attività dell'Ente, delle deliberazioni degli organi, dei provvedimenti assunti dalla *governance*, garantiscono il passaggio delle informazioni tra i dipendenti e favoriscono la loro rintracciabilità in ogni momento;

- **Informazioni di pubblica utilità**

Eventi organizzati a livello locale o nazionale, informazioni di carattere generale che favoriscano il diffondersi della cultura dell'Ente e stimolino lo spirito di aggregazione. In questa categoria rientrano anche le campagne di sensibilizzazione e valorizzazione delle tematiche affrontate nel documento di Vision;

- **Celebrazioni nazionali e internazionali**

Giornate celebrate ogni anno dall'Ente che ne dimostrano l'apertura a politiche sociali inclusive che favoriscano e stimolino il dialogo tra tutti gli attori che operano nell'Ente;

- **Indicazioni operative e *policy***

Il corpus di documenti creati con il fine di guidare gli utilizzatori a una gestione degli strumenti dell'Ente condivisa e univoca, in modo da favorire uno stile proprio dell'Ente, riconoscibile e distintivo;

- **Materiali e contenuti**

L'insieme dei *template* e della documentazione messa a disposizione dei dipendenti a presidio dell'immagine coordinata dell'Ente.

4.4. Comunicazione degli Eventi

Gli argomenti trattati dalla Comunicazione degli Eventi riguardano gli ambiti scientifici e istituzionali contenuti nella *Comunicazione Scientifica e Istituzionale*

4.5. Divulgazione Scientifica

La divulgazione tratta le tematiche di ricerca dell'Ente con un linguaggio adatto al grande pubblico.

5. Strumenti

Per raggiungere gli obiettivi si adottano di volta in volta gli strumenti idonei a raggiungere la finalità comunicativa e più adatti al pubblico di riferimento.

Gli strumenti individuati consentono di veicolare la comunicazione attraverso più canali comunicativi, con una pluralità di linguaggi e livelli di approfondimento diversificati.

5.1. Portale

Il portale INRiM (<https://www.inrim.it/>) è la presenza ufficiale dell'Istituto sul web.

il sito, sviluppato dal Consorzio interuniversitario CINECA è stato completamente ri-progettato con un lavoro iniziato nel 2021 e che ha visto il **golive il 7 giugno 2022**.

Il nuovo portale ha una logica di presentazione dei contenuti innovativa rispetto al precedente. Ponendosi nell'ottica dell'utilizzatore esterno l'ente viene presentato attraverso i grandi temi della ricerca, dei servizi e delle infrastrutture.

5.2. Stampa e media

Stampa e media, locali e nazionali, possono essere utili per la diffusione delle informazioni. Tramite questi canali è possibile diramare la comunicazione in maniera mirata, scegliendo di volta in volta il canale più opportuno, in base alla tipologia di comunicazione, ai contenuti e ai destinatari.

5.3. Social network

Il 2021 ha visto il rifacimento della grafica e delle informazioni contenuti nelle pagine Social, con l'obiettivo di legare maggiormente l'immagine dell'Ente alla Visione del Presidente, aggiornare i contenuti e attrarre nuova utenza con un layout più moderno. Oltre a ciò, sono stati aperti due nuovi canali Social: Instagram e Spotify.

5.3.1. Facebook

INRiM è presente su Facebook con due pagine, una istituzionale e una (SiMisura) dedicata alla Divulgazione scientifica. Facebook si presta ad essere utilizzato con un linguaggio più informale, permette di raggiungere un pubblico più ampio, e offre l'opportunità di fare rete con gli altri enti scientifici locali e nazionali, pubblicando o condividendo contenuti che coinvolgono direttamente l'Istituto o che hanno particolare rilevanza scientifica e culturale.

5.3.2. YouTube

Sul canale Youtube di INRiM vengono pubblicati video riguardanti ricorrenze, iniziative a cui prende parte INRiM, attività di ricerca e metrologia. Youtube ospita contenuti video, in particolare video divulgativi e dirette streaming di eventi.

5.3.3. LinkedIn

LinkedIn permette di raggiungere in maniera mirata le aziende cui INRiM offre servizi e i potenziali interessati a lavorare presso l'Istituto. LinkedIn offre inoltre la possibilità di far conoscere a un pubblico più vasto le offerte lavorative bandite dall'Ente.

5.3.4. Instagram

Canale orientato ad un pubblico ampio, di giovane età (inferiore ai 35 anni).

5.3.5. Spotify

Servizio gratuito di riproduzione digitale in streaming di musica, podcast e video, è stato pensato per aumentare il coinvolgimento del personale INRiM attraverso la sezione musica, accrescendo il senso di appartenenza all'Ente.

5.4. Intranet

L'Intranet è uno spazio web accessibile da rete interna soltanto al personale INRiM. I contenuti sono principalmente di carattere informativo e logistico, utili ad agevolare il lavoro dei dipendenti.

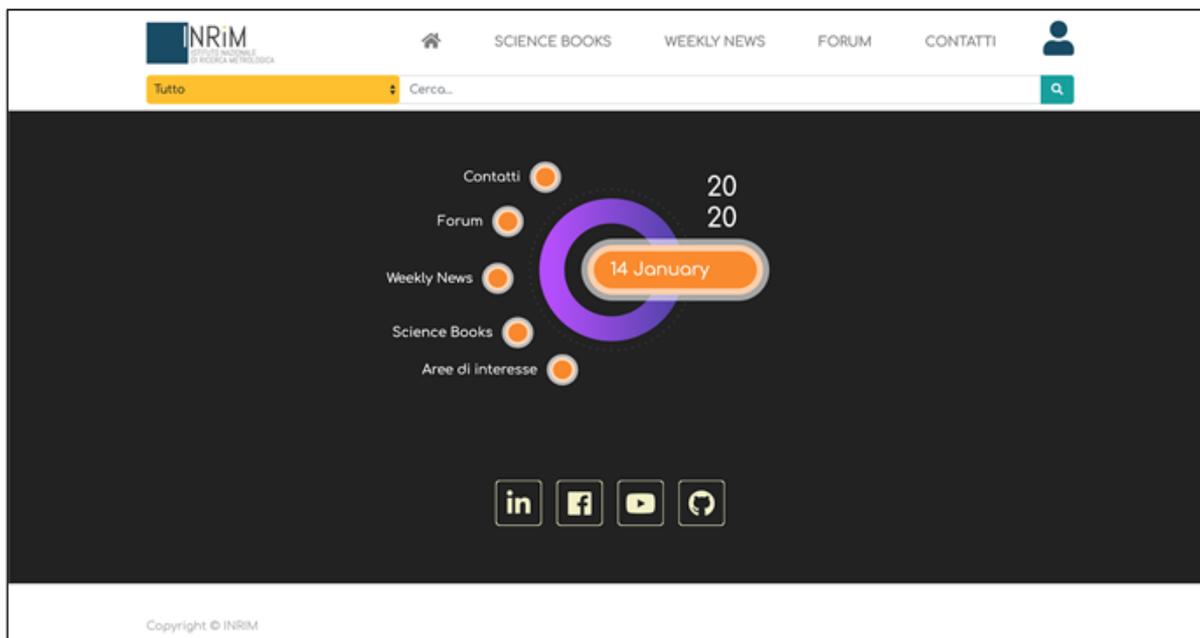


Figura 1. Pagina principale Intranet

Le sezioni della Intranet comprendono:

1. Contatti: un form per richieste e suggerimenti riguardo il funzionamento della intranet, gestito dalla U.O. Sistemi informatici;

2. Forum: il forum *IoDicoChe* è uno spazio di interazione dedicato al personale;
3. Weekly news: dedicata a raccogliere, settimana per settimana, le notizie e le informazioni di interesse per chi lavora in INRiM. Con l'obiettivo di organizzare e migliorare la fruibilità delle notizie, sono stati creati e impiegati i TAG;
4. Science books: tre blog dedicati alle divisioni di ricerca, in cui poter condividere informazioni e comunicazioni anche di carattere specialistico;
5. Aree di interesse: il cuore della intranet, attraverso cui è possibile cercare il materiale di cui si ha bisogno mediante uno specifico *search tool*, visitare le sezioni dedicate a ciascuna unità operativa o direzione, accedere tramite link ai portali e ai principali servizi.

5.5. NewsLetter

La NewsLetter, inviata tramite email alla *lista all* il pomeriggio di ogni venerdì, è stata introdotta il 1° Gennaio 2021 con il fine di migliorare l'informazione verso i dipendenti dell'istituto e aumentare il traffico di utenza sia sulla intranet che sul portale, attraverso i link diretti delle notizie.

6. Verifica dei risultati del Piano della Comunicazione 2021-2023

Il Piano della Comunicazione 2021-2023 ha portato alla strutturazione di una strategia condivisa che ha permesso, per il 2021, di raggiungere importanti risultati, nonostante il perdurare dello stato di emergenza conseguente alla pandemia abbia reso opportuno posticipare gli obiettivi che presupponevano la piena ripresa delle attività in presenza.

6.1. Analisi

Trattandosi del primo anno di attuazione del Piano, non è stato possibile effettuare confronti con gli anni precedenti. Sono state, tuttavia, misurate le azioni di comunicazione al fine di stabilire una baseline per l'analisi futura.

In particolare sono stati misurati:

- il numero di Follower alle pagine Social dell'Ente
- il numero di comunicazioni pubblicate sugli strumenti presidiati dall'Ente

Tabella 3 . Andamento del numero di Followers nel 2021, primo anno di attuazione del Piano.

Social Network	Followers al 01.01.2021	Followers al 31.12.2021	Incremento
Facebook	1941	2113	▲+9.4%
LinkedIn	1628	2178	▲+34%
YouTube	145	241	▲+51.0%
Instagram	0	97	▲

L'aumento sostanziale del numero di Follower osservato nel corso dell'anno 2021 dimostra come il Piano della Comunicazione si sia dimostrato un efficace strumento per l'individuazione dei target e degli strumenti, per la gestione dei contenuti e, soprattutto, per l'instaurazione di una corretta relazione tra questi elementi.

Vengono di seguito riportati due grafici che mostrano il numero di azioni di comunicazione messe in atto per ciascuno strumento della comunicazione (fig.2) e per ciascun canale Social dell'Ente (fig.3).

Figura 2. Numero di azioni di comunicazione per strumento.

Numero di azioni di comunicazione

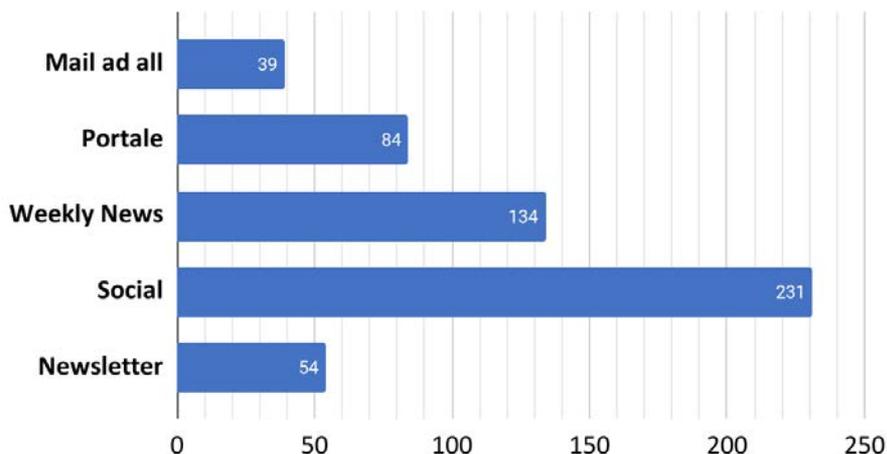
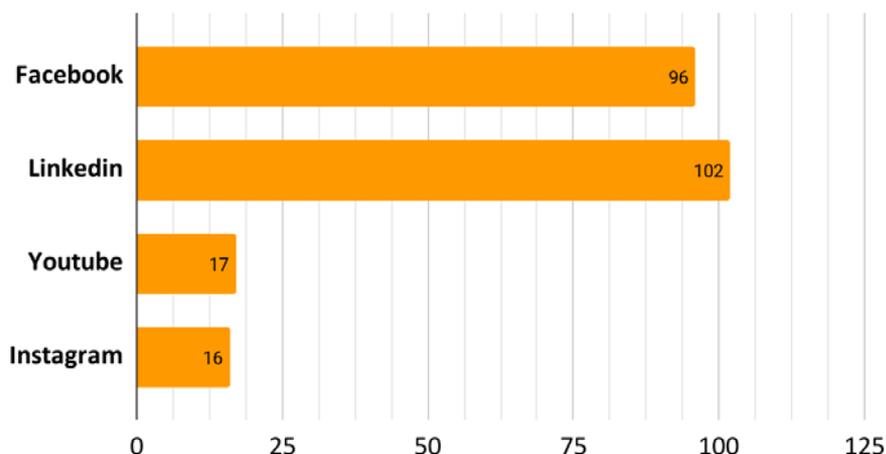


Figura 3. Numero di post pubblicati per canali social.

Numero di azioni di comunicazione social



6.2. Le Attività di coinvolgimento Culturale e Sociale: il Public Engagement

6.2.1. Campagne di Comunicazione

Nel 2021 sono state portate avanti 16 Campagne di Comunicazione, di seguito suddivise per categoria.

- EVENTI -

- **Campagna Ciclo di Seminari INRiM**, creata e realizzata per comunicare il Ciclo di Seminari INRiM, ideati dalla Direzione Scientifica allo scopo di rafforzare l'integrazione della comunità scientifica con seminari aperti, tenuti da ricercatori INRiM e *invited speakers* esterni.
- **Campagna per World Metrology Day 2021**, creata e realizzata in occasione della giornata mondiale della metrologia 2021 per:
 - presentare la ricerca svolta nell'Ente sulla metrologia per la salute;
 - rafforzare i rapporti con gli stakeholder;
 - promuovere l'immagine dell'Ente;
 - pianificare e coordinare l'organizzazione degli eventi del 20 maggio 2021;
 - comunicare gli eventi organizzati da INRiM (Conferenza, Workshop e diretta social).

Per questa attività è stata effettuata una puntuale verifica dei risultati illustrata nell'allegato n.1 al presente Piano.

- INFRASTRUTTURE DI RICERCA -

- **Campagna IMPreSA**, creata e realizzata per il progetto IMPreSA che ha portato alla costruzione dell'omonima infrastruttura. Gli scopi della campagna sono stati:
 - promuovere la nuova infrastruttura, aperta a partner accademici e industriali, sulle specifiche tecnologiche dei laboratori realizzati e sulle caratteristiche della strumentazione messa a sistema;
 - creare/aumentare l'engagement dei diversi target individuati successivamente con lo scopo di instaurare e rafforzare rapporti di collaborazione e crescita mettendo la nuova infrastruttura al centro.
- **Campagna PiQuET**, creata per il progetto PIQuET che ha portato alla costruzione dell'omonima infrastruttura. Gli scopi della campagna sono stati:
 - informare sulla nascita di una nuova infrastruttura, aperta a partner accademici e industriali, sulle specifiche tecnologiche dei laboratori realizzati e sulle caratteristiche della strumentazione messa a sistema;
 - creare/aumentare l'engagement dei diversi target individuati successivamente con lo scopo di instaurare e rafforzare rapporti di collaborazione e crescita mettendo la nuova infrastruttura al centro.

- PROGETTI DI RICERCA -

- **Campagna INRiM con Telsy**, creata e realizzata con all'azienda del gruppo TIM, Telsy, in occasione della realizzazione del Trusted Node. Gli scopi della campagna sono stati:
 - informare sul lavoro di ricerca scientifica e tecnologica che ha portato alla realizzazione del Trusted Node;
 - ingaggiare i diversi target per mostrare le potenzialità del Trusted Node e iniziare collaborazioni scientifiche per sfruttare al meglio le capacità di questo nuovo strumento.
- **Campagna MEMQuD**, creata e realizzata per il progetto di ricerca MEMQuD allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca MEMQuD;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.
- **Campagna PROMETH₂O**, creata e realizzata per il progetto di ricerca PROMETH₂O allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca PROMETH₂O;
 - informare riguardo al meeting di avvio;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.
- **Campagna NANOWIRES**, creata e realizzata per il progetto di ricerca NANOWIRES allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca NANOWIRES;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.
- **Campagna GIQS**, creata e realizzata per il progetto di ricerca GIQS allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca GIQS;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.
- **Campagna ParaWave**, creata e realizzata per il progetto di ricerca ParaWave allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca ParaWave;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.

- **Campagna RaCHy**, creata e realizzata per il progetto di ricerca RaCHy allo scopo di:
 - dare visibilità e far conoscere il progetto di ricerca RaCHy;
 - seguire il progetto durante la sua intera vita.

- COMUNICAZIONE INTERNA E ISTITUZIONALE -

- **Campagna “La Ricerca è – MUR”**, creata e realizzata in seguito all’adesione all’omonimo progetto del Ministero dell’Università e della Ricerca¹, ha avuto lo scopo di:
 - creare senso di appartenenza interno all’Ente e tra Enti;
 - sensibilizzare la cittadinanza sui temi della ricerca scientifica mostrando loro come la ricerca impatta nella vita quotidiana di ognuno di noi.
- **Campagna “INRiM c’è” 2021**, creata e realizzata con l’intento di racchiudere tutte le iniziative dell’Ente aventi in comune questo slogan. L’obiettivo della campagna è stato quello di:
 - dare maggiore visibilità all’Ente;
 - promuovere la Vision;
 - mostrare il volto istituzionale accanto a quello scientifico;
 - dare l’immagine di un Ente moderno attento alle persone, al contesto, ai temi dell’ambiente.
- **Campagna per il CUG**, creata e realizzata in occasione dell’evento “Percorsi di CUG”, un workshop online organizzato dal CUG INRiM, aperto al personale di Enti Pubblici di Ricerca e Atenei, per presentare il ruolo dei CUG nelle organizzazioni, raccogliendo esperienze e testimonianze. La Campagna ha avuto come obiettivo:
 - garantire maggiori informazioni sull’evento che il CUG dell’Ente propone;
 - raggiungere il maggior numero di persone sia di INRiM che degli EPR e atenei partecipanti all’evento;
 - pubblicizzare l’esistenza del neo costituito organismo e specificare gli ambiti di azione;
 - attrarre il personale INRiM, così da formare tutti i membri della comunità sul ruolo del CUG volto ad assicurare la conciliazione tra vita lavorativa e personale, la prevenzione di ogni forma di discriminazione e la rimozione degli ostacoli alla piena ed effettiva parità di opportunità per tutti i membri della comunità INRiM.
- **Campagna PhD in Metrologia**, creata e realizzata per promuovere il Dottorato di Ricerca in Metrologia, bandito dal Politecnico di Torino in collaborazione con INRiM. La campagna ha avuto come obiettivo:
 - garantire maggiori informazioni sul corso di dottorato che l’Ente propone;
 - raggiungere un maggior numero di persone;
 - attrarre gli studenti magistrali verso il corso di dottorato proposto da INRiM, così da coprire il numero totale di borse di studio proposte;
 - pubblicizzare la ricerca scientifica svolta nell’Ente, in modo tale da promuovere l’Ente e attirare l’interesse degli studenti.

La Campagna è stata avviata dalla UO COM e seguita dal Team di Diffusione della Cultura Metrologica.

¹ <https://www.mur.gov.it/it/node/811>

- SOCIAL NETWORK -

- **Campagna Spotify**, è stata creata e realizzata in occasione dell'apertura del canale INRiM sulla piattaforma di musica Spotify. Ha avuto l'obiettivo di:
 - aumentare il senso di appartenenza dei dipendenti verso l'Ente;
 - comunicare i risultati di ricerca prodotti dall'Ente;
 - informare il pubblico generico in merito alle attività che offre INRiM;
 - aumentare la notorietà e visibilità dell'Ente.

6.2.2. Pubblicazioni

L'attività di promozione dell'Ente ha portato alla pubblicazione di:

- una grafica in piena pagina su *Tecn'è*, una rivista cartacea mensile rivolta al mondo manifatturiero e all'industria meccanica, all'interno dello speciale Metrologia del numero di gennaio/febbraio 2021, per pubblicizzare i servizi che INRiM rivolge alle imprese;
- una grafica in piena pagina sul quotidiano *La Repubblica Torino*, uscita del 16 maggio 2021, per pubblicizzare gli eventi organizzate dall'Ente in occasione del World Metrology Day 2021.

6.2.3. Comunicazione di eventi

Elenco Congressi, Seminari, Workshop, Workshop di progetto, Meeting pianificati da INRiM e comunicati dalla U.O. COM attraverso i canali presidiati dall'Ente.

<i>Congressi, Seminari, Workshop, Workshop di progetti, Meeting</i>	<i>Data di pubblicazione</i>	<i>Referente</i>
MICEV PROJECT - Metrology for inductive charging of electric vehicles 2021	07/01/2021	Mauro Zucca
MSMM 2021 - Mathematical and statistical methods for metrology 2021	12/01/2021	Francesca Romana Pennecci
SI cambia... grazie alle costanti (la rivoluzione non distruttiva del SI delle Unità di Misura)	14/01/2021	Luca Zilberti
Politecnico di Torino - Cerimonia di conferimento dell'IEEE	15/01/2021	Pietro Asinari
Progetto IUPAC/CITAC	19/01/2021	Francesca Romana Pennecci
Progetto MYRAILS - Metrology and measurement for an efficient electric railways system	27/01/2021	Domenico Giordano
Presentazione PhD in Metrologia XXXVII CICLO	29/01/2021	Oriano Bottauscio
L'aerospazio piemontese di fronte alle sfide del futuro	04/02/2021	Pietro Asinari
#Go2SpaceHackathon	05/02/2021	Pietro Asinari
Workshop - The International System of Units (SI) in Fair digital data	08/02/2021	Direzione Generale

Raccontare la scienza: FameLab Trieste 2021	09/02/2021	Silvia Cavallero
Una giornata aerospaziale - Simposio sui CND nell'aerospazio	22/02/2021	Caterina Damiano
La ricerca metrologica al servizio dell'industria italiana dello Spazio	03/03/2021	Pietro Asinari
Convegno dell'Osservatorio Accredia "Export e certificazione accreditata: un binomio vincente per le PMI"	08/03/2021	Vito Fernicola
Call for Metrology for Automotive	16/03/2021	
Tolleranze dimensionali: non sempre la scelta giusta	22/03/2021	Alessandro Balsamo
Nanotech France 2021	06/05/2021	Pietro Asinari
Workshop - Optical Clock Comparison Using VLBI	21/05/2021	Cecilia Clivati
KickOff Meeting PROMETH20	27/05/2021	Vito Fernicola
Next Generation Piemonte - La Trasformazione Digitale del Piemonte	11/06/2021	Pietro Asinari
EUCoM - Evaluating Uncertainty in Coordinate Measurement	22/06/2021	Alessandro Balsamo
Macrogiovani 2021	29/06/2021	Daniele Martella
Webinar - "Reti sottomarine: l'infrastruttura di una connessione globale"	30/07/2021	Davide Calonico
Metrology for Digital Transformation	31/08/2021	Filippo Levi
Centro 3R - III Convegno Annuale	03/09/2021	Alessandra Manzin
Novel Movements for Clocks and Sensors - Workshop	10/09/2021	Filippo Levi
Save the date - Elevator Pitch: Distretto Aerospaziale Piemonte	13/09/2021	Pietro Asinari
Dante, il tempo e lo spazio	20/09/2021	Luca Callegaro
Accredia - Convegno RMP	20/09/2021	Elisabetta Melli
Corso di formazione - Misure Elettriche ed Elettroniche	20/09/2021	Pier Paolo Capra - Flavio Galliana
Metrology for Digital Transformation	22/09/2021	Vito Fernicola
Workshop "Measurement for Climate Action" - NPL	06/10/2021	Andrea Merlone
Ciclo Seminari INRiM	07/10/2021	Pietro Asinari
2 nd RaCHy stakeholder workshop	19/10/2021	Giovanni Durando
GIQS Virtual Stakeholder Workshop and Training	21/10/2021	Luca Callegaro
Workshop on Superconducting Parametric Amplification	21/10/2021	Emanuele Enrico
Internet Governance Forum Italia 2021	05/11/2021	Davide Calonico
Intersec-41	17/11/2021	Alessandro

		Balsamo
IEEE Milestone	03/12/2021	Luca Callegaro
GIQS Virtual Stakeholder Workshop and Training	10/12/2021	Luca Callegaro
CALL FOR ABSTRACT - IEEE METROIND 4.0 & IOT 2022	31/12/2021	Andrea Prato

Elenco delle iniziative (nazionali e internazionali) alle quali INRiM ha partecipato e di cui la U.O. COM si è occupata di darne comunicazione sui canali presidiati dall'Ente.

<i>Iniziativa, ricorrenze, Giornate nazionali ed internazionali</i>	<i>Data di pubblicazione</i>
Festa del Tricolore	03/01/2021
Giorno della Memoria	27/01/2021
Michael Faraday - il filosofo della natura	01/02/2021
In memoria di Oliver Heaviside	03/02/2021
Anniversario scomparsa Galileo Ferraris	07/02/2021
Giornata Internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza	11/02/2021
TIME FOR JOB 2021- INFO DAYS TIROCINI	22/02/2021
Premio INRiM 2021. Per tesi di laurea- PREMIO MANA	05/03/2021
Solidarietà ISS	15/03/2021
Anniversario della scomparsa di Gustavo Colonnetti	20/03/2021
M'illumino di meno - INRiM C'è e racconta il proprio salto di specie	24/03/2021
Giornata della salute	07/04/2021
Giornata Mondiale del Libro e del Diritto d'Autore: INRiM C'è "Sta scherzando Mr. Feynman!": Vita e avventure di uno scienziato curioso	23/04/2021
Giornata Mondiale della sicurezza sul lavoro	28/04/2021
INRiM's Metrology Day, una serie di eventi per presentare la ricerca INRiM per la salute	28/04/2021
Bando Regionale VIR - Voucher Infrastrutture di Ricerca	28/05/2021
INRiM celebra la Giornata Mondiale della Bicicletta 2021	03/06/2021
Giornata Mondiale dell'ambiente: INRiM c'è	04/06/2021
L'INRiM premia 5 giovani laureati	11/06/2021
Comunicazione quantistica EuroQCI	23/06/2021
National PHD Programme in Artificial Intelligence	23/06/2021
Settimana Horizon Europe 2021 Italiana	01/07/2021

Cocktail di Scienza - II Stagione	02/07/2021
La Settimana Europea della Mobilità 2021 - Muoviti sostenibile...e in salute	10/09/2021
Aspettando la Notte: pre-eventi INRiM per la Notte Europea dei Ricercatori 2021	10/09/2021
Notte Europea dei Ricercatori 2021	17/09/2021
Al via il finanziamento dell'ERC Italiano	23/09/2021
INRiM aderisce alla campagna di comunicazione del MUR "#LaRicercaè"	24/09/2021
Giornata Internazionale per l'Accesso Universale alle Informazioni	28/09/2021
A Giorgio Parisi il Premio Nobel per la Fisica 2021	06/10/2021
Conferenza Annuale APRE 2021	25/10/2021
Al via il primo bando per il Fondo Italiano per la Scienza	29/10/2021
Buon compleanno LENS	18/11/2021
Giornata Internazionale contro la Violenza sulle Donne	19/11/2021
Giornata Nazionale dello Spazio 2021	07/12/2021
Il sistema della #ricerca italiana	14/12/2021

6.2.4. Media communications e comunicati stampa

Elenco di articoli, interviste, risultati nazionali e internazionali, importanti riconoscimenti e premi che coinvolgono INRiM e che sono stati promosso dai media nazionali ed internazionali.

<i>Media communications (2021)</i>	<i>Data di pubblicazione</i>	<i>Referente</i>
Pubblicato un nuovo articolo del Presidente D.S. Wiersma	08/01/2021	Presidente
Pubblicata la seconda Newsletter del Progetto europeo EMPIR EMPIR 18HLT05 QUIERO	21/01/2021	Luca Zilberti
L'entanglement quantistico contribuisce nella lettura più efficiente delle memorie ottiche digitali	21/01/2021	Marco Genovese
Vinta la sfida Analytical and Bioanalytical Chemistry	27/01/2021	Giovanni Mana
Un nuovo brevetto per INRiM	15/02/2021	Carlo Sias
Le nuove tecnologie: INRiM per il trasporto ferroviario Green	16/02/2021	Domenico Giordano
INRiM realizza e gestisce il laboratorio di metrologia più a nord del mondo	12/03/2021	Andrea Merlone

La ricarica wireless dei veicoli elettrici fa un passo avanti	12/03/2021	Mauro Zucca
Premio per le migliori tesi di laurea magistrale	22/03/2021	Silvia Cavallero
Nella tana del bianconiglio con le lambda aliene	24/03/2021	UO COM
progetto QUARTET- progetto del mese	29/03/2021	Ivano Ruo Berchera
Presentazione volume "10 ANNI IN BUONA COMPAGNIA.. SOTRIA DI UN LABORATORIO DI NANOFABBRICAZIONE"	01/04/2021	Nataschia De Leo-Luca Boarino
Approda in INRiM il Trusted Node	07/04/2021	Davide Calonico
Un sistema innovativo per il monitoraggio dei sismi, il progetto MEGLIO	22/04/2021	Davide Calonico
RaiNews24 - Presentazione World Metrology Day 2021	17/05/2021	Pietro Asinari
Best Young Metrologist of COOMET 2021	17/05/2021	Gianluca Milano
Biblioteche in Pillole, INRiM ospite del programma radiofonico di Radio Beckwith Evangelista (rbe)	28/05/2021	Emanuela Secinaro
Ricarica induttiva dei veicoli elettrici: facciamo il punto con Mauro Zucca	28/05/2021	Silvia Cavallero
Chiara Marletto celebrata dal The Guardian	15/06/2021	Giovanni Durando
Conferenza E-MRS 2021 - Young Researcher Award	17/06/2021	Eleonora Cara
CONFERENZA E-MRS SPRING 2021 - INRiM PREMIATO AL SIMPOSIO ALTECH	23/06/2021	Alessandra Manzin
INRiM certifica un nuovo record italiano per la ciliegia più grande del mondo	07/07/2021	Andrea Malengo
Spatial coherence of light inside three dimensional media	07/07/2021	Lorenzo Pattelli
Tecnologia quantistica al servizio della sicurezza	19/07/2021	Luca Indemini
Temperature record e validazione metrologica: studio INRiM sul New York Times	23/07/2021	Graziano Coppa
Progetto EMPIR EMUE - Compendium finale	29/07/2021	Francesca Romana Pennechi
High-performance textiles from plastics	19/08/2021	Pietro Asinari
La Gran Bretagna torna a libbre e once: addio al sistema metrico decimale?	24/09/2021	Marco Pisani
Advances in Magnetism Award - Conferenza MMM 2020	01/10/2021	Alessandro Sola
In materia reservoir computing with a fully memristive architecture based on self-organizing nanowire network	04/10/2021	Gianluca Milano
IEC 1906 Award	05/10/2021	Alessandro

		Cultrera
Conferenza Stampa progetto MEGLIO	20/10/2021	Davide Calonico
Anisotropy of losses in grain-oriented Fe-Si	05/11/2021	Carlo Appino
Prospects for single-photon sideband cooling of optically trapped neutral atoms	16/11/2021	Carlo Sias
Primi in Italia	26/11/2021	Carlo Sias
Intervista Gianluca Milano - RaiPlay	30/11/2021	Gianluca Milano
Il progetto EMPIR USOQS fa progredire la ricerca scientifica fondamentale	14/12/2021	Filippo Levi
La meccanica quantistica al servizio della qualità dei prodotti e dei processi produttivi	23/12/2021	Ivano Ruo Berchera

Elenco dei comunicati stampa:

Comunicati stampa	Data di pubblicazione
INRiM e Telsy, al via sistema di crittografia quantistica per rendere ancora più sicure le comunicazioni su fibra	15/04/2021
World Metrology Day 2021 - INRiM presenta la propria attività di ricerca nel campo della salute	20/05/2021
In Materia Reservoir Computing with a Fully Memristive Architecture Based on Self-Organizing Nanowires Networks	04/10/2021
La fibra ottica di Open Fiber per lo studio dei terremoti - Così i sensori della rete ascoltano le onde sismiche	21/10/2021
La meccanica quantistica al servizio della qualità dei prodotti e dei processi produttivi	22/12/2021

6.2.5. Attività a supporto della comunicazione

Attività realizzate nel 2021 dalla U.O. Comunicazione:

- Realizzazione video (n. 16) a supporto di eventi e campagne di comunicazione;
 - *Giornata Internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza*
 - *M'illumino di meno - INRiM C'è e racconta il proprio salto di specie*
 - *Best Young Metrologist of COOMET 2021*
 - *Giornata Mondiale dell'ambiente: INRiM c'è*
 - *Conferenza E-MRS 2021 - Young Researcher Award*
 - *PROMETH2O - Process Metrology for Trace Water*
 - *MEMQuD - Empir Project*

- *NanoWires - Empir Project*
- *IEC 1906 AWARD*
- *GIQS | EMPIR project*
- *GIQS | EMPIR project (ENG)*
- *IMPreSA - Infrastruttura Metrologica Per la Sicurezza Alimentare*
- *IMPreSA - L'avanguardia della tecnologia installata nei laboratori INRiM*
- *Giornata Nazionale dello Spazio 2021*
- *IMPreSA - La Sicurezza Alimentare è il nostro territorio*
- *PiQuET*

2. Realizzazione grafiche per la comunicazione:

- Banner per il portale istituzionale;
- Save the date;
- Flyer;
- Brochure;
- Grafiche per i post social (LinkedIn, Facebook, YouTube, Instagram), intranet e portale.

3. Realizzazione e gestione dei contenuti;

4. Realizzazione e presidio dell'immagine coordinata e relativi template;

5. Progettazione cartellonistica Campus INRiM;

6. Presidio del portale istituzionale;

7. Riprogettazione del portale istituzionale - avvio progetto, data di conclusione prevista giugno 2022;

8. Presidio del portale istituzionale;

9. Presidio e restyling canali social:

- LinkedIn;
- Facebook;
- YouTube

10. Apertura e presidio canali social: Instagram e Spotify Music;

11. Supporto per l'apertura di canali social dei progetti di ricerca.

7. Conclusioni

Il **Piano di comunicazione 2022-2024** si propone quale prosecuzione e avanzamento del Piano 2021-2023, mantenendone le ambizioni.

Il Piano sostiene le scelte strategiche: all'esterno propone l'immagine dell'ente, ne promuove le attività e i servizi, incentiva relazioni bi-direzionali fra l'organizzazione e i pubblici di riferimento. All'interno sostiene la comunicazione organizzativa, facilita la generazione di un sistema di relazioni che agevoli la circolazione delle informazioni e che crei relazioni top-down, bottom-up e "a rete".

L'analisi dei risultati 2021 ha confermato come la comunicazione debba sostenere e accompagnare puntualmente ogni attività dell'ente, come possa sostenere il cambiamento e le scelte strategiche. In quest'ottica il Piano della comunicazione diventa lo strumento indispensabile per programmare e sostenere quelle azioni che l'Ente si pone come obiettivi per i prossimi anni.

Il rapido sviluppo degli strumenti di comunicazione, in particolare *social*, ha reso fondamentale, nel corso del 2021, un adeguamento dei profili e un'attenzione costante per rendere INRiM protagonista in un mondo sempre più vasto e veloce, come quello della comunicazione scientifica.

Si è consolidato il rapporto con il MUR e questo ci ha permesso di partecipare alle campagne di comunicazione congiunte e ottenere la gratificante attenzione del Ministro nelle attività per le quali abbiamo richiesto il suo intervento.

Il report sulle attività del 2021 racconta l'*output* ottenuto dalla comunicazione, un elevato numero di azioni e un incremento, durante l'anno, del livello di interazioni con il pubblico esterno. Quello che ancora manca è un'analisi *sull'outcome* e *sull'impact*, cioè sul ritorno della comunicazione, gli effettivi risultati finali, obiettivo che rimane velleitario a risorse invariate.

Report attività di comunicazione per il World Metrology Day 2021

Dati al 26/05/2021

Allegato n. 1 al Piano della Comunicazioni 2022-2024

1. Introduzione	4
2. Campagna di comunicazione per il WMD	4
2.1. 1a Fase - Pre evento	6
Weekly News Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	9
2.1.2. Risultati	11
2.1.2.1. Azione 1 - Post su Facebook per lanciare la giornata	11
2.1.2.2. Azione 2 - Post su LinkedIn per lanciare la giornata	12
2.1.2.3. Azione 3 - Post generale su Facebook	12
2.1.2.4. Azione 4 - Post generale su LinkedIn	13
2.1.2.5. Azione 6 - Realizzazione evento su Facebook	14
2.1.2.6. Azione 7 - Realizzazione evento su LinkedIn	15
2.1.2.7. Azione 9 - Realizzazione Weekly News	16
2.1.2.8. Azione 10 - Richiamo della Weekly News sulla Newsletter	16
2.1.2.9. Azione 11-12 - Mail agli Stakeholder e Speaker del tavolo 1	17
2.1.2.10. Azione 13 - Pubblicazione di un post su LinkedIn per il target 2	18
2.1.2.11. Azione 14 - Pubblicazione di un post su Facebook per il target 4	18
2.1.2.12. Azione 15 - Mail ad all al personale	19
2.1.2.14. Azione 17 - Contattato i media	21
2.1.2.16. Azione 19 - Weekly News Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	22
2.1.2.17. Azione 20 - Post Facebook Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	22
2.1.2.18. Azione 21 - Post LinkedIn Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	23
2.1.2.19. Azione 22 - Post YouTube dell'intervista a Pietro Asinari su Futuro24 di RaiNews24	24
2.2. 2a Fase - Durante evento	25
2.2.1. Azioni	25
2.2.2. Risultati	28
2.2.2.1. Azione 23 - Conferenza - INRiM "Presente e Futuro della Metrologia per la salute"	28
2.2.2.2. Azione 24 - Post Facebook per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	28
2.2.2.3. Azione 25 - Post LinkedIn per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	29
2.2.2.4. Azione 26 - Post LinkedIn per ricordare gli eventi del pomeriggio	29
2.2.2.5. Azione 27 - Workshop "Salute e Metrologia"	30
2.2.2.6. Azione 28 - Mail ad all diretta social	30
	2

2.2.2.7. Azione 29 - Modifica dell'Evento Facebook per il target 4 e inserimento dell'Evento nella parte superiore della pagina	31
2.2.2.8. Azione 30 - Post all'interno dell'evento Facebook diretta social	33
2.2.2.9. Azione 31 - Diretta Social - INRiM Ricerca e salute	34
2.3. 3a Fase - Post evento	35
2.3.1. Azioni	35
2.3.2. Risultati	38
2.3.2.1. Azione 32 - Post Facebook per ringraziare tutti i partecipanti	38
2.3.2.2. Azione 33 - Post LinkedIn per ringraziare tutti i partecipanti	38
2.3.2.3. Azione 34 - Mail di ringraziamento target 1-2	39
2.3.2.4. Azione 35 - Mail di ringraziamento ai collaboratori INRiM	40
2.3.2.6. Azione 37 - Richiamo della Weekly News riguardante l'intervista a Pietro Asinari su RaiNews24 nella Newsletter	41
2.3.2.7. Azione 38 - Richiamo della news di ringraziamenti nella Newsletter	42
2.3.2.8. Azione 39 - Mail di ringraziamento alla Ministra	42
Tabella di tutte le azioni di comunicazione	43
3.Conclusioni	46

1. Introduzione

Il presente documento si pone come obiettivo quello di esaminare le azioni di comunicazione attuate per il World Metrology Day 2021, l'evento internazionale che si ripete ogni anno in data 20 maggio per ricordare la firma del *Metre Convention* avvenuta nel 1875. La giornata è interamente dedicata alla metrologia e il tema scelto per il 2021 è: Measurement for Health.

2. Campagna di comunicazione per il WMD

La campagna per il World Metrology Day è stata realizzata per strutturare una complessa strategia di comunicazione in occasione dell'omonimo evento, più precisamente gli obiettivi individuati sono:

- Obiettivo 1 - presentare la ricerca svolta nell'Ente sulla metrologia per la salute;
- Obiettivo 2 - interessare e rafforzare i rapporti con gli stakeholder;
- Obiettivo 3 - promuovere l'immagine dell'Ente;

In linea con questi obiettivi sono stati individuati i target ai quali la comunicazione è rivolta:

A. **Ministero (MUR) e stakeholder**

B. **Scienziati**

C. **Università**

D. **Cittadini**

E. **Scuole**

F. **Personale INRiM,**

G. Altri **Enti** sia pubblici che privati.

La Strategia di Comunicazione si è concentrata su due specifici messaggi:

- **INRiM è un Ente di ricerca avanzato e competitivo.**
- **INRiM è l'Ente nazionale di ricerca, leader nel campo della metrologia.**

Per il raggiungimento degli obiettivi sopraelencati e per la veicolazione di tali messaggi sono stati individuate tre **fasi di azione**: pre, durante e post evento.

Sono state prodotte in totale **40 azioni**, 22 compiute durante la prima fase, 9 durante la seconda fase, 9 durante la terza fase.

- Tutto il materiale necessario per le azioni della 2a fase è stato realizzato entro il 20 maggio 2021.
- Tutto il materiale necessario per le azioni della 3a fase è stato realizzato tra il 21 e il 24 maggio 2021.

Ogni azione è stata analizzata oggettivamente tramite indicatori. Questi ultimi cambiano in base al mezzo di comunicazione impiegato per ogni azione.

Nella tabella sottostante vengono individuati gli indicatori per ogni strumento e azione di comunicazione.

Tabella 1 - Indicatori per ogni strumento e azione di comunicazione impiegato.

STRUMENTO/AZIONE	INDICATORE
Facebook - post	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)
Facebook - evento	-N° persone raggiunte - N° risposte all'evento (numero partecipanti)
LinkedIn - post	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse
LinkedIn - evento	- Totale partecipanti - Totale visite uniche agli eventi

Weekly News	N° visualizzazioni
Portale - avviso/news/evento	Nessun indicatore ¹
Flyer	Nessun indicatore
Video	Nessun indicatore
E-mail	- N° di risposte, per mail di invito - Nessun indicatore per altri tipi di mail
Testate giornalistiche	N° articoli
Media (tv)	N° servizi

Non è possibile analizzare oggettivamente l'andamento degli strumenti Video e Flyer perché gli indicatori sono le opinioni soggettive degli utenti, pertanto bisognerebbe sottoporre loro un sondaggio di valutazione, ci riserviamo di valutare la possibilità di effettuarlo nel futuro.

Per l'E-mail, invece, non si possono individuare i parametri, in quanto impossibilitati a conoscere il numero di persone che hanno divulgato la notizia e, quindi, generato il *passa-parola*.

2.1. 1a Fase - Pre evento

Nei seguenti paragrafi si descrivono le azioni e i risultati ottenuti dalla divulgazione delle informazioni riguardanti tutti gli eventi del 20 maggio 2021.

2.1.1. Azioni

Per il primo intervento sono state previste ed attuate **22 azioni di comunicazione**, divulgate tramite: social network (Facebook e LinkedIn), portale, Intranet e posta elettronica.

Nella tabella 2 si descrivono le azioni di comunicazione della fase pre-evento.

¹ Al momento non possediamo il dato, in quanto reperibile solo tramite Google Analytics, di cui la UO Comunicazione non possiede le credenziali.

Tabella 2 - Azioni prima fase

	DATA	AZIONI	INDICATORI	LINK
1	07/04/21	Realizzazione di un post per lanciare la giornata su Facebook	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3793244030745378&id=226258887443928
2	07/04/21	Realizzazione di un post per lanciare la giornata su LinkedIn	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6785471615397335041
3	22/04/21	Realizzazione di un post generale su Facebook	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3850976021638845&id=226258887443928
4	22/04/21	Realizzazione di un post generale su LinkedIn	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6790990654794289152
5	23/04/21	Realizzazione banner e pagina interna sul portale	Nessun indicatore	https://www.inrim.it/INRiMsMetrologyDay

6	28/04/21	Realizzazione di un evento su Facebook	-N° persone raggiunte - N° risposte all'evento (numero partecipanti)	- https://fb.me/e/3w3YbNSOY
7	28/04/21	Realizzazione di un evento su LinkedIn	- Totale partecipanti - Totale visite uniche agli eventi	- https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6793154538384719872
8	28/04/21	Pubblicazione evento sul portale	Nessun indicatore	https://www.inrim.it/evento/tutti-gli-eventi-di-inrims-metrology-day
9	28/04/21	Realizzazione Weekly News	N° visualizzazioni	https://win.inrim.it/blog/weekly-news-2/post/inrims-metrology-day-una-serie-di-eventi-per-presentare-la-ricerca-inrim-per-la-salute-203
10	30/04/21	Richiamo della Weekly News sulla Newsletter	Nessun indicatore	
11	05/05/21	Invio mail agli Stakeholder e Speaker del tavolo 1	N° risposte	
12	05/05/21	Invio mail agli Istituti	N° risposte	
13	06/05/21	Pubblicazione di un post su LinkedIn per il target 2.	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6796091391752712192

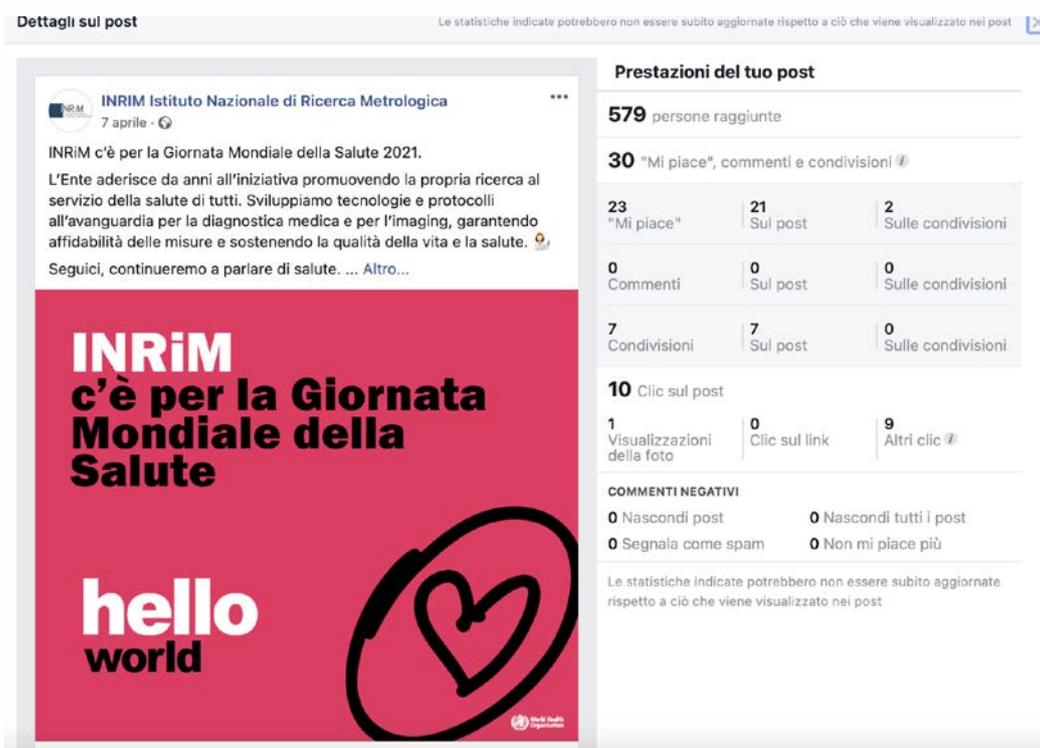
			una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	
14	06/05/21	Pubblicazione di un post su Facebook per il target 4.	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3891625484240565&id=226258887443928
15	10/05/21	Mandato il comunicato stampa	Nessun indicatore	
16	12/05/21	Invio mail ad uditori dei workshop	N° risposte N° partecipanti	
17	12/05/21	Contattato i media	N° risposte	
18	14/05/21	Mail ad all per informare dell'intervista al Direttore Scientifico a RaiNews24	N° risposte	
19	17/05/21	Weekly News Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	N° visualizzazioni	https://win.inirim.it/blog/weekly-news-2/post/rainews24-presentazione-world-metrology-day-2021-215
20	17/05/21	Pubblicazione post su Facebook Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3924816200921493&id=226258887443928

		RaiNews24		
21	17/05/21	Pubblicazione post su LinkedIn Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6800024589129793536
22	17/05/21	Pubblicazione su YouTube del video dell'intervista al Direttore Scientifico a Asinari a Futuro24 di RaiNews24	- N° copertura - N° interazioni (mi piace, commenti)	https://www.youtube.com/watch?v=Jk3HrecB7Q0

2.1.2. Risultati

2.1.2.1. Azione 1 - Post su Facebook per lanciare la giornata

Figura 1 - Post su Facebook pubblicato in data 07/04/21 alle ore 10:02.



il 24 maggio 2021, attraverso **Facebook Insights**, si è potuta analizzare l'efficacia dei singoli post. Come si può evincere dai numeri della *Figura 1*, il primo post della fase pre-evento del **World Metrology Day** ha ottenuto, in termini di **copertura**, più di **500 persone** e **632 impression**². I numeri sono al di sopra della media di copertura dei post pubblicati sulla pagina Facebook dell'Ente, soprattutto se si considera il fatto che si tratta di una copertura unicamente organica³.

² Le **impression** rappresentano il numero di volte che un contenuto è stato visualizzato da stessa una persona.

³ Per **copertura organica** si intende il numero totale di persone a cui sono stati mostrati i post mediante distribuzione non a pagamento.

Anche il numero delle **interazioni** (like, commenti, condivisioni e click), ha prodotto un buon risultato: **30 interazioni**.

2.1.2.2. Azione 2 - Post su LinkedIn per lanciare la giornata

Figura 2 - Post su LinkedIn pubblicato in data 07/04/2021.

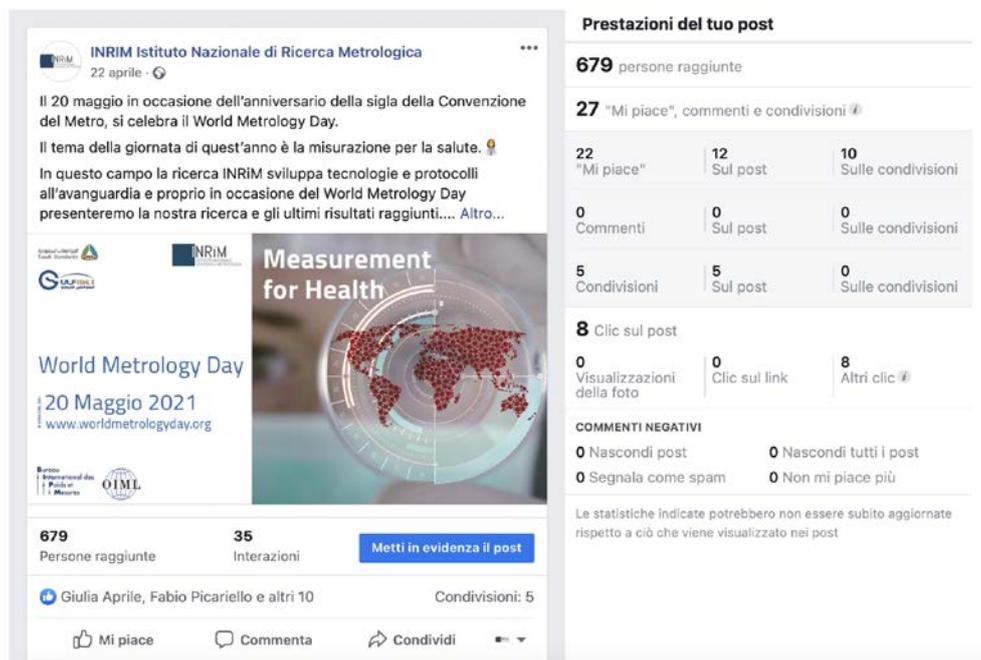


Attraverso la sezione *Statistiche di LinkedIn* è stato possibile risalire ai dati del post pubblicato il **07 Aprile 2021**.

Analizzando la *Figura 2* si nota come sia la **copertura**, unicamente organica, ma anche le **interazioni**, abbiano raggiunto un numero elevato: più di **700 visualizzazioni e 29 interazioni**.

2.1.2.3. Azione 3 - Post generale su Facebook

Figura 3 - Post su Facebook pubblicato in data 22/04/2021 alle ore 15:30



Rispetto al precedente post, pubblicato il **07 Aprile 2021**, la comunicazione del lancio della Giornata Mondiale della Metrologia ha ottenuto risultati migliori, arrivando a raggiungere **679 persone** e ad ottenere **35 interazioni tra condivisioni e like**. Sono aumentate peraltro anche le **impression**, che sono passate da **632** del post precedente a **728**.

2.1.2.4. Azione 4 - Post generale su LinkedIn

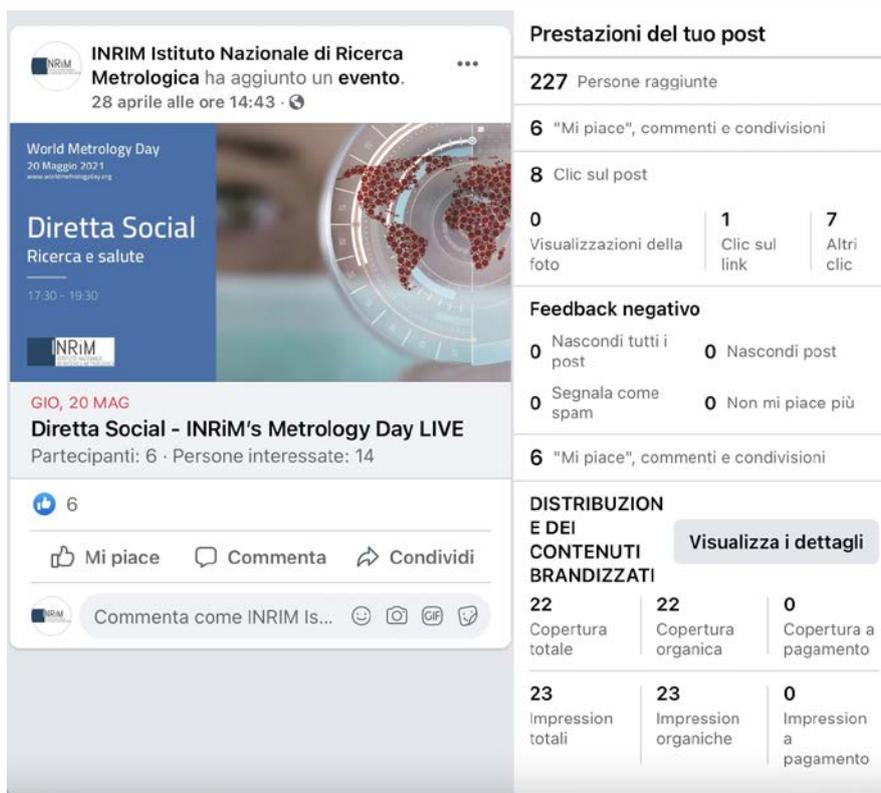
Figura 4 - Post su LinkedIn pubblicato in data 22/04/2021



Rispetto al precedente post, pubblicato il **07 Aprile 2021**, possiamo notare dalla *Figura 4* come sia calato il numero delle **visualizzazioni**. Tuttavia, sono aumentate le **interazioni (31)**; segno dell'aumento dell'**engagement**. È aumentata, inoltre, anche la **percentuale di interesse**, che è passata dal **4 al 6.38%**.

2.1.2.5. Azione 6 - Realizzazione evento su Facebook

Figura 5 - Realizzazione evento su Facebook pubblicato in data 28/04/2021 alle ore 14:43.



L'evento ha raggiunto **227** persone, un numero ben al di sotto la media se si considerano i precedenti post, e ha ottenuto **14 interazioni**.

2.1.2.6. Azione 7 - Realizzazione evento su LinkedIn

Figura 6 - Realizzazione evento su LinkedIn pubblicato in data 28/04/2021.



Lo stesso evento è stato realizzato e pubblicato anche su **LinkedIn**. Rispetto all'evento realizzato per Facebook, si può notare un differente approccio da parte dei follower.

Il post ha infatti raggiunto un maggior numero di persone (**552 rispetto ai 227 di Facebook**).

Ma non solo. Le **interazioni** sono arrivate a **43, di cui 11 reazioni, 2 condivisioni e 29 click**.

Altro dato interessante riguarda la **percentuale di interesse**, ulteriormente aumentata fino a toccare l'**8%**. È cresciuto anche il **click-through rate (o CTR)**, ovvero la percentuale che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria online e **misura il rapporto tra impressions erogate e clic ricevuti**. In questo caso, su **552** persone, il post è stato cliccato dal **5% (27 persone)**.

2.1.2.7. Azione 9 - Realizzazione Weekly News

Figura 7 - Realizzazione Weekly News per presentare l'evento pubblicata in data 28/04/2021.



In contemporanea con la realizzazione dell'evento su **LinkedIn** e su **Facebook**, è stata pubblicata anche una **Weekly News**, sulla intranet, per presentare la Giornata Mondiale della Metrologia.

La notizia è stata **visualizzata da 18 persone**.

2.1.2.8. Azione 10 - Richiamo della Weekly News sulla Newsletter

Figura 8 - Pubblicazione della Weekly News sulla Newsletter pubblicata in data 30/04/2021.



Il 20 maggio, in ricordo della sigla della Convenzione del Metro, si celebra il World Metrology Day. Il tema dell'edizione 2021 è la misurazione della salute, tema che INRiM ha scelto di sviluppare e approfondire in una serie di eventi online.

[Weekly News](#)

La **Weekly News** è stata poi inserita all'interno della **Newsletter** settimanale.

2.1.2.9 Azione 11-12 - Mail agli Stakeholder e Speaker del tavolo 1

Figura 9 - Mail agli Stakeholder e Speaker del tavolo 1 inviata in data 05/05/21.



Il **04 Maggio** sono stati inviati alla Segreteria Generale gli inviti al World Metrology Day da inoltrare a **speakers** e **stakeholders**. In particolare sono state inviate:

- **11 mail agli Speaker;**
- **65 mail agli Stakeholders;**

2.1.2.10 Azione 13 - Pubblicazione di un post su LinkedIn per il target 2

Figura 10 - Post su LinkedIn pubblicato in data 06/05/2021.



Ad una settimana di distanza dall'ultima azione di comunicazione, sono stati pubblicati su Facebook e su LinkedIn due post per pubblicizzare l'evento. I dati riportati nella *Figura 10* fanno riferimento al post pubblicato su **LinkedIn** del **06 maggio 2021**. Il post si rivolgeva al target 2 della Campagna di Comunicazione e riguardava la partecipazione ai **workshop "Salute e Metrologia"**. Rispetto al precedente post, pubblicato su LinkedIn, sono calate **le interazioni, la percentuale di interesse e anche il CTR**. Le **visualizzazioni (555)** sono rimaste costanti.

2.1.2.11 Azione 14 - Pubblicazione di un post su Facebook per il target 4

Figura 11 - Post su Facebook pubblicato in data 06/05/2021 alle ore 17:38.



La *Figura 11* fa riferimento all'Evento pubblicato su **Facebook** il **06 maggio 2021**. Il post, rivolto al target 4 della Campagna di Comunicazione, ha raggiunto **186** persone. Da una parte è calato ulteriormente il pubblico raggiunto su Facebook (**da 227 a 186**), dall'altra parte, però, sono incrementate le interazioni (**da 14 a 34**).

2.1.2.12. Azione 15 - Mail ad all al personale

Figura 12 - Mail ad all al personale inviata in data 10/05/21 alle ore 16:44.

Fwd: INRiM's Metrology Day - partecipa agli eventi 1 visualizzazione



Comunicazione INRiM
a Comunicazione

10 mag 2021, 16:44:12 ☆ ↶ ⋮

----- Forwarded message -----

Da: **Comunicazione INRiM** <comuni...@inrim.it>
Date: lun 10 mag 2021 alle ore 16:42
Subject: INRiM's Metrology Day - partecipa agli eventi
To: <a...@inrim.it>

Gentili colleghe, gentili colleghi,

come saprete, ogni **20 maggio**, si celebra il **World Metrology Day**. Quest'anno il tema della giornata è la **misurazione per la salute** ed INRiM ha scelto di svilupparlo e approfondirlo in una serie di eventi online.

L'evento inizierà con la **conferenza**, *INRiM: presente e futuro della metrologia per la salute*, durante la quale si presenterà la ricerca INRiM nel campo della salute e affronterà il dibattito sui possibili sviluppi futuri.

Per partecipare ai **due workshop** "*Salute e Metrologia*", che si terranno online, sulla piattaforma Zoom, dalle 14:00 alle 17:00, è necessaria la compilazione del [form di registrazione](#).

La **diretta social**, sarà trasmessa sul [canale INRiM di YouTube](#) dalle 17:30 alle 19:30.

Il 19 maggio *Anteprima per la scuola e l'università*, tre eventi avvicineranno gli studenti al tema della metrologia e salute

Tutte le informazioni sono disponibili all'interno dell'Evento *INRiM's Metrology Day* pubblicato sul [portale](#).

Il **10 Maggio** è stata inviata una mail ad all a tutto il personale per ricordare il programma degli eventi organizzati tra il **19 e il 20 Maggio 2021**.

2.1.2.13. Azione 16 - Mail uditori dei workshop

Figura 13 - Mail uditori dei workshop inviata in data 12/05/21 alle ore 09:25.

Il giorno mer 12 mag 2021 alle ore 09:25 Comunicazione <comuni...@inrim.it> ha scritto:
Buongiorno Lucia,
come fatto nella precedente nostra mail, abbiamo allegato alla presente la documentazione utile per invitare gli uditori al Workshop per il World Metrology Day.

Questa volta la mail da mandare sarebbe una sola.
Allegati alla presente:

- la **lettera di invito da allegare** (nome file: *Invito ai Workshop_WMD_2021*)
- il **programma del workshop da allegare** (nome file: *INRiM WMD Programma 20_05 Workshop*)
- delle **brevi istruzioni** che contengono il testo della mail e l'oggetto (nome file: *Istruzioni inviti ai workshop*), speriamo possano essere utili.

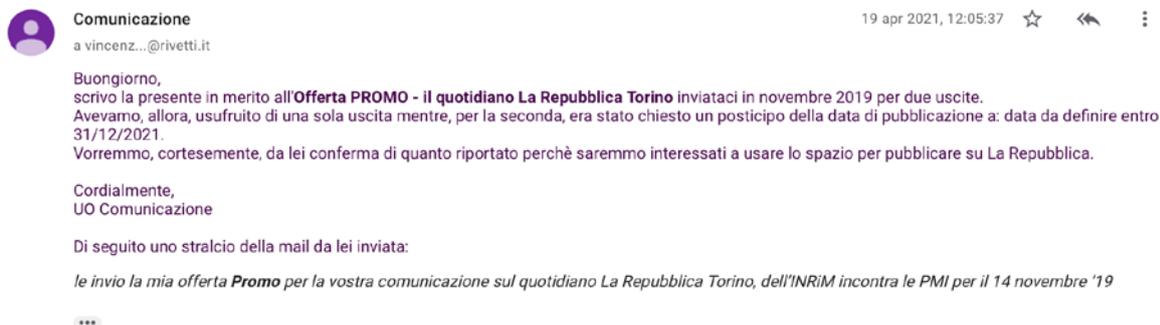
Restiamo a disposizione se occorrono altre informazioni.

Un caro saluto,
Umberto per UO COM

Il **12 Maggio** è stata contattata la Segreteria Scientifica della Direzione Scientifica, alla quale sono stati consegnati i testi per la comunicazione da inoltrare tramite posta elettronica a tutti gli uditori che invitati ai workshop in programma nel pomeriggio del **20 Maggio 2021**.

2.1.2.14. Azione 17 - Contattato i media

Figura 14 - Mail per contattare La Repubblica

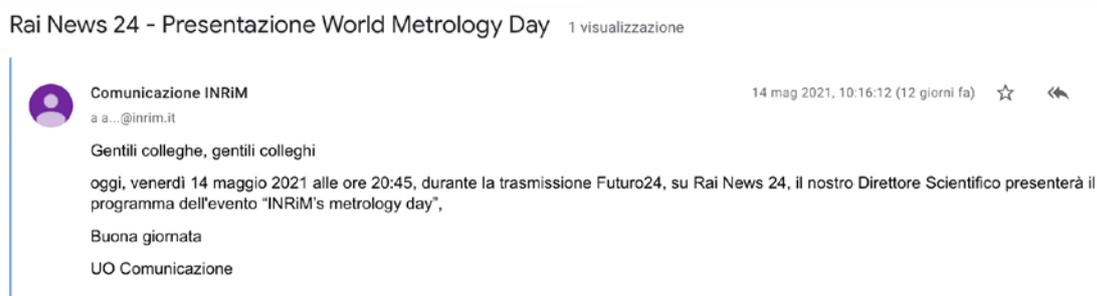


Per promuovere il **World Metrology Day** organizzato dall'Ente e per pubblicizzare gli eventi in programma, sono stati contattati diversi media:

- **La Repubblica:** per usufruire dell'offerta PROMO di Novembre 2019 per due uscite sul Quotidiano. L'uscita è stata programmata per il **16 Maggio 2021**.
- **RaiNews24:** si è organizzata un'intervista al **Direttore Scientifico**, per la rubrica **Futuro24** di **Andrea Bettini**. L'intervista, volta a promuovere l'Ente, la metrologia, e il World Metrology Day, è andata in onda il **14 Maggio 2021**.

2.1.2.15. Azione 18 - Mail ad all Asinari su RaiNews24

Figura 15 - Mail ad all intervista Direttore Scientifico i su RaiNews24 inviata in data 14/05/21 alle ore 10:16.



Per aumentare l'engagement intorno al World Metrology Day, è stata inviata una mail ad all riguardante l'intervento del Direttore Scientifico su **RaiNews24**.

2.1.2.16 Azione 19 - Weekly News Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24

Figura 16 - Weekly News Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24 pubblicata il 17/05/2021.



A pochi giorni dall'inizio del **World Metrology Day**, **lunedì 17 maggio**, è stata pubblicata su **Intranet** e sui social (Facebook, LinkedIn e YouTube) l'intervista del Direttore Scientifico, a RaiNews24, nella trasmissione **Futuro24**. In quell'occasione, il Direttore ha avuto modo di presentare il **World Metrology Day** e gli eventi organizzati per la Giornata. La notizia ha ottenuto in totale **19 visualizzazioni**.

2.1.2.17 Azione 20 - Post Facebook Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24

Figura 17 - Post Facebook Presentazione World Metrology Day su Futuro24 di RaiNews24 pubblicato il 17/05/2021 alle ore 10:40.



La *Figura 18* mostra i dati relativi al post pubblicato su **LinkedIn** sull'intervento del Direttore Scientifico su **RaiNews24**. Il post ha ottenuto **1.327 visualizzazioni**, **106 interazioni** (28 reazioni, 1 commento, 4 condivisioni e 73 click). La **percentuale di interesse è cresciuta fino al 7.99%** e il **CTR è arrivato al 5.5%**. Si tratta di dati positivi in netto rialzo rispetto ai precedenti post pubblicati.

2.1.2.19 Azione 22 - Post YouTube dell'intervista a Pietro Asinari su Futuro24 di RaiNews24

Figura 19 - Post YouTube dell'intervista a Pietro Asinari su Futuro24 di RaiNews24



Le *Figura 19* mostra i dati **YouTube** relativi all'intervento del Direttore Scientifico su **RaiNews24**. Il video ha raggiunto **192 visualizzazioni**. Per quanto riguarda le **interazioni**, il post ha generato **5 like**.

2.2. 2a Fase - Durante evento

Con la seconda fase sono state attuate azioni di comunicazione per divulgare in tempo reale l'evento e per gestire eventuali problematiche. Nei seguenti paragrafi si affrontano le azioni realizzate e i risultati ottenuti.

2.2.1. Azioni

Gli strumenti utilizzati per le azioni di questa fase sono stati **Facebook**, **LinkedIn**, **posta elettronica**.

Tabella 3 - Azioni seconda fase

	DATA	AZIONI	INDICATORI	LINK
23	20/05/21	Conferenza - INRiM "Presente e Futuro della Metrologia per la salute"	- N° di partecipanti	
24	20/05/21	Post Facebook per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3934227543313692&id=226258887443928
25	20/05/21	Post LinkedIn per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6801061911245946880
26	20/05/21	Post su LinkedIn per ricordare gli eventi del pomeriggio	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6801098368215994368
27	20/05/21	Workshop "Salute e Metrologia"	- N° di partecipanti	

28	20/05/21	Mail ad all per informare della diretta social	N° risposte	
29	20/05/21	Modifica dell'Evento Facebook per il target 4 e inserimento dell'Evento nella parte superiore della pagina	- N° persone raggiunte - N° risposte all'evento (numero partecipanti)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3891625484240565&id=226258887443928
30	20/05/21	Post all'interno dell'evento Facebook (diretta social)	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/events/382442692888739?post_id=393090991823909&view=permalink
31	20/05/21	Diretta social - INRiM Ricerca e salute	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.youtube.com/watch?v=ugLMI7fKkio&t=1182s

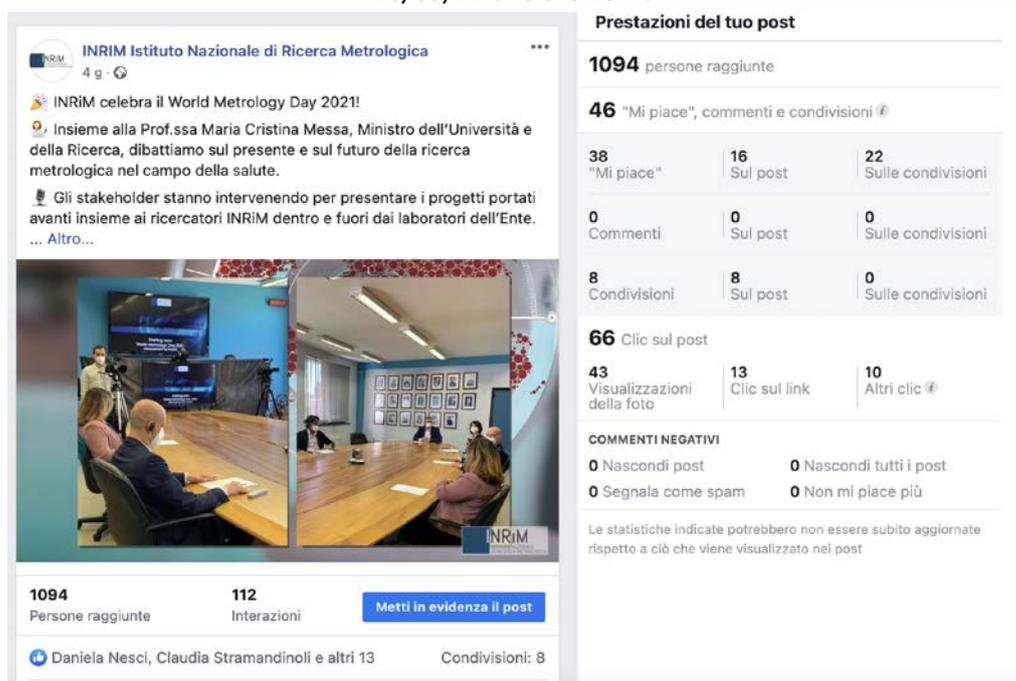
2.2.2. Risultati

2.2.2.1. Azione 23 - Conferenza - INRiM “Presente e Futuro della Metrologia per la salute”

Il **World Metrology Day** è iniziato, come da programma, alle ore **9:30 di Giovedì 20 Maggio** con la Conferenza INRiM “Presente e Futuro della Metrologia per la salute”. Alla Conferenza hanno partecipato **97 persone**.

2.2.2.2. Azione 24 - Post Facebook per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021

Figura 20 - Post Facebook per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021 pubblicato in data 20/05/21 alle ore 10:26.



Poco dopo l’inizio della **Conferenza**, è stato creato un post per ricordare a tutti l’inizio del programma della Giornata. Il post ha raggiunto **1097 persone** e un totale di **1097 impression**. Il numero delle **interazioni**, il più alto dal 25 gennaio 2021, è arrivato a **112 (66 click, 38 like, 8 condivisioni)**. Un risultato importante che segna il culmine di tutta la Campagna di Comunicazione.

2.2.2.3. Azione 25 - Post LinkedIn per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021

Figura 21 - Post LinkedIn per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021 pubblicato in data 20/05/21.



Lo stesso contenuto del post è stato poi pubblicato anche su **LinkedIn**. Diversamente da Facebook, i numeri registrati su LinkedIn sono stati inferiori (**797 visualizzazioni, 86 interazioni**). Tuttavia ciò che emerge è l'elevato engagement del post, capace di raggiungere un **CTR al 7.53%** e una **percentuale di interesse pari al 10.79%**. Questo post segna la percentuale di interesse più alta registrata su LinkedIn dall'apertura del canale ad oggi.

Da quanto è stata aperta la pagina LinkedIn di INRiM, non si è mai raggiunta una percentuale di interesse così alta. Questo risultato dimostra l'efficacia della strategia di comunicazione realizzata per il **World Metrology Day**.

2.2.2.4. Azione 26 - Post LinkedIn per ricordare gli eventi del pomeriggio

Figura 22 - Post LinkedIn per ricordare gli eventi del pomeriggio pubblicato in data 20/05/21.



Successivamente alla conclusione della Conferenza del mattino, è stato pubblicato su LinkedIn, un post per ricordare i **Workshop “Salute e Metrologia”** che si sarebbero tenuti dalle 14:00 alle 16:30. Nel post sono state rilasciate le credenziali e il link Zoom per accedere e partecipare all’evento. Il post ha ottenuto **553 visualizzazioni, e un numero di interazioni pari a 19**. Si nota dunque un calo rispetto al post della mattina. Pubblicare più contenuti a poche ore di distanza, può infatti essere controproducente. La **percentuale di interesse** è arrivata al **3.44%**, mentre il **CTR al 2.35%**.

2.2.2.5. Azione 27 - Workshop “Salute e Metrologia”

Dalle **14:00 alle 16:30** il programma della Giornata è continuato con i Workshop “Salute e Metrologia”. In totale, i **partecipanti ai Workshop sono stati 52**.

2.2.2.6. Azione 28 - Mail ad all diretta social

Figura 23 - Mail ad all per ricordare la diretta social del pomeriggio pubblicata il 20/05/2021 alle ore 13:55.

INRiM's Metrology Day - partecipa e condividi la diretta social

Posta in arrivo x



Comunicazione INRiM <comunicazione@inrim.it>
a all, Ccn: comunicazione

gio 20 mag, 13:55 (5 giorni fa) ☆ ↶ ⋮

Gentili colleghe, gentili colleghi,

La diretta social **"INRiM Ricerca e Salute"** sarà trasmessa sul [canale INRiM di YouTube](#) dalle 17:30 alle 19:30.

Partecipate condividete la diretta, l'evento ha come obiettivo quello di essere uno spazio di confronto diretto tra ricercatori e cittadini.

- LINK DI COLLEGAMENTO ALLA DIRETTA:
<https://www.youtube.com/watch?v=ugLMI7fKkio>

Per tutte le informazioni sugli altri eventi dell'*INRiM's Metrology Day* e sul programma della Giornata, potete consultare la pagina del nostro [portale](#).

Buona giornata.
UO Comunicazione

Per aumentare la partecipazione all'evento **"INRiM Ricerca e Salute"** trasmesso in streaming sul canale **YouTube** dell'Ente dalle 17:30 alle 19:30, è stata inviata una mail ad all con tutte le informazioni necessarie per collegarsi.

2.2.2.7. Azione 29 - Modifica dell'Evento Facebook per il target 4 e inserimento dell'Evento nella parte superiore della pagina

Figura 24 - Modifica dell'Evento Facebook per il target 4 e inserimento dell'Evento nella parte superiore della pagina

INRiM Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica
6 maggio · 🌐

📌 Partecipa alla diretta social di INRiM organizzata per il World Metrology Day 2021!

🕒 Ti aspettiamo il 20 maggio alle ore 17:30, sul nostro canale YouTube, per parlare di uno dei temi più rilevanti di questi ultimi due anni: la salute.

📺 Non mancare!... Altro...

World Metrology Day
20 Maggio 2021
www.worldmetrologyday.org

Diretta Social
Ricerca e salute
17:30 - 19:30

GIO, 20 MAG
Diretta Social - INRiM's Metrology Day LIVE
Evento online ★ Mi interessa
👤 Interessava a Momi

186 Persone raggiunte **34** Interazioni

Prestazioni del tuo post

186 persone raggiunte

11 "Mi piace", commenti e condivisioni 🗨️

11 "Mi piace"	11 Sul post	0 Sulle condivisioni
0 Commenti	0 Sul post	0 Sulle condivisioni
0 Condivisioni	0 Sul post	0 Sulle condivisioni

23 Clic sul post

0 Visualizzazioni della foto	19 Clic sul link	4 Altri clic 🗨️
------------------------------	------------------	-----------------

COMMENTI NEGATIVI

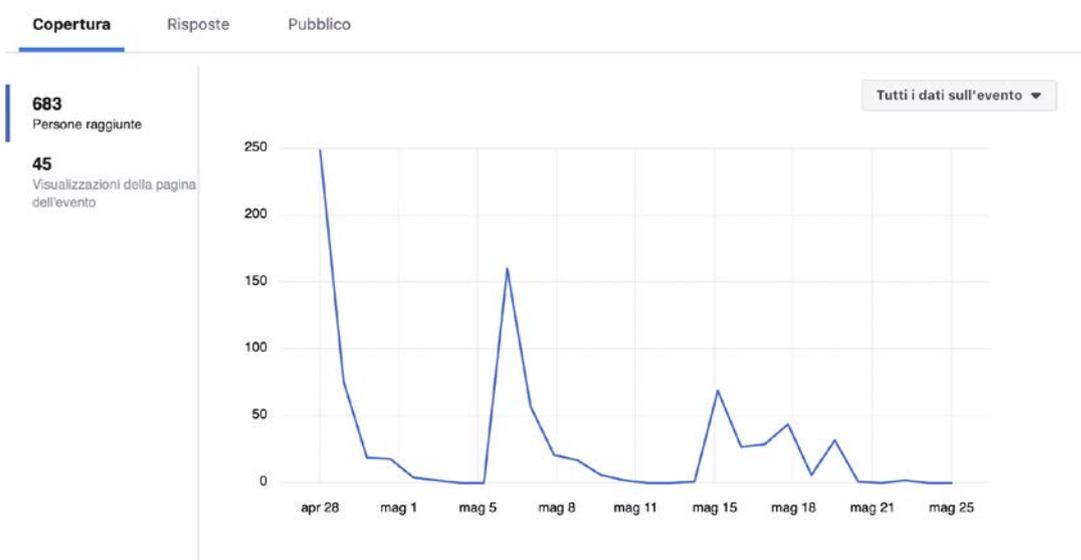
0 Nascondi post	0 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

Le statistiche indicate potrebbero non essere subito aggiornate rispetto a ciò che viene visualizzato nei post.

L'evento, precedentemente realizzato e pubblicato il **28 Aprile** su Facebook (**2.1.2.5 Azione 6**), è stato modificato con l'obiettivo di darne maggiore risalto. Per tale motivo, si è fissato l'evento nella parte superiore della pagina, si è sostituita l'immagine copertina con quella della diretta social YouTube, e si è modificato il nome dell'evento (da "INRiM's World Metrology Day" a "Diretta Social - INRiM's World Metrology Day LIVE").

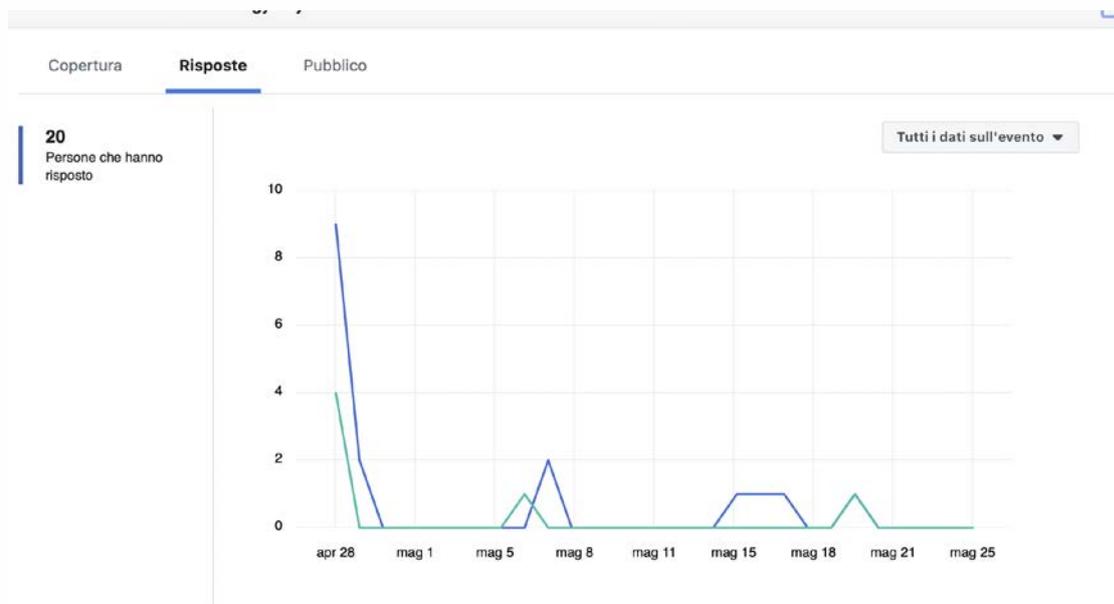
Le *Figure 25-26* mostrano l'efficacia di tale modifiche.

Figura 25 - Dati copertura evento su Facebook



A partire dalla creazione dell'evento e fino al **25 Maggio 2021**, l'evento ha raggiunto **683 persone**. Dopo il picco iniziale, si sono registrati altri 2 picchi. Il primo corrisponde al **06 Maggio**, data in cui si è creato un post associato all'evento (**2.1.2.9 Azione 12 - Pubblicazione di un post su Facebook per il target 4**). In quell'occasione si sono raggiunte ulteriori 160 persone. Il secondo picco si è registrato tra il **15 Maggio e il 20 Maggio**, dunque nei giorni clou dell'evento.

Figura 26 - Dati risposte all'evento su Facebook



In totale sono 20 le persone che hanno risposto all'evento (**6 partecipanti e 14 interessati**). Anche in questo caso si possono notare due picchi (il **06 Maggio** e tra il **15 e il 20 Maggio**) in corrispondenza della pubblicazione di nuovi contenuti associati all'evento.

2.2.2.8. Azione 30 - Post all'interno dell'evento Facebook diretta social

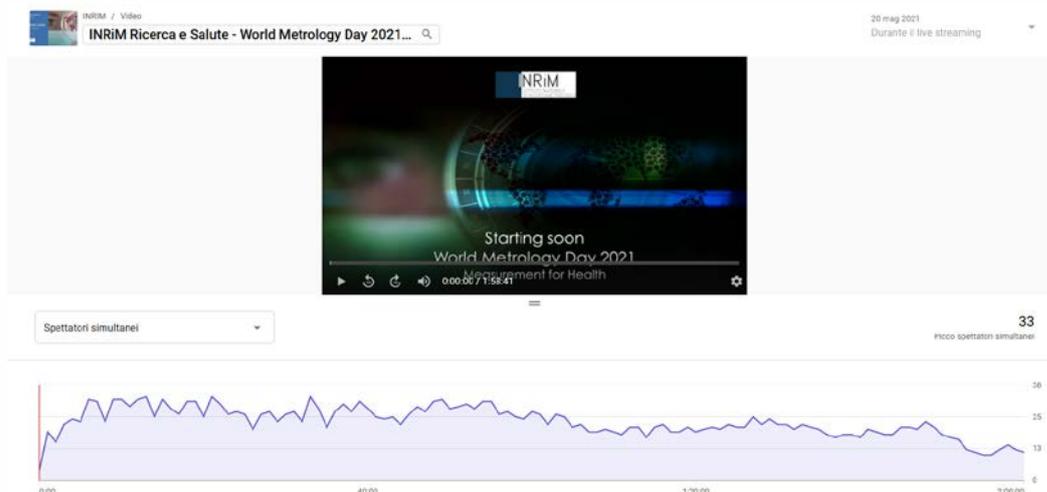
Figura 27 - Post all'interno dell'evento Facebook (diretta social) pubblicato in data 20/05/21 alle ore 12.01

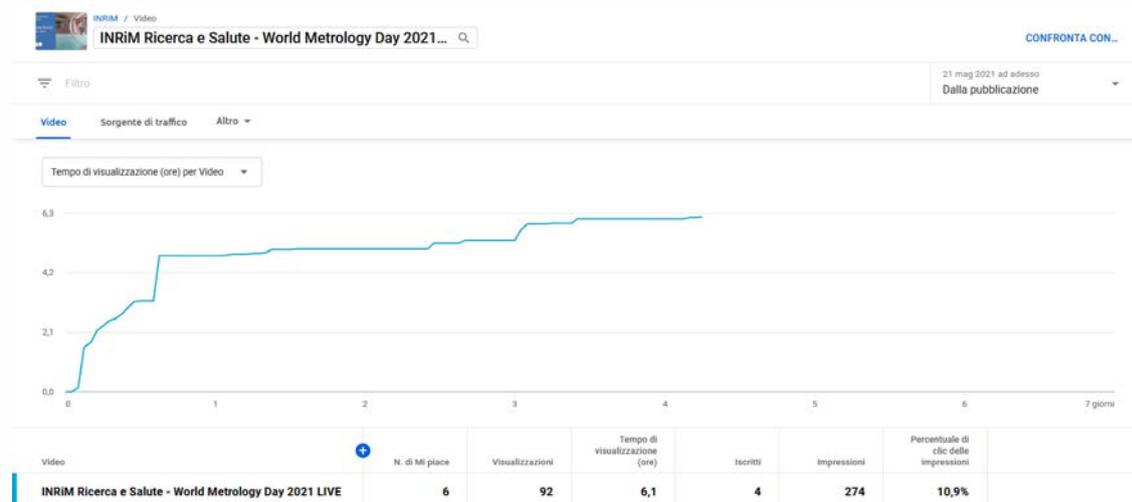


Il post è stato creato principalmente come reminder della diretta streaming su YouTube. Il post era visibile solamente a coloro che avevano espresso il loro interesse all'evento, dunque 20 persone. Il post ha ricevuto **1 like**.

2.2.2.9. Azione 31 - Diretta Social - INRiM Ricerca e salute

Figura 28-29 - Metriche della Diretta Social - INRiM Ricerca e salute - Durante e Dopo l'evento





La diretta social è durata **1:58:41**, dalle **ore 17:30 alle 19:30 del 20 Maggio**. La *Figura 28* mostra l'andamento degli spettatori simultanei durante la Live. Il picco è stato raggiunto durante la prima ora di diretta, periodo nel quale si sono toccati i **33 spettatori in simultanea**. In quell'arco di tempo, la media degli spettatori si è attestata intorno ai 25-27 persone.

Dopo un'ora di diretta, si è registrato un calo consistente. Il calo è dovuto alla durata della diretta, ma è del tutto fisiologico. Negli ultimi 15 minuti non si sono mai superati i 15 spettatori in contemporanea. Durante la Live si sono registrate in totale **220 visualizzazioni**, si sono ricevuti **36 like e 1 dislike**.

La *Figura 29* mostra invece i dati della diretta social dal **21 Maggio al 25 Maggio**, dunque nei giorni successivi alla Live Streaming. In tale periodo di tempo, si sono aggiunte **92 visualizzazioni**, **6 like e 4 nuovi iscritti al canale dell'Ente**. Il tempo totale di visualizzazione è di **6 ore**.

2.3. 3a Fase - Post evento

2.3.1. Azioni

Le azioni di comunicazione della terza fase sono state indirizzate principalmente a ringraziare i partecipanti. Gli strumenti utilizzati in questo caso sono stati: **YouTube, Facebook, LinkedIn, posta elettronica**.

Tabella 4 - Azioni terza intervento

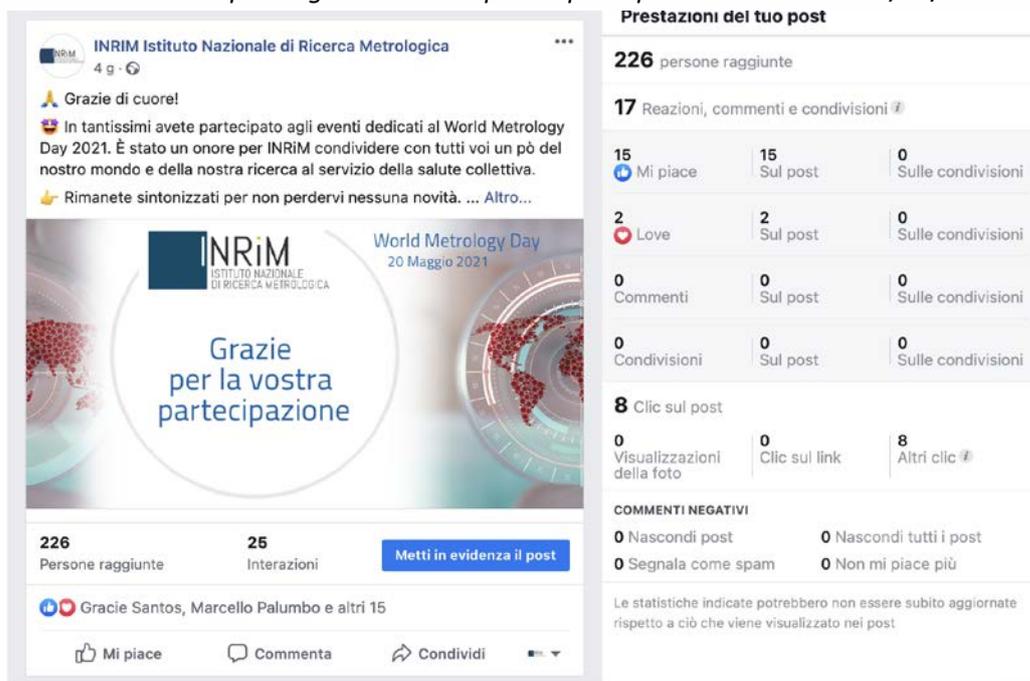
	DATA	AZIONI	INDICATORI	LINK
32	21/05/21	Pubblicazione di un post su Facebook per ringraziare tutti i partecipanti.	- N° copertura - N° interazioni (like, commenti, condivisioni, click)	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3937360539667059&id=226258887443928
33	21/05/21	Pubblicazione di un post su LinkedIn per ringraziare tutti i partecipanti.	- N° visualizzazioni - N° interazioni (condivisioni, reazioni, click, commenti) - CTR (tasso che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line) - Percentuale di interesse	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6801449272437968896
34	21/05/21	Mail di ringraziamento per i target 1-2	N° risposte	
35	21/05/21	Mail di ringraziamento ai colleghi INRiM che hanno collaborato alla realizzazione dell'evento	N° risposte	
36	21/05/21	Pubblicazione news di ringraziamenti sul Portale	Nessun indicatore	https://www.inrim.it/news/ringraziamenti-world-metrology-day-2021
37	21/05/21	Richiamo della Weekly News dell'intervista al	Nessun indicatore	

		Direttore Scientifico nella Newsletter		
38	21/05/21	Richiamo della news di ringraziamenti nella Newsletter	Nessun indicatore	
39	21/05/21	Mail di ringraziamento al Ministro MUR	N° risposte	
40	24/05/21	Eliminazione banner dal sito	Nessun indicatore	

2.3.2. Risultati

2.3.2.1. Azione 32 - Post Facebook per ringraziare tutti i partecipanti

Figura 31 - Post Facebook per ringraziare tutti i partecipanti pubblicato in data 21/05/21 alle ore 12:08.



Il giorno successivo al **World Metrology Day**, sono stati pubblicati sui canali social dell'Ente due post per ringraziare tutti coloro che hanno partecipato direttamente e indirettamente all'evento del 20 Maggio. Il post della *Figura 31* ha raggiunto **226 persone** in termini di **visualizzazioni**, e **230 in termini di impression**. Le **interazioni** con il post sono state in totale **25 (8 click, 15 likes, 2 reazioni)**. Si tratta di un numero più basso rispetto alla media dei giorni precedenti e al post del 20 Maggio.

2.3.2.2. Azione 33 - Post LinkedIn per ringraziare tutti i partecipanti

Figura 32 - Post LinkedIn per ringraziare tutti i partecipanti pubblicato in data 21/05/21.



La *Figura 32* fa riferimento al post LinkedIn pubblicato il 21 Maggio per ringraziare tutti coloro che hanno partecipato direttamente e indirettamente all'evento del 20 Maggio. Il post in questione ha raggiunto **671 persone** in termini di **visualizzazioni**, un numero più ampio rispetto allo stesso post pubblicato, invece, su Facebook. Le **interazioni** sono state in totale **41 (29 click e 12 reazioni)**. Ottima la **percentuale di interesse**, pari al **6.11%** delle **visualizzazioni**, e anche il CTR che arriva al **4.32%**.

2.3.2.3. Azione 34 - Mail di ringraziamento target 1-2

Figura 33 - Mail di ringraziamento target 1-2 inviata in data 21/05/21 alle ore 14:12



Il **21 Maggio** sono state inviate le mail di ringraziamento agli **speakers, stakeholder, collaboratori e partecipanti** agli eventi del **World Metrology Day 2021**. Nella *Figura 33* è riportata la mail inviata alla Direzione Scientifica INRiM per girare i ringraziamenti ai **5 speaker esterni** presenti:

1. 4 mail agli speaker della Conferenza;
2. 1 mail allo speaker del Workshop.

2.3.2.4. Azione 35 - Mail di ringraziamento ai collaboratori INRiM

Figura 34 - Mail di ringraziamento ai collaboratori INRiM inviata in data 21/05/21 alle ore 11:37

INRiM's World Metrology Day - Grazie a tutti 0 visualizzazioni



Comunicazione INRiM

21 mag 2021, 11:37:13 (4 giorni fa) ★ ↶ ⋮

a Diederik Wiersma, Moreno Tivan, Pietro Asinari, Giovanni Durando, Oriano Bottauscio, Luca Zilberti, Andrea Mario Giovannozzi, Carla Divieto, Alessandro Arduino, Marco Coisson, Riccardo Ferrero, Adriano Troia, Ettore Bernardi, Chiara Portesi, Francesca Durbiano, Alessio Sacco, Leonardo Mortati, Umberto Zanovello, Giancarlo D'Agostino, Luisa Mandrile, Giovanni Di Palermo, Edoardo Petrillo, Sandra Denasi, Claudio Rolfo, Elisabetta Melli

Cari e care,
 ritroviamo il successo della giornata appena trascorsa nell'impegno e nella dedizione di tutti.
 La sinergia, l'entusiasmo, l'impegno e anche un pizzico di follia sono stati gli ingredienti vincenti.
 Vi sono, naturalmente, aspetti da migliorare, dei quali parleremo nei prossimi giorni, adesso vogliamo solo goderci il momento della soddisfazione.

Quindi grazie, grazie, grazie, davvero a tutti.

La *Figura 34* riporta la mail di ringraziamento inviata ai **25 colleghi INRiM** che hanno collaborato all'organizzazione **World Metrology Day 2021**. In ordine:

- Presidente;
- Direttore Generale;
- Direttore Scientifico;
- Speakers;
- Colleghi della UO Logistica e Manutenzione;
- Colleghi della UO Sistemi Informatici e Reti;
- Staff della mensa;
- Tecnici esterni.

2.3.2.5. Azione 36 - Pubblicazione news di ringraziamenti sul Portale

Figura 35 - Pubblicazione news di ringraziamenti sul Portale in data 21/05/21 alle ore 11:42

RINGRAZIAMENTI WORLD METROLOGY DAY 2021

21/05/2021

INRiM ringrazia tutti coloro che hanno partecipato alla Giornata Mondiale della Metrologia 2021.

La *Figura 35* raffigura la news di ringraziamenti per il **World Metrology Day** pubblicata sul Portale dell'Ente.

2.3.2.6. Azione 37 - Richiamo della Weekly News riguardante l'intervista a Pietro Asinari su RaiNews24 nella Newsletter

Figura 36 - Richiamo della Weekly News riguardante l'intervista a Pietro Asinari su RaiNews24 nella Newsletter in data 21/05/21.

INRiM SU RAINEWS24 -

INTERVISTA AL NOSTRO DIRETTORE SCIENTIFICO



Il nostro Direttore Scientifico INRiM, **Pietro Asinari**, è stato ospite di **Futuro24**, rubrica di **RaiNews24** dedicata a scienza e tecnologia, per parlare della metrologia applicata alla meteorologia. L'accuratezza delle previsioni meteo è fondamentale e sarebbe impossibile ottenere buoni risultati senza adeguati strumenti di misura.

[Weekly News](#)

La pubblicazione ha avuto lo scopo di ricordare tutti gli eventi principali svoltisi nel corso della settimana lavorativa, ma anche quello di aumentare il numero di visualizzazioni su **YouTube**.

2.3.2.7. Azione 38 - Richiamo della news di ringraziamenti nella Newsletter

Figura 37 - Richiamo della news di ringraziamenti nella Newsletter in data 21/05/21.

Rivolgiamo un sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno partecipato agli eventi del **19 e 20 maggio** dedicati al **World Metrology Day 2021**.
Le Giornate sono state un'occasione per affrontare in modo trasversale il tema della metrologia per la salute, e per sviluppare un ampio e costruttivo confronto tra Ricercatori, Stakeholders, Studenti e Cittadini.

Per rivedere la diretta **YouTube** dell'anteprima, dedicata a scuole e università, e della diretta social, visita il nostro [portale](#).



La pubblicazione ha avuto lo scopo di ricordare a tutti gli eventi principali svoltisi nel corso della settimana lavorativa, ma. In questo caso, lo scopo era anche quello di aumentare il numero di visualizzazioni su **YouTube**.

2.3.2.8. Azione 39 - Mail di ringraziamento alla Ministra

Figura 38 - Mail di ringraziamento alla Ministra inviata in data 24/05/21.

Ringraziamenti per la prof.ssa Messa, Ministro del MUR 0 visualizzazioni

Comunicazione 21 mag 2021, 12:24:32 (4 giorni fa)

a Emanuela Del Ross

Buongiorno Emanuela, abbiamo preparato la lettera (allegata alla presente) per ringraziare la prof.ssa Messa, Ministro del MUR, per aver partecipato alla Conferenza da noi organizzata in occasione del World Metrology Day. Le chiedo cortesemente, se anche per lei la lettera va bene, di inviargliela.

Se vuole apportare delle modifiche, la prego di farmi sapere così che possa apportarle tempestivamente.

Grazie molte per l'aiuto,
Umberto per UO COM



INRiM Lettera Ri...

Il **21 Maggio** è stato inviato alla Segreteria Generale il testo per la lettera di ringraziamenti da girare al **Ministra del MUR** la mail è stata inviata il giorno **24 Maggio**.

Tabella di tutte le azioni di comunicazione

	DATA	AZIONE	LINK
PRE EVENTO			
1	07/04/21	Realizzazione di un post su Facebook per lanciare la giornata	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3793244030745378&id=226258887443928
2	07/04/21	Realizzazione di un post su LinkedIn per lanciare la giornata	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6785471615397335041
3	22/04/21	Realizzazione di un post generale su Facebook	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3850976021638845&id=226258887443928
4	22/04/21	Realizzazione di un post generale su LinkedIn	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6790990654794289152
5	23/04/21	Realizzazione banner e pagina interna sul portale	https://www.inrim.it/INRiMsMetrologyDay
6	28/04/21	Realizzazione di un evento su Facebook	-https://fb.me/e/3w3YbNSOY

7	28/04/21	Realizzazione di un evento su LinkedIn	- https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6793154538384719872
8	28/04/21	Pubblicazione evento sul portale	https://www.inrim.it/evento/tutti-gli-eventi-di-inrims-metrology-day
9	28/04/21	Realizzazione Weekly News	https://win.inrim.it/blog/weekly-news-2/post/inrims-metrology-day-una-serie-di-eventi-per-presentare-la-ricerca-inrim-per-la-salute-203
10	30/04/21	Richiamo della Weekly News sulla Newsletter	
11	06/05/21	Pubblicazione di un post su LinkedIn per il target 2.	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6796091391752712192
12	06/05/21	Pubblicazione di un post su Facebook per il target 4.	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3891625484240565&id=226258887443928
13	06/05/21	Invio mail agli Stakeholder e Speaker del tavolo 1	
14	06/05/21	Invio mail agli Istituti	
15	10/05/21	invio del comunicato stampa alla stampa	
16	12/05/21	Invio mail ad uditori dei workshop	

17	12/05/21	Contattato i media	
DURANTE L'EVENTO			
18	20/05/21	Pubblicazione di un post su Facebook per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	
19	20/05/22	Pubblicazione di un post su LinkedIn per celebrare la Giornata del World Metrology Day 2021	
20	20/05/21	Pubblicazione di un post su LinkedIn per ricordare gli eventi del pomeriggio relativi ai due workshop "Salute e metrologia" e per indicare le modalità per partecipare agli appuntamenti.	
POST EVENTO			
21	21/05/21	Pubblicazione di un post su Facebook per ringraziare tutti i partecipanti.	
22	21/05/21	Pubblicazione di un post su LinkedIn per ringraziare tutti i partecipanti.	
23	21/05/21	Pubblicazione sul portale di una news per i ringraziamenti	

24	21/05/21	Eliminazione del banner	
25	21/05/21	Invio mail di ringraziamento al Ministro Messa	

3. Conclusioni

Eventi complessi come quello del World Metrology Day 2021 richiedono un'attenta pianificazione di azioni, una scrupolosa gestione degli strumenti di comunicazione e un'efficace coordinamento fra tutti i soggetti coinvolti nell'organizzazione.

Le attività di comunicazione per essere efficaci devono essere realizzate e successivamente analizzate sulla base delle tre fasi di realizzazione:

- **Fase pre-evento**

La realizzazione di azioni di comunicazione con un congruo anticipo rispetto all'evento (circa 1 mese e mezzo prima) ha generato negli utenti interni ed esterni un interessamento verso l'evento stesso.

I post di lancio della Giornata Mondiale della Metrologia hanno infatti raggiunto **oltre 500 persone**, ottenendo oltre **30 interazioni tra condivisioni e like**, ed una percentuale di interesse sempre maggiore (dal **4% al 6.38%**).

La pubblicazione del video dell'**intervista del Direttore Scientifico a RaiNews24** ha portato su Facebook **434 impression** ottenendo il numero di interazioni più alto registrato dall'Ente a partire da febbraio 2021.

Su LinkedIn ha ottenuto **1.327 visualizzazioni**, **106 interazioni** (28 reazioni, 1 commento, 4 condivisioni e 73 click), ed una **percentuale di interesse cresciuta fino al 7.99%**.

In questo modo abbiamo raggiunto l'obiettivo principale, che era quello di generare interesse verso l'evento in modo da stimolare la partecipazione delle persone, ma anche di far conoscere le attività di ricerca di INRiM e di promuovere l'Ente come istituzione attenta ai grandi e attuali temi della ricerca.

- **Fase evento**

Nel corso dell'evento l'attenzione è stata rivolta tutta verso la gestione e il coordinamento delle azioni di comunicazione in tempo reale.

Questo ha permesso di creare un'esperienza attiva dei partecipanti e di incrementare il numero dei visitatori ai workshop pomeridiani e alla diretta social.

Offrendo un'immagine dinamica e moderna dell'Ente e consolidando la promozione attivata nella fase di pre-evento.

- **Fase post-evento**

In questa fase ci siamo dedicati pubblicamente al ringraziamento dei partecipanti e collaboratori.

Questo, oltre che un dovuto atto di cortesia, è senza dubbio un modo per fidelizzare le persone, e creare un senso di comunità e di appartenenza per i dipendenti. Permette inoltre di richiamare nuovamente l'attenzione sull'evento e di offrire l'immagine di INRiM come un Ente attento alle persone.

Ogni fase della comunicazione di un evento è dunque una realtà a sé stante, ma che si collega alle altre e ne rafforza gli obiettivi raggiunti.

Analisi di questo tipo, seppur dispendiose in termini di tempo, permettono di verificare effettivamente l'efficacia delle azioni di comunicazione, facilitano la correzione delle azioni in caso di scostamenti dall'obiettivo e offrono senza dubbio delle linee guida per azioni future.