

LINEE GUIDA per il PIANO di COMUNICAZIONE¹

IL PIANO DI COMUNICAZIONE

I beneficiari del finanziamento di Fondazione Cariplo sono caldamente incoraggiati a promuovere e fare conoscere il loro progetto di ricerca alla società. L'obiettivo è anche quello di contribuire allo sviluppo di una consapevolezza condivisa delle tematiche di ricerca, del mondo della ricerca e delle sue pratiche nonché dei partecipanti alla ricerca. Per fare questo occorre, fra le altre cose, un'attenzione alla strategia di comunicazione, definita e contenuta nel Piano di Comunicazione. Quest'ultimo dovrà comprendere anche le attività di disseminazione dei risultati con la **Società Civile**.

Per essere in linea con le aspettative di Fondazione Cariplo il Piano di Comunicazione dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- identificare un chiaro **responsabile/coordinatore** (meglio se giovane) per le attività di comunicazione;
- prevedere l'inclusione, secondo un **approccio dialogico**, di una molteplicità di **stakeholder** diversamente implicati nella e dalla ricerca;
- indicare quali sono gli **obiettivi**, i **target** (i partner, l'ente finanziatore, la comunità scientifica, gli stakeholder e le diverse componenti della società civile) e i **mezzi** di comunicazione ritenuti più idonei a raggiungerli,
- indicare la **strategia dei contenuti** più efficace in funzione dei target e mezzi scelti;
- prevedere una miscela di attività di comunicazione **interna (al team di progetto) ed esterna (al team di progetto)**;
- indicare in modo chiaro i **risultati attesi** dalle attività di comunicazione;
- indicare una specifica tempistica per le attività di comunicazione che inizia con l'approvazione del progetto e continua per tutta la sua durata, con periodicità costante e programmata, in modo da non interrompere il flusso di informazioni e contenere una **chiara indicazione dei tempi** di realizzazione per ogni attività di comunicazione (conferenza, brochure, comunicati stampa, caffè scienza, ...);
- contenere una sintetica strategia di **valutazione e monitoraggio** dei risultati. Il monitoraggio dovrà essere effettuato per ogni mezzo utilizzato: ad esempio nel caso si utilizzi il web attraverso gli appositi strumenti disponibili (Google Analytics, Insight, ecc...), nel caso invece si utilizzino i canali tradizionali attraverso classiche fonti di monitoraggio (Audipress, Radio monitor, Auditel, ecc...);
- prevedere un **budget** adeguato che garantisca la completa realizzazione delle attività del piano;
- prevedere una riflessione sulle sei policy agenda (*1. governance, 2. public engagement, 3. open access, 4. gender, 5. ethics and 6. science education*) su cui si struttura la Ricerca e Innovazione Responsabile (RRI)².

¹ Queste linee guida si ispirano alle indicazioni di Horizon 2020 contenute nella guida "Communicating EU research and innovation guidance for project participants".

² È opportuno ricordare che, in linea il dibattito europeo, la Fondazione Cariplo promuove le pratiche di Ricerca e Innovazione Responsabile (RRI). La RRI ha fra i suoi obiettivi principali quello di aprire, a tutti gli attori diversamente implicati, il dibattito sulla scienza e tecnologia e come queste possano contribuire a costruire le società di domani.

Seppure la RRI non possa essere ridotta ad un oggetto univoco, e le forme in cui questa viene messa in pratica variano in base alle istituzioni, alle culture e alle aree della scienza e della tecnologia cui si fa riferimento, non è possibile parlare di Ricerca e Innovazione Responsabile senza mettere al centro il cittadino.

Nel triennio 2014-2016 la Fondazione Cariplo ha partecipato al progetto triennale RRI Tools finanziato nell'ambito del Programma Quadro PQ7 (2007-2013). Il progetto si proponeva di sviluppare un insieme di risorse digitali per sostenere, formare, diffondere e implementare la RRI nell'ambito di Horizon 2020. Considerato anche il valore aggiunto che questi strumenti possono avere per riflettere e definire metodologie e pratiche di comunicazione si suggerisce di consultare il sito www.rri-tools.eu.

CHECK LIST - COSTRUIRE UN BUON PIANO DI COMUNICAZIONE

Durante la stesura del Piano di Comunicazione può essere utile una lista di controllo per calibrare ed ottimizzare le attività di comunicazione e di disseminazione dei risultati.

Di seguito la *check list*, suddivisa per aree chiave, a cui potranno fare riferimento i ricercatori, che applicano ai bandi dell'Area Ricerca, in tema di comunicazione.

Per una buona **impostazione**:

- È stato identificato in modo chiaro il coordinatore (meglio se giovane) per le attività di comunicazione?
- Il progetto prevede un budget adeguato e destinato alle attività di comunicazione?
- Sono previste attività sia di comunicazione interna (al team di progetto) sia esterna?
- La comunicazione prevede una *timeline* che inizia con l'approvazione del progetto continuando per tutta la sua durata?

Scelta e segmentazione del **target**

- Sono stati identificati il/i target a cui saranno dedicate le diverse attività previste nel piano di comunicazione?
- Si è considerato che target di comunicazione diversi richiedono necessariamente la costruzione di messaggi, mezzi e linguaggi di comunicazioni adeguatamente differenziati?
- In particolare, è stato identificato il giusto mezzo di comunicazione in funzione del target e del tipo di messaggio?
- I mezzi di comunicazione scelti (es. quali testate giornalistiche, quale trasmissione televisiva, quali siti web, mostre, eventi e incontri con le scuole) e le motivazioni a supporto della scelta sono sufficientemente chiari?
- Sono stati considerati i vantaggi e gli svantaggi che caratterizzano le diverse modalità di comunicazione?

Per una chiara definizione di **obiettivi e attività di monitoraggio**

- Il Piano di Comunicazione è in linea con gli obiettivi di comunicazione descritti?
- Gli obiettivi e i risultati attesi nel Piano sono stati sufficientemente specificati?
- Sono stati fissati i termini entro i quali gli obiettivi di comunicazione dovrebbero essere raggiunti, tenendo conto delle diverse fasi della ricerca e dei possibili risultati intermedi?
- Il progetto prevede la misurazione e il loro monitoraggio delle attività di comunicazione in modo da verificarne l'impatto?

Per un **approccio RRI**

- Sono state privilegiate modalità di comunicazione aperta/dialogica?
- Sono stati considerati (e laddove possibile e sensato inclusi) i diversi stakeholder diversamente implicati nella e dalla ricerca?
- È stato discusso come il progetto risponde alle 6 policy agenda (1. *governance*, 2. *public engagement*, 3. *open access*, 4. *gender*, 5. *ethics and* 6. *science education*) su cui si struttura la Ricerca e Innovazione Responsabile (RRI)?