

Piano della Comunicazione

2023 - 2025

*Approvato dal Consiglio di amministrazione INRiM il 22/03/2023
con deliberazione n. **13/2023/3***

1. Introduzione	3
2. L'INRiM	4
2.1. Attività	4
2.2. Organigramma e organizzazione	4
3. Obiettivi	5
4. Pubblici di riferimento	7
5. Contenuti	9
5.1. Comunicazione scientifica	9
5.2. Comunicazione istituzionale	10
5.3. Comunicazione organizzativa	10
5.4. Comunicazione degli eventi	11
6. Strumenti	12
6.1. Portale istituzionale	12
6.2. Stampa e media	13
6.3. Social network	13
6.3.1. Facebook	13
6.3.2. YouTube	13
6.3.3. LinkedIn	13
6.3.4. Instagram	13
6.3.5. Spotify	14
6.5. NewsLetter	15
7. Verifica dei risultati del piano della comunicazione 2022-2024	15
7.2. Le Attività di coinvolgimento Culturale e Sociale: il Public Engagement	19
7.2.1. Campagne di comunicazione	19
7.2.2. Comunicazione di eventi	21
7.2.3. Media communications e comunicati stampa	23
7.2.4. Attività a supporto della comunicazione	25
8. Conclusioni	27

1. 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, a partire dalla **Mission** dell'Ente, dalla **Vision**, dagli **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 delle sue attività di ricerca, e al miglioramento dell'efficacia dell'informazione verso i pubblici di riferimento.

Il **Piano della comunicazione** relativo al triennio 2023-2025 si pone in continuità con i Piani precedenti.

2. L'INRiM

L'Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica (INRiM) è un Ente pubblico nazionale istituito con D. Lgs. del 21 gennaio 2004 n. 38, che ne definisce la missione, i compiti e le funzioni.

2.1. Attività

L'attività dell'INRiM, condotta anche attraverso la partecipazione a programmi nazionali e internazionali, si realizza attraverso la ricerca scientifica, la ricerca istituzionale e le cosiddette attività di terza missione.

Nella tabella 1 sono descritte nello specifico tali attività.

Tabella 1 - Descrizione delle attività dell'Ente

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.

2.2. Organigramma e organizzazione

L'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, a 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.

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.

L'Area *Management & Service* è costituita dalla **Direzione Generale**, articolata in due Direzioni di II livello, **Direzione Affari Giuridici** e **Direzione Tecnica**.

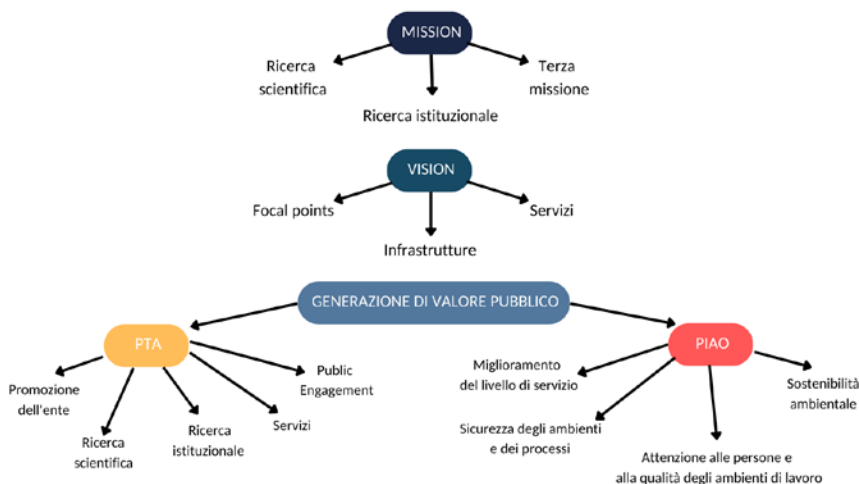
Alla Direzione Generale afferiscono direttamente 9 unità organizzative (UO) e 1 servizio, alla Direzione Affari Giuridici afferiscono 2 UO e alla Direzione Tecnica afferiscono 3 UO.

Ogni UO opera sotto il coordinamento di un Responsabile.

Al 31 dicembre 2022 l'INRiM conta **272 dipendenti**, di cui **11 a tempo determinato**, e **13 assegniste/i di ricerca**.

3. 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 ricerca scientifica, i servizi, il public engagement, la generazione di valore pubblico. Per tali ambiti si declinano le **aree di sviluppo strategiche** definite dal PIAO e dal PTA. Per ogni area sono stati definiti gli obiettivi specifici della comunicazione che vengono descritti nella tabella 2 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
Ricerca scientifica	Comunicazione e divulgazione dei focal points della ricerca scientifica	Realizzazione di campagne di comunicazione per i progetti di ricerca
	Comunicazione e promozione dei progetti legati al PNRR	Realizzazione di una campagna di comunicazione per i progetti legati al PNRR
Servizi	Presentazione, promozione e valorizzazione dei servizi offerti dall'Ente	Realizzazione di supporti di comunicazione per promuovere i servizi offerti dall'Ente
Public engagement	Diffusione e valorizzazione della cultura scientifica e metrologica	Attività di divulgazione scientifica
Generazione di valore pubblico	Miglioramento del livello di servizio	Realizzazione di una campagne di comunicazione sulle attività e processi dell'amministrazione
	Sicurezza degli ambienti e dei processi	Realizzazione di campagne di comunicazione per la sensibilizzazione alla sicurezza nell'ambiente di lavoro
	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 campagne di comunicazione con il coinvolgimento delle/ dei dipendenti dell'INRiM

4. 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 ai quali il Piano della comunicazione è rivolto sono:

- **Ministero dell'Università e della Ricerca;**

- **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;
- **Pubblico specializzato senior** (docenti universitari, PhD, ricercatrici/tori etc)
 - Comunità scientifica locale, nazionale e internazionale;
- **Pubblico specializzato junior**
 - Studentesse e studenti universitari;
- **Pubblico NON specializzato**
 - Cittadine/i interessate/i alla scienza e/o in particolare alle attività di ricerca nel campo della metrologia;
 - Pubblico generico;
 - Abitanti del territorio;
- **Studentesse e studenti;**
- **Risorse umane dell'INRiM**
 - Ricercatrici, ricercatori, tecnologhe, tecnologi, tecniche, tecnici e personale amministrativo, dipendenti dell'Istituto;
 - Assegniste/i di ricerca, dottorande/i, tesiste/i, e tirocinanti che frequentano l'Istituto;

5. 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.

5.1. Comunicazione scientifica¹

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 dal documento di Vision**
- **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 l'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**
comunicazione in merito a seminari (in qualità di speaker), *school* ed eventi di rilevanza scientifica organizzati da INRiM o che vedono la sua partecipazione
- Assegnazioni di **premi o riconoscimenti**.

¹ Per un approfondimento sulla Comunicazione scientifica si rimanda alle Linee Guida per la comunicazione scientifica allegata al Piano della comunicazione 2021/2023, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 30/04/2021 con delibera n.13/2013/2021/2.

5.2. Comunicazione istituzionale²

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

- **Valori e identità dell'Ente**

L'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.

- **Opportunità lavorative, di formazione, stage e tirocini**

L'Ente promuove la formazione e la crescita tecnico-professionale delle ricercatrici e dei ricercatori attraverso il conferimento 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 offerti 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.

5.3. Comunicazione organizzativa

Gli argomenti trattati dalla comunicazione organizzativa sono:

- **Risultati scientifici** della ricerca svolta nell'Ente;

² Per un approfondimento sulla Comunicazione istituzionale si rimanda alle Linee Guida per la comunicazione istituzionale allegate al Piano della comunicazione 2021/2023, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 30/04/2021 con delibera n.13/2013/2021/2.

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;

- **Linee guida, 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 della modulistica, dei *template* e della documentazione messa a disposizione delle/dei dipendenti anche a presidio dell'immagine coordinata dell'Ente.

5.4. Comunicazione degli eventi

Gli argomenti trattati dalla comunicazione degli eventi riguardano gli ambiti scientifici e istituzionali contenuti e indicati nel sottostante elenco.

- Conferenza
- Riunione di progetto - Meeting interno/esterno
- Fiera
- Seminario
- Workshop esterno/interno

- Lectio Magistralis
- Assemblea del personale (non sindacale)
- Manifestazione
- Corso
- Visite all'Ente (escluse le scuole)
- Concorso

Dopo due anni di applicazione delle Linee Guida per gli Eventi, allegate al Piano della comunicazione 2021/2023, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 30/04/2021 con delibera n.13/2013/2021/2, si è resa necessaria una revisione del documento stesso.

La revisione segue l'evoluzione della gestione degli eventi e affina le procedure messe in atto. Il processo di revisione avvenuto congiuntamente con la UO Servizi tecnici ha prodotto il documento Linee Guida per gli eventi che è allegato al presente piano.

5.5. Divulgazione scientifica

La divulgazione tratta le tematiche di ricerca dell'Ente con un linguaggio e gli strumenti adatti ad un pubblico generico, non specializzato.

6. 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.

6.1. Portale istituzionale

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

Il portale è l'interfaccia dell'Ente con il pubblico esterno, completamente rinnovato nel 2022, e privilegia una logica di presentazione dei contenuti che tenga conto della visuale dell'utilizzatore e delle utilizzatrici presentando l'Ente attraverso i grandi temi della ricerca, dei servizi e delle infrastrutture.

6.2. 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.

6.3. Social network

A partire dal 2022, malgrado alcune resistenze interne all'organizzazione, abbiamo iniziato a differenziare la scelta del canale social da utilizzare in base al target e ai contenuti da condividere. Questo ci ha permesso di aumentare sensibilmente il livello di engagement su tutte le piattaforme.

6.3.1. Facebook

L'INRiM è presente su Facebook con una pagina istituzionale. Facebook si presta ad essere utilizzato con un linguaggio informale e permette di raggiungere un pubblico più ampio.

6.3.2. YouTube

Sul canale Youtube dell'INRiM vengono pubblicati video sulle attività di ricerca e metrologia, sulle ricorrenze, sulle iniziative a cui partecipa l'Istituto. Youtube ospita contenuti video, in particolare video divulgativi e dirette streaming di eventi.

6.3.3. LinkedIn

LinkedIn permette 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. È una piattaforma che consente di raggiungere in maniera mirata le aziende cui l'INRiM offre servizi e i potenziali interessati a lavorare presso l'Istituto, offre inoltre la possibilità di far conoscere a un pubblico vasto le opportunità di lavoro bandite dall'Ente.

6.3.4. Instagram

Sul canale Instagram, orientato ad un pubblico ampio di età inferiore a 35 anni, vengono pubblicati post, stories e reels di carattere divulgativo e informativo con un linguaggio semplice e non settoriale.

6.3.5. Spotify

Servizio gratuito di riproduzione digitale in streaming di musica, podcast e video. Aperto allo scopo iniziale di creare una community tra le/i dipendenti, è al momento poco utilizzato.

6.4. Intranet

La intranet è uno spazio web accessibile da rete interna dedicato al personale dell'INRiM. I contenuti sono principalmente di carattere informativo e logistico, utili ad agevolare il lavoro delle/dei dipendenti.

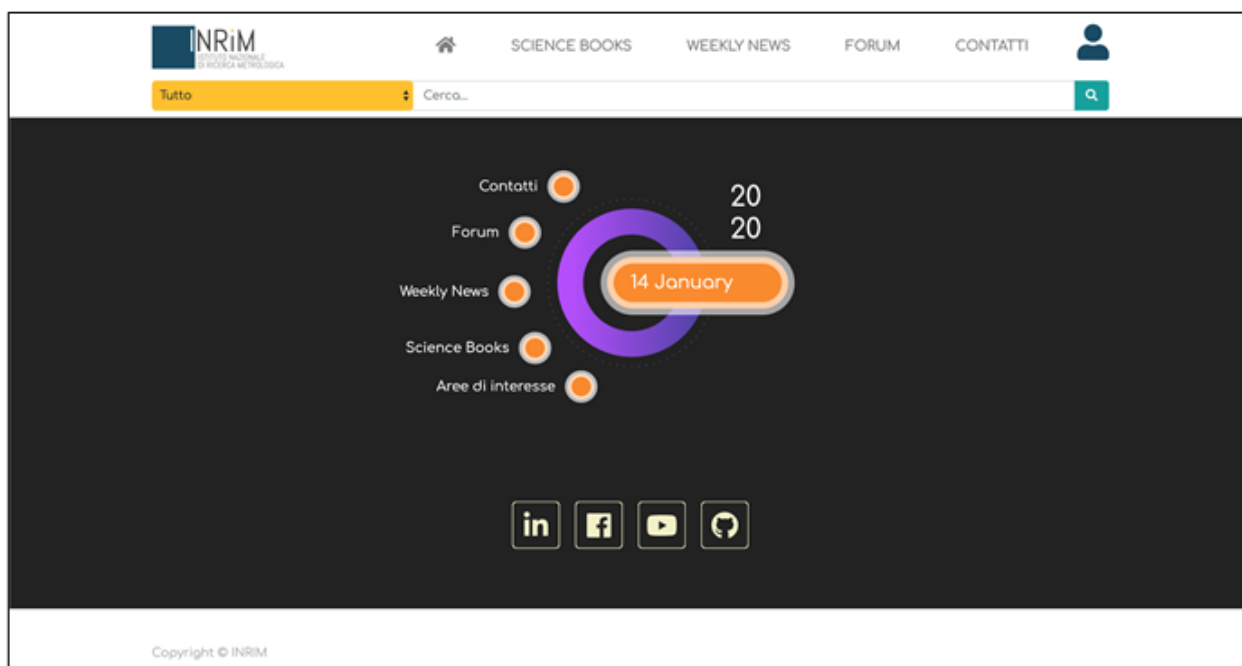


Figura 1. Pagina principale della intranet

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 organizzativa o direzione, accedere tramite link ai portali e ai principali servizi.

6.5. NewsLetter

La NewsLetter, inviata tramite email alla *lista all* il pomeriggio di ogni venerdì allo scopo di migliorare l'informazione verso le/i dipendenti dell'Istituto e aumentare sensibilizzare all'uso della intranet e del portale, attraverso i link diretti delle notizie.

7. Verifica dei risultati del piano della comunicazione 2022-2024

Il piano della comunicazione 2022-2024 ha permesso per l'anno 2022 di affinare le strategie di comunicazione in riferimento al target, in maniera particolare adeguando il tono della comunicazione e scegliendo lo strumento idoneo.

7.1. Analisi

Vengono di seguito riportati due grafici che mostrano il numero di azioni di comunicazione messe in atto per ciascuno strumento della comunicazione riportati nella figura 2 e per ciascun canale social dell'Ente come indicato nella figura 3.

Figura 2. Numero di azioni di comunicazione per strumento.

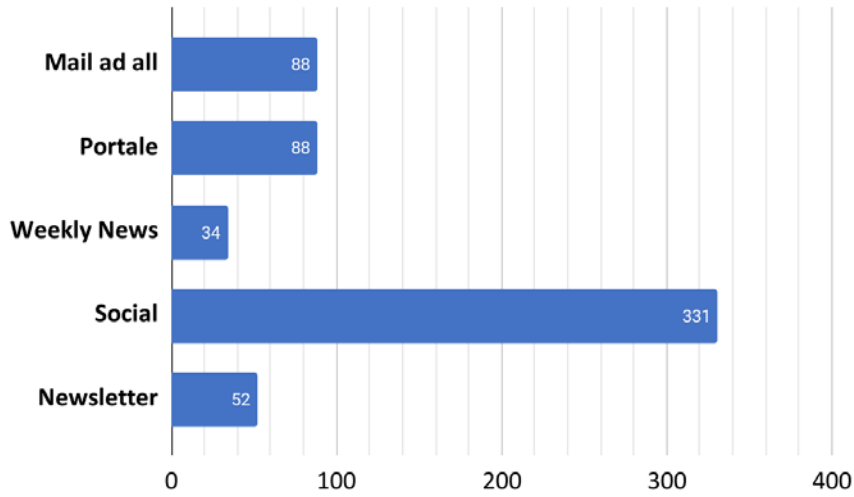
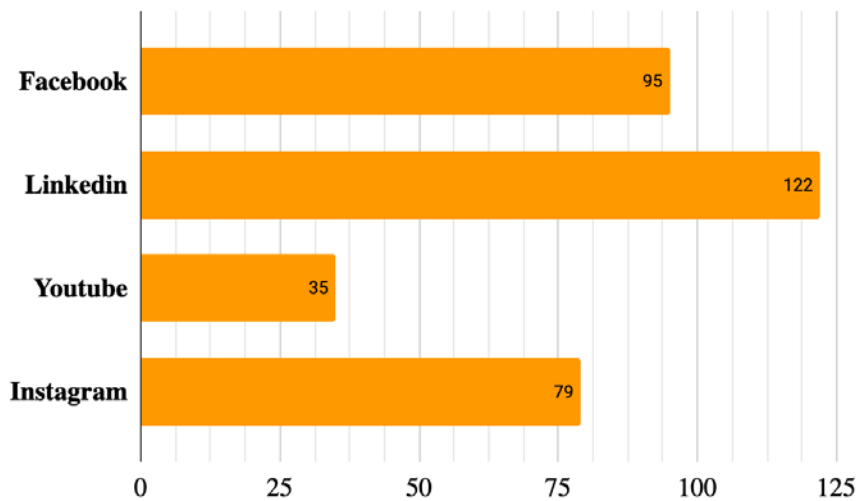


Figura 3. Numero di post pubblicati per canali social.



Per un'analisi dell'attività di comunicazione sui social, avendo a disposizione il dato relativo al numero dei followers al 31.12.2021, è stato possibile effettuare un'analisi comparata.

Nella tabella 3 è descritto l'incremento dei followers rispetto al 2021.

Tabella 3. Andamento del numero di followers nel 2022, secondo anno di attuazione del Piano

Social network	Followers al 31.12.2021	Followers al 31.12.2022	Incremento
Facebook	2113	2236	▲ +5.8%
LinkedIn	2178	3014	▲ +38.3%
YouTube	241	336	▲ +39.4%
Instagram	97	258	▲ +166%

Rispetto all'incremento registrato nell'anno 2021, Facebook e YouTube evidenziano una diminuzione dell'incremento dei followers rispettivamente del 3.6% e 12.4%. Malgrado ciò sono aumentate le interazioni.

Questo dato ci dà evidenza che:

1. I followers sono attivi e fidelizzati;
2. Il risultato al punto 1 è stato raggiunto grazie alla strategia di scelta del canale a seconda del target e del contenuto;
3. alla visualizzazione non sempre corrisponde l'iscrizione al canale;
4. i canali social dell'INRiM sono prossimi al livello di saturazione.

Attraverso le sezioni insight dei canali social dell'Ente è stato possibile effettuare anche l'analisi degli indicatori delle interazioni, dando evidenza dell'incremento rispetto all'anno precedente.

Gli indicatori variano a seconda del singolo canale social, per questo motivo sono state effettuate quattro analisi distinte, riportate nelle tabelle 4, 5, 6 e 7.

Tabella 4. Andamento del numero di interazioni nel 2022 su Facebook

Facebook	al 31.12.2022	Incremento
Copertura	72.303	▲ +280%
Visite al profilo	4.243	▲ +64%
Like alla pagina	130	▲ +27,5%

Tabella 5. Andamento del numero di interazioni nel 2022 su LinkedIn

LinkedIn	al 31.12.2022	Incremento
Reazioni	1.604	▲+1.606%
Commenti	14	▲+1.300%
Condivisioni	244	▲+1.933%

Tabella 6. Andamento del numero di interazioni nel 2022 su Instagram

Instagram	al 31.12.2022	Incremento
Copertura	4.505	▲+508%
Visite al profilo	699	▲+130%

Tabella 7. Andamento del numero di interazioni nel 2022 su YouTube

Instagram	al 31.12.2022	Incremento
Visualizzazioni	12.707	▲+7%
Tempo di permanenza	497,6	▼-32%

È stato analizzato anche l'engagement del 2022, in modo da disporre di una baseline per l'analisi degli anni successivi.

L'engagement è stato misurato per ogni canale social utilizzando la formula $(n. \text{like} + n. \text{condivisioni} + n. \text{di commenti} / n. \text{follower}) * 100$.

Nella tabella 8 è riportato il dato dell'engagement al 31.12.2022 per tutti i canali social dell'Ente.

Tabella 8. Engagement al 31.12.2022

Social network	Engagement al 31.12.2022
Facebook	48%
LinkedIn	61,78%
Instagram	77%

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

7.2.1. Campagne di comunicazione

Nel 2022 sono state attuate 20 campagne di comunicazione, di seguito suddivise per categoria.

- EVENTI -

Le campagne di comunicazione per gli eventi nascono per promuovere e dare visibilità agli eventi e iniziative dell'Ente:

- **Campagna IEEE METROIND 2022 - Workshop;**
- **Campagna Metrology for Climate Action - Workshop;**
- **Campagna Ciclo Seminari INRiM;**
- **Campagna Seminari INRiM per i Partenariati Estesi PNRR MUR**

Per questa attività è stata effettuata una puntuale verifica dei risultati.

- **Campagna INRiM per Newton Room;**
- **Campagna AIM 2023 - Conferenza;**
- **Campagna MSMM 2023 - Workshop.**

- PROGETTI DI RICERCA -

Le campagne di comunicazione per i progetti di ricerca nascono per dare visibilità, far conoscere i progetti di ricerca, seguirli durante la loro intera vita e rispondere agli obblighi dei regolamenti in materia di finanziamento dei progetti stessi. Il documento di progettazione e analisi della campagna di comunicazione diventa talvolta strumento per la rendicontazione delle azioni richieste dal progetto.

Di seguito l'elenco delle campagne per le quali abbiamo effettuato azioni di comunicazione nell'anno 2022.

- **Campagna MetroCycleEu;**
- **Campagna RaCHy;**
- **Campagna MEMQuD;**
- **Campagna NORM05 IT4PQ;**
- **Campagna TRAMM;**
- **Campagna OpMetBat;**

- **Campagna PaRaMetric.**

Oltre a queste abbiamo 5 Campagne di comunicazione aperte che nel 2022 non hanno richiesto azioni di comunicazione.

- *INFRASTRUTTURE* -

- **Campagna PiQuET;**
- **Campagna IMPreSA.**

- *COMUNICAZIONE ORGANIZZATIVA E ISTITUZIONALE* -

Le campagne di comunicazione organizzativa e istituzionale nascono allo scopo di promuovere le iniziative e le attività dell'Ente, l'adesione a giornate nazionali e internazionali, la diffusione di comunicazioni verso i dipendenti. Le campagne di comunicazione organizzativa si rivolgono prevalentemente al pubblico interno, mentre quelle istituzionali si rivolgono prevalentemente all'esterno.

- **Campagna "INRiM c'è"** creata e realizzata con l'intento di racchiudere tutte le iniziative dell'Ente aventi in comune questo slogan. Gli obiettivi della campagna sono stati quelli di:
 - Dare maggiore visibilità all'Ente, promuovere la ricerca, mostrare il volto istituzionale accanto a quello scientifico;
 - Mostrare l'immagine di un Ente moderno attento alle persone, al contesto, alle sfide globali.
- **Campagna "Lavora in INRiM"** creata e realizzata per promuovere i concorsi indetti dall'Ente e finalizzati all'assunzione di varie tipologie di personale. La campagna è nata per dare visibilità e far conoscere:
 - Le opportunità di lavoro nei diversi ambiti dell'Ente;
 - L'immagine dell'Ente
- **Campagna "INRiM GO Green"** creata e realizzata con lo scopo di sostenere gli obiettivi strategici dell'Ente in tema di sostenibilità ambientale e sensibilizzare i dipendenti verso comportamenti sostenibili. La campagna è nata per rispondere a quattro esigenze:
 - Informare il pubblico esterno e il personale sulle azioni strutturali che INRiM sta portando avanti per raggiungere l'obiettivo strategico di sostenibilità ambientale;
 - Rendere partecipi i destinatari del cambiamento in corso e delle sue ricadute nel contesto lavorativo e sull'ambiente in generale;
 - Sensibilizzazione del personale verso comportamenti sostenibili;

- Incoraggiare il personale a modificare i propri comportamenti tramite azioni concrete.
- **Campagna “INRiM per il PNRR”** creata e realizzata per promuovere le attività INRiM legate al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). La campagna di comunicazione è nata per dare visibilità e far conoscere:
 - Le attività dell’Ente, nello specifico legate ai progetti PNRR;
 - Le nuove infrastrutture in cui è coinvolto l’INRiM;
 - Le opportunità di lavoro legate ai progetti di ricerca PNRR.

7.2.2. Comunicazione di eventi

Nella tabella sottostante si riportano le azioni di comunicazione adottate in occasione di fiere, congressi, seminari, webinar, workshop, workshop di progetto, meeting organizzati dall’INRiM e comunicati attraverso i canali presidiati dall’Ente.

Tabella 9. Azioni di comunicazione per eventi

<i>Congressi, Seminari, Workshop, Workshop di progetti, Meeting</i>	<i>Data di pubblicazione</i>	<i>Referente</i>
Seminari INRiM 24 Gennaio 2022	14/01/2022	Direzione Scientifica
Metrology for Climate Action workshop	28/01/2022	Andrea Merlone
INRiM per i Partenariati Estesi del PNRR MUR	03/02/2022	Direzione Scientifica
Aggiornamento Seminari INRiM PNRR - 14 Febbraio 2022	09/02/2022	Direzione Scientifica
Aggiornamento Seminari INRiM PNRR - 21 Febbraio 2022	16/02/2022	Direzione Scientifica
CYBERSECURITY 4.0 - IL FUTURO DELLA SICUREZZA INFORMATICA È ORA	23/02/2022	Pietro Asinari
Aggiornamento Seminari INRiM PNRR - 28 Febbraio 2022	24/02/2022	Direzione Scientifica
Aggiornamento Seminari INRiM PNRR - 07 marzo 2022	03/03/2022	Direzione Scientifica
Convegno – “Infrastruttura per la Qualità: gli strumenti per attuare il PNRR”	25/03/2022	Vito Fericola
Ciclo seminari INRiM: settimo appuntamento - Lunedì 4 Aprile 2022	25/03/2022	Direzione Scientifica
INRiM alla Fiera Internazionale A&T	30/03/2022	Vito Fericola
QMR Lucca Workshop	06/04/2022	Luca Zilberti
Quantum Lectures 2022	28/04/2022	Marco Gramegna
Intersec 42 - CMM Club Italia	14/04/2022	Alessandro Balsamo
Welfare nella ricerca - un percorso condiviso sul tema della prevenzione	11/05/2022	Moreno Tivan

Ciclo seminari INRiM: ottavo appuntamento - Lunedì 16 Maggio 2022	13/05/2022	Direzione Scientifica
Ciclo seminari INRiM: nono appuntamento - Lunedì 30 Maggio 2022	24/05/2022	Direzione Scientifica
IEEE ADVANCES IN MAGNETICS AIM2023	24/05/2022	Cinzia Beatrice
Ciclo seminari INRiM: decimo appuntamento - Lunedì 06 Giugno 2022	01/06/2022	Direzione Scientifica
Ciclo seminari INRiM: undicesimo appuntamento - Lunedì 13 Giugno 2022	08/06/2022	Direzione Scientifica
3D Micro- & Nano-Structures: Fabrication and Measurement	13/06/2022	Silvia Cavallero
Seminari INRiM - Bando Investimenti 2020 & DM 737/2021	17/06/2022	Direzione Scientifica
Progetto Quantum Radar – Kick-off meeting	01/07/2022	Emanuele Enrico
Ciclo seminari INRiM: dodicesimo appuntamento - Lunedì 19 settembre 2022	15/09/2022	Direzione Scientifica
Invited Lecture con Eleni Diamanti	30/09/2022	Marco Gramegna
Progetto PNRR - METROFOOD-IT	03/10/2022	Andrea Mario Rossi
La sfida della crescita – Evento CODIGER 2022	07/10/2022	Barbara Fracassi
Measurement needs for microplastics – Workshop	14/10/2022	Andrea Mario Giovannozzi
Ciclo seminari INRiM: appuntamento con Gianni Jacucci	14/10/2022	Direzione Scientifica
Festival della Scienza 2022	19/10/2022	Michaela Kuepferling
InTeRSeC 43 - La rugosità: "qualcuno si è accorto che sono cambiata?"	07/11/2022	Alessandro Balsamo
Ciclo seminari INRiM: appuntamento con Camilla Paoletti	07/11/2022	Direzione Scientifica
Seminario con Catalina Oana Curceanu	17/11/2022	Fabrizio Piacentini
Ciclo seminari INRiM: appuntamento con Jarle Gran	18/11/2022	Direzione Scientifica
Ciclo seminari INRiM: appuntamento con Giacomo Guarnieri	29/11/2022	Direzione Generale
MSMM 2023 - Mathematical and Statistical Methods for Metrology Workshop	13/12/2022	Francesca Romana Pennecci
[Giornata Nazionale dello Spazio]: Webinar "INRiM per lo Spazio"	16/12/2022	Davide Calonico

Nella tabella 10 sono descritte le azioni di comunicazione relative alle iniziative, ricorrenze e giornate nazionali e internazionali alle quali l'INRiM ha aderito o promosso.

Tabella 10. Azioni di comunicazione per iniziative, ricorrenze e giornate nazionali e internazionali

<i>Iniziative, Ricorrenze, Giornate Nazionali ed Internazionali</i>	<i>Data di pubblicazione</i>
Giorno della Memoria	27/01/2022

In ricordo del collega Aldo Godone (1949-2022)	20/01/2022
Giornata Internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza	11/02/2022
Presentazione Bando Prin 2022	18/02/2022
PREMIO INRiM 2022 PER TESI DI LAUREA MAGISTRALE	23/02/2022
TIME FOR JOB ICT 2022	28/02/2022
INRiM at APS Meeting 2022 I March 14-18	18/03/2022
M'illumino di meno 2022: INRiM c'è e accoglie l'invito a pedalare, rinverdire e migliorare	11/03/2022
Quantum Night	21/03/2022
SIGLATA LA PARTNERSHIP EUROPEA SULLA METROLOGIA	01/04/2022
Comunicazione - Uniti per l'ucraina	05/04/2022
Giornata Mondiale della Salute 2022 - INRiM C'è	07/04/2022
APEnet	13/04/2022
Master in Communication and computing - presentazione	14/04/2022
Mostra dire l'indicibile - Italian Quantum Weeks	15/04/2022
Giornata Mondiale del Libro e del diritto d'autore 2022: INRiM C'è	22/04/2022
PhD in Metrology XXXVIII Cycle Presentation	23/04/2022
INRiM's Metrology Day 2022 - Metrology in the Digital Era	20/05/2022
Open House Torino 2022	03/06/2022
FESTIVAL "UN GRADO E MEZZO"	23/06/2022
Cocktail di Scienza III Stagione	07/07/2022
Dottorato nazionale in Materiali, Processi Sostenibili e Sistemi per la transizione energetica	29/07/2022
INRiM per il PNRR + iENTRANCE@ ENL	03/08/2022
Notte Europea dei Ricercatori 202	23/09/2022
Progetto "VICINI – La Scienza per la Città al Valentino"	06/10/2022
INRiM ricorda il Prof. Attilio Ferrari (1941-2022)	10/10/2022
POP-UP Newton Room Torino	19/10/2022
Evento OFF INRiM – Biennale Tecnologia 2022	21/10/2022
Convegno "Gli Enti pubblici di ricerca per la Scienza Aperta"	24/11/2022
Giornata Nazionale dello Spazio 2022	16/12/2022

7.2.3. Media communications e comunicati stampa

Nella tabella 11 sono descritte le attività di Media communications relative ad articoli, interviste, risultati nazionali e internazionali, importanti riconoscimenti e premi che coinvolgono l'INRiM e che sono stati promosso dai media nazionali ed internazionali.

Tabella 11. Attività di Media communications

Media communications	Data di pubblicazione	Referente
Dimostrata sul campo una nuova tecnica per la crittografia quantistica in fibra ottica a lunga distanza	20/01/2022	Cecilia Clivati
Progetto EMPIR QUIERO - Pubblicata la Newsletter n°3	28/01/2022	Luca Zilberti
"metrologia stellare" su rivista Tecn'è e homepage Tecnelab	01/02/2022	Silvia Cavallero
Progetto EMPIR GIOS - Pubblicata la Newsletter n°4	03/02/2022	Luca Callegaro
Case Study EURAMET su progetto GRACE	08/02/2022	Alessandro Cultrera
Constructor-Based Irreversibility: come riconciliare irreversibilità e meccanica quantistica	07/03/2022	Piacentini
Valutata la fattibilità dell'apertura della barriera emato-encefalica attraverso fasci ultrasonori: test e risultati	08/03/2022	Gianni Durando
INRiM at APS Meeting 2022 March 14-18	18/03/2022	Direzione Scientifica
APEnet	14/04/2022	Marina Sardi
Crittografia e AI, la scienza della misura diventa digitale	20/05/2022	UO COM
Dimostrato il monitoraggio geofisico dei fondali oceanici tramite la fibra ottica	30/05/2022	Davide Calonico
Nuovo traguardo per il progetto RaCHy: sviluppato un applicatore a radiofrequenza per l'ipertermia elettromagnetica	03/06/2022	Alessandra Manzin
Quantum Key Distribution (QKD), la rivoluzione delle chiavi quantistiche	03/06/2022	Davide Calonico
Artico, Merlone: «Registrati a maggio 15,4 gradi»	23/06/2022	Andrea Merlone
La comunicazione quantistica e un mondo a prova di hacker - INRiM su La Repubblica	07/07/2022	Direzione Scientifica
Un'onda quantistica e due cristalli	18/07/2022	Enrico Massa
Rilevate tracce di attività neurale con un nano-termometro quantistico in diamante	28/07/2022	Paolo Traina
Al Politecnico di Torino il primo master in Italia per formare esperti di	08/08/2022	Direzione Scientifica

tecnologie quantistiche		
PREMIO NEST 2021	12/10/2022	UO COM
L'INRiM contribuisce alla standardizzazione delle tecnologie quantistiche	13/12/2022	Paolo Traina
Articolo sul progetto Dartwars guadagna la copertina di un'importante rivista scientifica	21/12/2022	Luca Oberto

Nella tabella 12 sono indicati i comunicati stampa rilasciati dall'Ente.

Tabella 12. Comunicati stampa

Comunicati stampa	Data di pubblicazione
Dimostrata sul campo una nuova tecnica per la crittografia quantistica in fibra ottica a lunga distanza	20/01/2022
Constructor-Based Irreversibility: come riconciliare irreversibilità e meccanica quantistica	07/03/2022
Valutata la fattibilità dell'apertura della barriera emato-encefalica attraverso fasci ultrasonori: test e risultati	08/03/2022
Siglato l'accordo all'avanguardia dell'innovazione sulle tecnologie quantistiche per lo spazio	25/03/2022
INRiM's Metrology Day 2022 - Metrology in the Digital Era	10/05/2022
Un'onda quantistica e due cristalli	18/07/2022
Rilevate tracce di attività neurale con un nano-termometro quantistico in diamante	28/07/2022
Effetti quantistici in dispositivi memresistivi – il progetto MEMQuD	27/09/2022

7.2.4. Attività a supporto della comunicazione

Di seguito sono indicati le attività e i prodotti multimediali realizzati nel corso dell'anno 2022 a supporto della comunicazione:

1. Realizzazione video (n. 27) a supporto di eventi e campagne di comunicazione;
 - *Giornata Internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza M'illumino di meno;*
 - *M'illumino di meno 2022: INRiM c'è e accoglie l'invito a pedalare, rinverdire e migliorare;*
 - *Giornata Mondiale della Salute 2022 - INRiM C'è;*

- *Metrologia per la salute - metrologia e applicazione degli ultrasuoni ai disturbi del sistema nervoso;*
- *Metrologia per la salute - diagnostica a risonanza magnetica;*
- *Metrologia per la salute - metrologia per diagnostica e test biologici;*
- *INRiM in the Digital Era - World Metrology Day 2022;*
- *Advanced Computational Modelling and Simulation;*
- *Cyber physical security via complex photonic functions;*
- *How is a project born?;*
- *Implementation of machine learning algorithms for the optimization of self-assembled materials;*
- *INRiM towards a trustworthy Machine Learning;*
- *MEMQuD project;*
- *Video Corporate - Campagna Lavora in INRiM;*
- *Transizione Energetica - Bando 1-2 Lavora in INRiM;*
- *Trasferimento Tecnologico - Bando 6 Lavora in INRiM;*
- *Tecnologie Quantistiche - Bando 3 Lavora in INRiM;*
- *PIQuET - Bando 4 Lavora in INRiM;*
- *IMPreSA - Bando 5 Lavora in INRiM;*
- *Intelligenza Artificiale - Bando 7 Lavora in INRiM;*
- *Impianti Elettrici e Meccanici - Bando 8-9 Lavora in INRiM;*
- *Sistemi Informatici e Reti - Bando 10-11 Lavora in INRiM;*
- *Supporto alla ricerca - Bando 12 Lavora in INRiM;*
- *Perché in INRiM | Lavora con noi;*
- *Lavora in INRiM - video;*
- *Lavora nella ricerca INRiM - video;*
- *Premio NEST 2021;*

2. Realizzazione grafiche per la comunicazione:

- Save the date;
- Flyer;
- Grafiche per i post social (LinkedIn, Facebook, YouTube, Instagram), intranet e portale istituzionale;
- Roll up;
- Template.

3. Realizzazione e gestione dei contenuti di comunicazione;

4. Presidio dell'immagine coordinata e relativi template;

5. Gestione dei contenuti della redazione centrale del portale istituzionale;

6. Presidio del portale istituzionale;

7. Presidio canali social:

- LinkedIn;
- Facebook;
- YouTube;
- Instagram.

8. Supporto per l'apertura di canali social (LinkedIn, Facebook, Instagram e Twitter) per i progetti di ricerca.

8. Conclusioni

Il **piano di comunicazione 2023-2025** si propone quale prosecuzione e avanzamento del piano 2022-2024, mantenendone le ambizioni. Alcuni degli obiettivi definiti nel presente piano potrebbero essere verosimilmente difficili da raggiungere nell'esercizio 2023, tuttavia, è necessario fissarli, in modo da delineare un preciso percorso da seguire.

In quest'ottica l'analisi delle attività del 2022 pone le basi per la progettazione dell'avanzamento del piano che si concretizza nel presente documento.

Il piano di comunicazione sostiene le scelte strategiche dell'Ente:

- All'esterno propone l'immagine dell'Ente, ne promuove le attività e i servizi, incentiva relazioni bi-direzionali tra 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".

Nel'anno 2022, oltre all'analisi della comunicazione social, descritta nella pagine precedenti, è stato possibile effettuare un'analisi puntuale dei risultati per le seguenti campagne di comunicazione:

- *Ciclo di seminari Partenariati Estesi PNRR MUR;*
- *Lavora in INRiM;*

I risultati di queste verifiche sono disponibili nei documenti "*Lavora in INRiM*" – *Report attività di comunicazione* e "*INRiM per i Partenariati Estesi del PNRR MUR*" - *Report attività di comunicazione*

L'analisi delle azioni del 2022, da una parte, ha prodotto il presente report sulle attività che racconta l'*output* ottenuto dalla comunicazione, dall'altra, ha dato evidenza di come il cambio di strategia nella comunicazione social abbia aumentato l'engagement su tutti canali social dell'Ente.

Quello che ci attendiamo per il 2023 è sia il mantenimento delle attività di comunicazione in termini di quantità e qualità, sia la stabilizzazione, in termini di follower, dei canali social dell'Ente.