



Bandi 2017
RICERCA SCIENTIFICA

LINEE GUIDA
per il PIANO di COMUNICAZIONE



fondazione
cariplo

www.fondazionecariplo.it

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 progetto, a creare consapevolezza delle tematiche di ricerca, del mondo della ricerca e delle sue pratiche così come dei partecipanti alla ricerca. Per farlo occorre una mirata ed efficace strategia di comunicazione, definita e contenuta nel Piano di Comunicazione, che dovrà comprendere anche le attività di disseminazione dei risultati con la **Società Civile**.

Il Piano dovrà rispettare i seguenti requisiti:

- identificare un **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 ove possibile una miscela di attività di comunicazione **interna ed esterna**;
- indicare i **risultati attesi**;
- 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 Tools disponibili (Google Analytics, Insight, ecc...), nel caso invece si utilizzino i canali tradizionali attraverso le classiche fonti di monitoraggio (Audipress, Radio monitor, Auditel, ecc...);
- prevedere un **budget** adeguato che garantisca la completa realizzazione delle attività del piano.

CHECK LIST - COSTRUIRE LA STRATEGIA DELLA COMUNICAZIONE

Durante la stesura del progetto 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*, divisa per aree chiave, a cui i ricercatori che applicano ai bandi dell'Area Ricerca possono fare riferimento in tema di comunicazione.

- Per una buona impostazione:
 - Il progetto ha identificato in modo chiaro un coordinatore (meglio se giovane) per le attività di comunicazione?
 - Il progetto comprende un piano di comunicazione con un budget definito?
 - Sono previste attività di comunicazione interna ed esterna?
 - La comunicazione prevede una *timeline* e inizia dall'approvazione del progetto e prosegue per tutta la sua durata?
- Scelta e segmentazione del target
 - Sono stati identificati i target a cui mira il piano di comunicazione?
 - Si è considerato che per ogni target va adattato il tipo di messaggio, il mezzo di comunicazione e il linguaggio?
 - In funzione del target e del tipo di messaggio, è stato scelto il giusto mezzo di comunicazione?
 - Sono stati sufficientemente dettagliati il mezzo di comunicazione (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 stati presi in considerazione i diversi modi di comunicare e conseguentemente i vantaggi e svantaggi?
- Per una chiara definizione di obiettivi e attività di monitoraggio
 - Il piano di comunicazione è stato redatto a seguito di una riflessione sugli obiettivi di comunicazione?
 - Gli obiettivi e i risultati attesi del piano sono stati sufficientemente specificati?
 - Sono stati fissati dei 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 delle attività di comunicazione e il loro monitoraggio per verificarne l'impatto?

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

- Per un approccio RRI
 - Sono state privilegiate modalità di comunicazione aperta/dialogica?
 - Sono stati considerati (meglio se inclusi) i diversi stakeholder diversamente implicati nella e dalla ricerca²?

² È opportuno ricordare che, in linea con le tendenze europee, la Fondazione Cariplo promuove le pratiche di Ricerca e Innovazione Responsabile (RRI). La RRI ha fra i suoi obiettivi principali quello di aprire il dibattito sulla scienza e tecnologia e come queste possano contribuire al futuro che vogliamo, alla società e i diversi attori implicati nella costruzione di conoscenza.

La RRI non può essere ridotta ad un oggetto univoco. La forma in cui essa si manifesta varia in base alle istituzioni, alle culture e alle aree della scienza e della tecnologia cui si fa riferimento. Detto questo, non si può 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 propone 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.