

La Comunicazione in un Centro di Ricerca

Progetto PaGES 3

Nicoletta Carboni
Ufficio Comunicazione – CERIC-ERIC



e...comunicare in un centro di ricerca...quali obiettivi?

- Aggiornare la **comunità scientifica** sugli ultimi risultati della ricerca
- Informare **il pubblico** delle scoperte rilevanti per la loro vita
- Rendere note le opportunità per la ricerca e sviluppo a **ricercatori e industrie**
- Comunicare agli **enti finanziatori** come sono state spese le risorse

Trasmettere l'informazione vs. Comunicare efficacemente



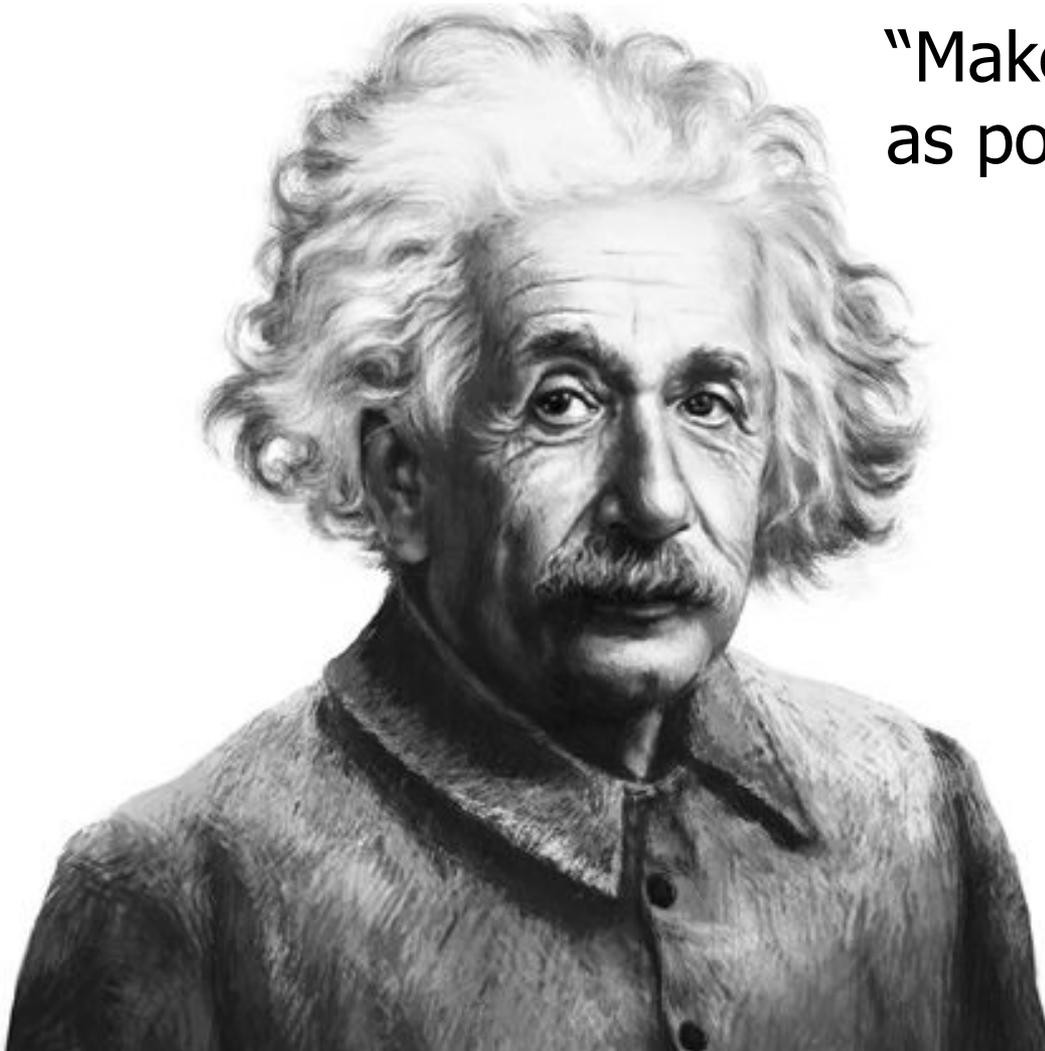
Tuttavia...non si può
non comunicare
(1° assioma della comunicazione,
P. Watzlawick, 1967)



55% Comunicazione non verbale (corpo, mimica facciale...)

38% Comunicazione paraverbale (tono, velocità, volume...)

7% Comunicazione verbale



“Make everything as simple as possible, but no simpler”

A. Einstein

...and don't miss
the chance to
practice!

RILEVANZA

SCIENZA

LA NOSTRA
VITA

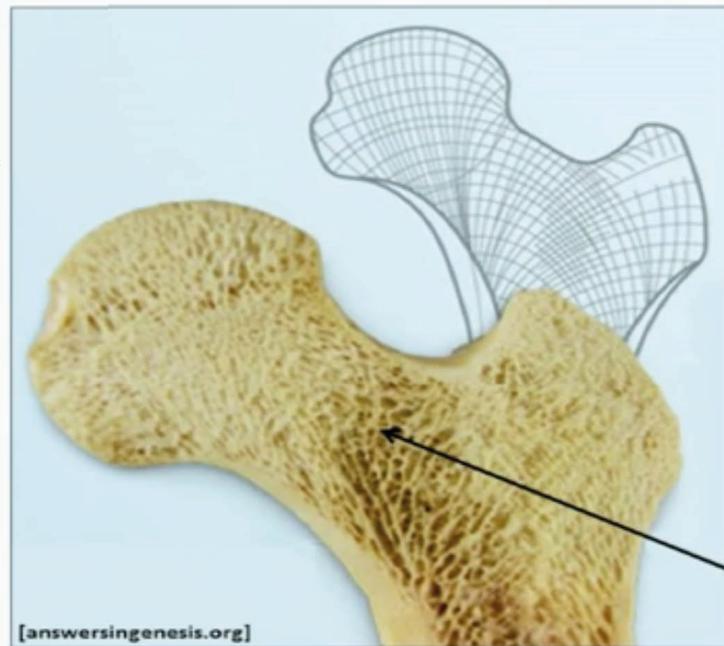
...come la scienza, l'arte...

TRABECULAE

- ▶ Cancellous bone
- ▶ Anastomosing bony spicules
- ▶ Mathematically precise alignment
 - Strength during tension/compression
- ▶ Discovered in 1850s
- ▶ Inspired Eiffel Tower design



Trabeculae reduce a bone's weight while giving it maximum strength against multiple forces



Per gentile concessione di Genevieve Brown, PhD Columbia University

...e la musica...

CERIC



Fame Lab
TALKING SCIENCE

CHELTENHAM
Festivals

BRITISH
COUNCIL

PSIQUADRO

Giulia Melchiorre

Modena

Quando la comunicazione è efficace ?



Facciamo un passo indietro nel tempo...



Immaginate il vostro prossimo viaggio...volete documentarlo per scriverne un libro, pubblicarlo...e continuare a viaggiare guadagnando dal profitto delle vendite...a cosa devo pensare per realizzare questo progetto?

Cosa è un progetto?

- Un insieme di attività tra loro **correlate e interdipendenti**;
- finalizzate al raggiungimento di un **obiettivo preciso**;
- con un **limite di tempo** determinato;
- con un **budget di risorse** predefinite in partenza;
- con caratteristiche di **UNICITA'**



QUALI VINCOLI?

Obiettivi/
qualità

Tempo

QUALITA'

Costo/
Risorse

...E QUALI OPPORTUNITA' ?

**Nuove scoperte /
aumento della
competitività**

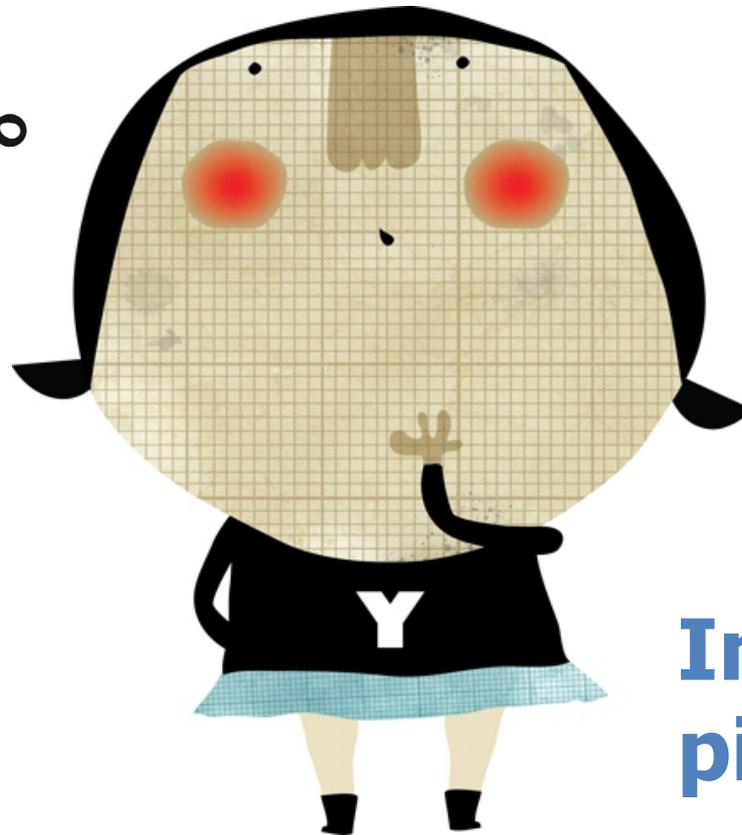
**Nuovi utenti o clienti
Nuove competenze
Capitale umano**

**Creazione
Innovazione
Nuove idee**

...la risonanza...

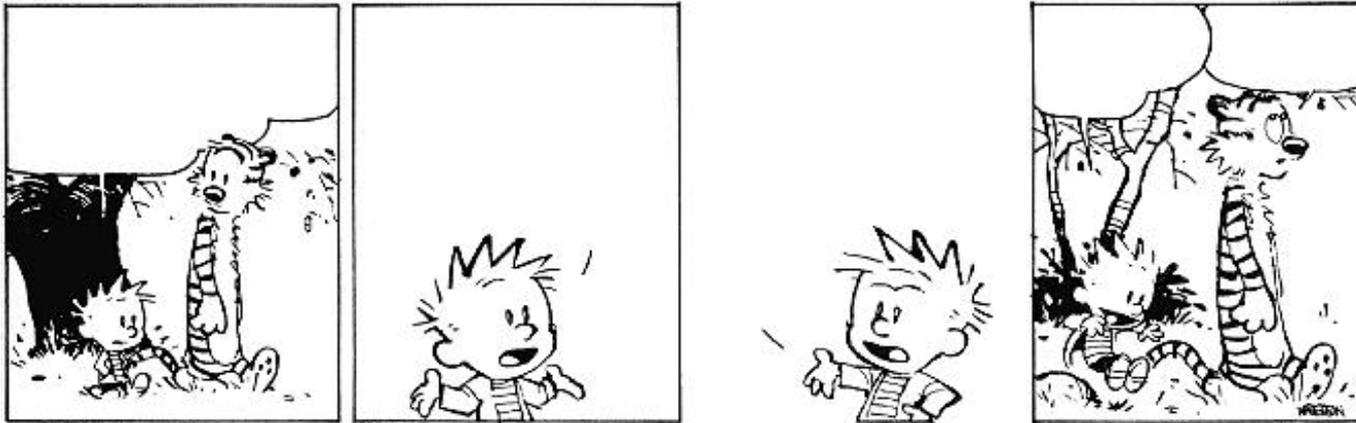
**Network creati
Collaborazioni
Role models**

Presentare il vostro progetto. Quale strategia?



**Iniziamo a
pianificare...**

1. COSA / il messaggio, il contenuto



usa messaggi chiari, concisi,
consistenti, specifici per il tuo
pubblico

2. CHI / Target audience, per quale pubblico



3. PERCHE' / Scopo, con quali obiettivi



...be SMART...

specific
measurable
attainable
relevant
time-bound

..to...

raise awareness
inform
educate
engage

Image Source: E-RIHS Communication plan

4. COME / le risorse - lo stile, con che tono, strategie, strumenti, risorse...)



Cosa c'è nella mia cassetta degli attrezzi?

\$ and skills, e.g, Planning, Branding, copywriting, editing, designing, printing, filming, broadcasting...

Come possono aiutarmi i miei partner?

Quali strategie si possono adottare e condividere?

3. La cassetta degli attrezzi

Media (TV, radio,
giornali, riviste)

Videogames

Eventi (workshop,
conferenze, fiere)

Sito web

Reports

Emails

Social Media

Visite
guidate

Realtà virtuale

Interviste

Materiale
promozionale
(depliant, flyers..)

Newsletter

Blog

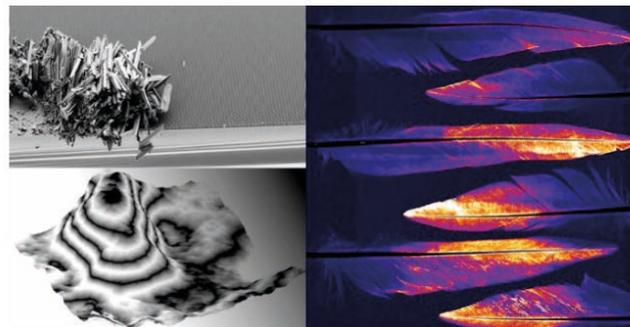


NEWSLETTER n. 12 - January 2018

CERIC-ERIC is a multidisciplinary Research Infrastructure open for basic and applied users in the fields of Materials, Biomaterials and Nanotechnology. With a single entry point to excellent facilities in Central and Eastern Europe, it allows structural investigation, analysis and synthesis of materials, using photon, electron, neutron and ion based techniques.

www.ceric-eric.eu

RESULTS



CERIC Science Contest 2017: announcement of the winners
The Evaluation Committee of the CERIC Science Picture Contest 2017 announced the three winners of this 2nd edition. [Read more](#)

Report

2016



ERIC established by the European Commission (Implementing Decision 2012/2016/EU)

A free, multidisciplinary open access service for users selected on a quality by international competition

CERIC-ERIC, a distributed Research Infrastructure for basic and applied research in Materials and Biomaterials, offers open access at world level

Offering complementary probes and techniques: photons, ions, neutrons, electrons, NMR, spectrometers, microscopes and more

What is an ERIC?
A European Research Infrastructure Consortium (ERIC) is a full legal entity under EU law, with the goal to establish and operate, through its Members, a Research Infrastructure of European importance on a non-economic basis

[Read more](#)

News

8 March 2018, Amsterdam - The Netherlands
[Save The Date: ACCELERATE Parallel Session in SYNERGI 2018](#)

February 2018
[CERIC CALL FOR PROPOSALS - What's new?](#)

26 January 2018, Trieste - Italy
[Visit of Robert-Jan Smits at CERIC](#)

Research

Multidisciplinary Research
Scientific Highlights
Internal Research

Scientific Users

Facilities
Contacts
Open Access
Submit a proposal

Industry

Service to industry
IL&TT Facility

Media

News
Press office
Newsletter
Videos

Young researchers friendly

Read our latest newsletter

Watch our videos here

Call for Proposals Now Open!
1st step deadline: March 1st
2nd step deadline: March 30th

Social Media

Home Notifications Messages Search Twitter

CERIC Central European Research Infrastructure Consortium

Tweets 417 Following 208 Followers 175 Likes 95 Lists 0 Moments 1

Tweets Tweets & replies Media

Planned Tweet
CERIC-ERIC @CERICnews - Jan 16
Did you know? CERIC is calling for proposals! Submit yours here ► goo.gl/UnSPF1 and apply to access our complementary techniques and labs for #research in #materials, #biomaterials and #nanotechnology! Boost your Research w/ #synchrotron #neutrons #electrons #ions

Your Tweet Activity
Your Tweets earned 4,452 impressions over the last 24 hours

Who to follow

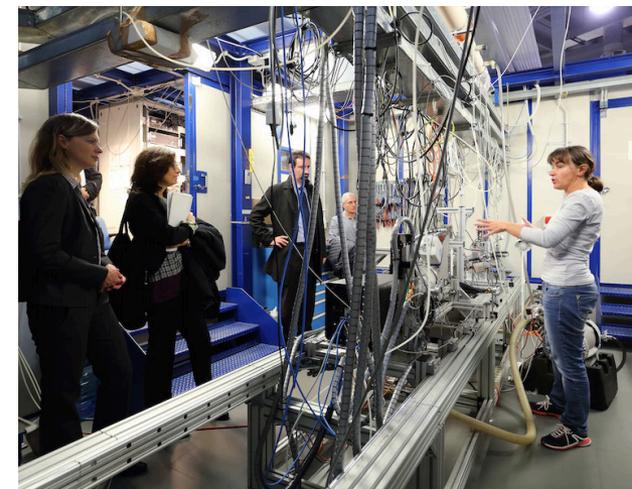
- Followed by BSBF2018
- ERIC: innovation @ENG...
- EVI_ICOS Pi @evi_icos_pi
- Isabel K. Bolliger @isabe...

Call for Proposals Now Open!
1st step deadline: March 1st
2nd step deadline: March 30th

Eventi (workshop, conference, fiere)



Visite guidate



Super BOB
Sfida l'acceleratore

VOTEM

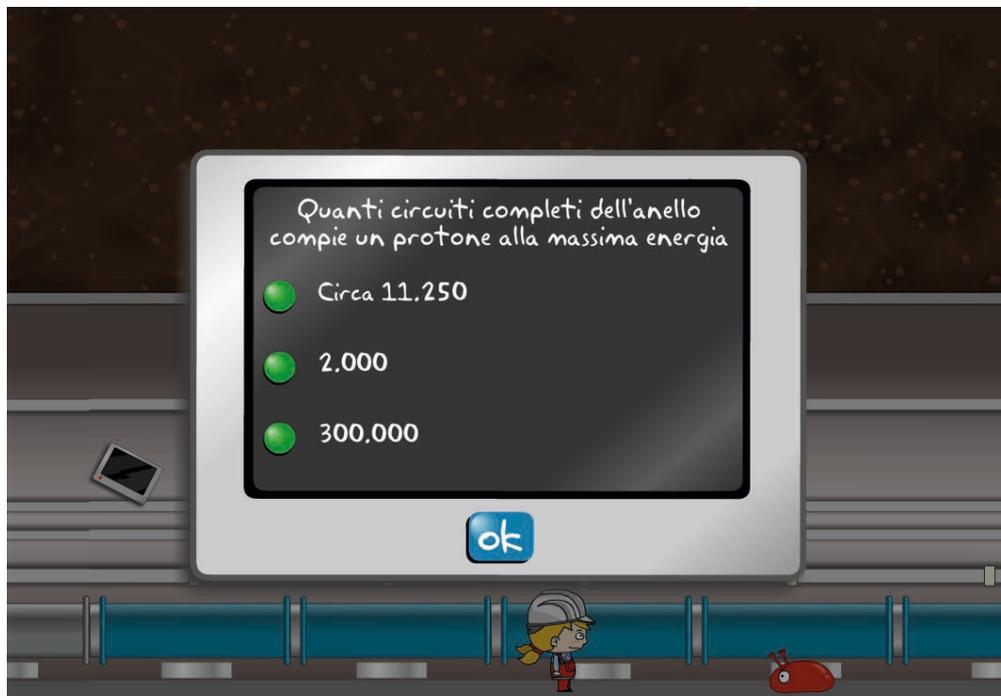
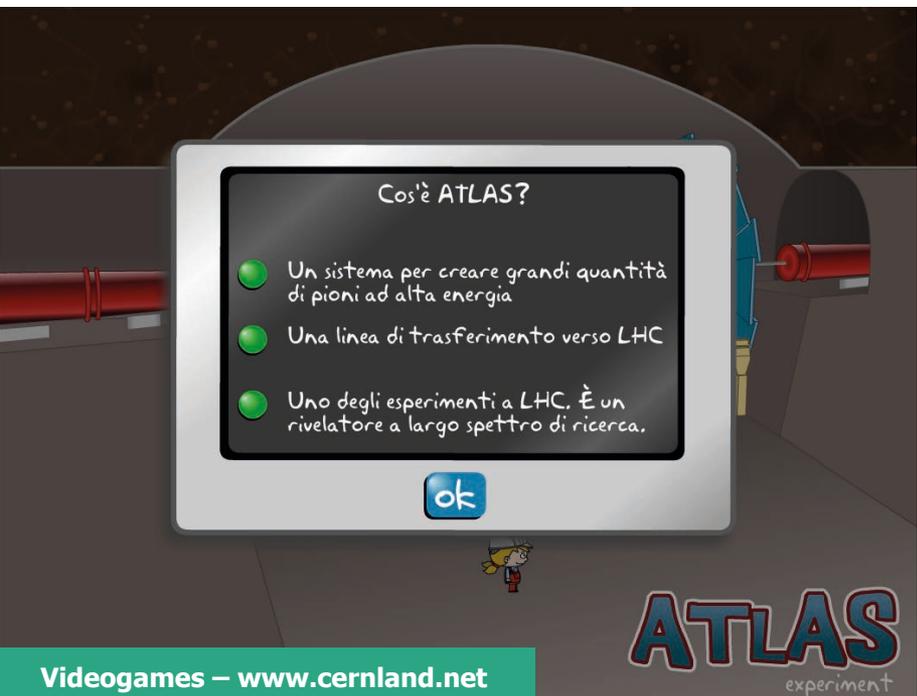
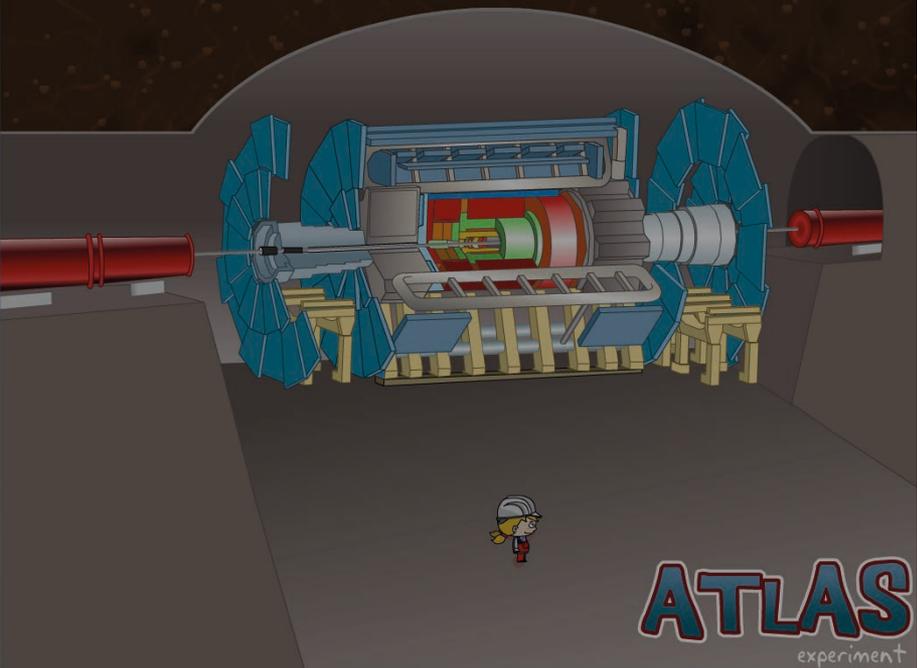
Worms in the LHC

NewsRoom

Explore the Lab

Explore the Universe

multimedia



Video



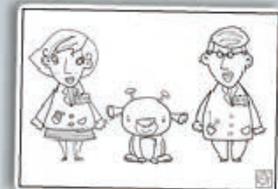
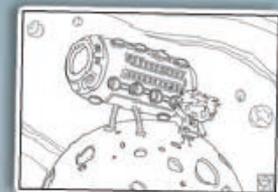
CERN TV SU: 



Sfondi



Stampa & Colora



L'evento pubblico di presentazione dei risultati

- Identificare **obiettivi** (di progetto e di comunicazione)
- Definire i **messaggi chiave**
- **Volantino e/o altro materiale** per la promozione con info su evento (data e ora, luogo, speakers, breve descrizione progetto, contatti, foto)
- **Presentazione**: descrizione progetto e scopo, fasi e risultati, partecipanti e partner, ente finanziatore
- **Materiale multimediale**: immagini, foto, video, grafici...

Per:

Fornire qualche suggerimento ai compagni interessati al mondo della ricerca

Stimolare interesse rispetto al mondo della ricerca

Audience, scopo e messaggio

	Bisogno:	Messaggio:	Scopo:
Professori	<ul style="list-style-type: none">• Verificare• Valutare ...la conoscenza acquisita	<ul style="list-style-type: none">• Le attività svolte• Le nuove conoscenze apprese (project management, sincrotrone, esperimento...)	<ul style="list-style-type: none">• Presentare i risultati• Trasmettere il sapere appreso• Buon voto
Compagni	<ul style="list-style-type: none">• Conoscere il progetto• Apprendere nuovi concetti• Scoprire percorsi professionali possibili	<ul style="list-style-type: none">• Le immagini vissute• L'esperienza nel centro di ricerca• I metodi utilizzati	<ul style="list-style-type: none">• Far conoscere il progetto e i suoi risultati• Trasferire conoscenza• Stimolare la curiosità
Dirigenti	<ul style="list-style-type: none">• Valutare i risultati del progetto per giustificare la spesa	<ul style="list-style-type: none">• Le possibilità professionali nel mondo della ricerca	<ul style="list-style-type: none">• Dimostrare l'utilità del progetto

Mailing list giornalisti

INVITO PER LA STAMPA

Selezionare solo contatti potenzialmente interessati

Inviare un "save the date" qualche giorno prima dell'evento

Contattare le redazioni telefonicamente

INVITO PER LA STAMPA

Quanti mestieri in un centro di ricerca!

- Gli studenti del Liceo Scientifico Galileo Galilei di Trieste presentano i risultati del progetto PaGES2

Liceo Scientifico Galileo Galilei – Aula Magna
Via G. Mameli, 4 – 34149 – Trieste
28 Marzo 2017 – ore 10.15

- Cosa vuol dire lavorare in un centro di ricerca? Gli studenti del Liceo Scientifico Galileo Galilei di Trieste lo racconteranno ai loro compagni e professori in occasione dell'evento di presentazione dei risultati del progetto PaGES 2, che si terrà il 28 marzo nell'aula magna del Liceo.

Gli studenti, che hanno seguito un esperimento nel campo delle scienze dei materiali in tutte le sue fasi, dalla sua progettazione, alla gestione, all'esecuzione, fino alla sua valutazione, racconteranno la loro esperienza in classe e nei laboratori del Sincrotrone di Trieste, con la presentazione dei momenti più significativi del progetto e delle conoscenze apprese nel percorso formativo. L'occasione farà da opportunità di orientamento per i compagni che parteciperanno all'evento, ai quali sarà offerta una panoramica delle possibili scelte formative e professionali possibili in contesti scientifici internazionali quali sono gli enti di ricerca e, in particolare, gli enti europei come CERIC-ERIC.

- PaGES 2, finanziato dalla Regione Friuli Venezia Giulia nell'ambito del Piano regionale per il potenziamento dell'offerta formativa (POF), anno 2015/2016: Progetti Speciali, ha offerto un'opportunità di formazione e orientamento a 60 studenti di quarta o quinta classe di tre licei scientifici della regione: Galileo Galilei (Trieste), Duca degli Abruzzi (Gorizia) e Albert Einstein (Cervignano del Friuli, UD). Tra i partner, il Consorzio Centro Europeo di Infrastrutture di Ricerca, CERIC-ERIC, ente capofila e beneficiario del progetto, e l'azienda Kyma s.r.l.

In allegato il programma dell'evento.

--

- Nicoletta Carboni
Communications Officer

email: nicoletta.carboni@ceric-eric.eu
tel.: +39 040 375 8953
web: <http://www.ceric-eric.eu>

CERIC-ERIC
S.S. 14 - Km 163,5 in AREA Science Park
34149 - Trieste (Basovizza), Italia

Il giorno dell'evento...quale materiale per i giornalisti?

- Comunicato stampa
- Discorsi ufficiali
- Video/foto rappresentative dell'evento/progetto
- Breve presentazione del progetto (obiettivi, attività, partner, ente/i finanziatori, durata)
- Logo/loghi in alta risoluzione (del progetto e dei partner)



Se possibile, fornire il materiale in **formato digitale** (usb stick o scaricabile da un link online)

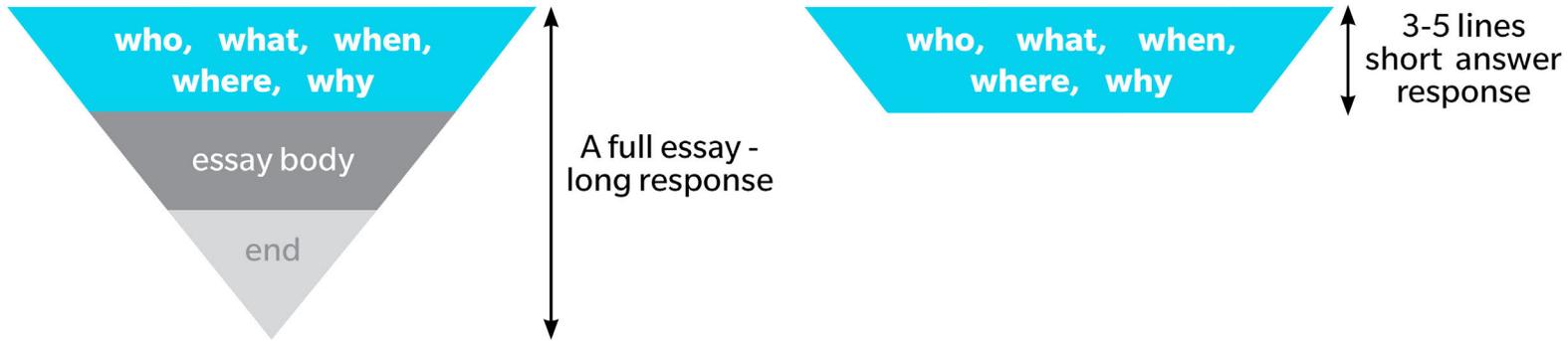
Elementi di un comunicato

Nel mezzo del cammin di nostra vita mi ritrovai per una selva oscura ch  la diritta via era smarrita...”

- Titolo (e sottotitolo)
- Inizio (attacco) che contenga una sintesi e qualche info pi  specifica
- Stile riconoscibile, coerente
- Non troppo lungo, tecnico, accademico, auto-referenziale, didattico
- Struttura “a cipolla”
- Aggiungere immagini, numeri, grafici...
- Info di contatto



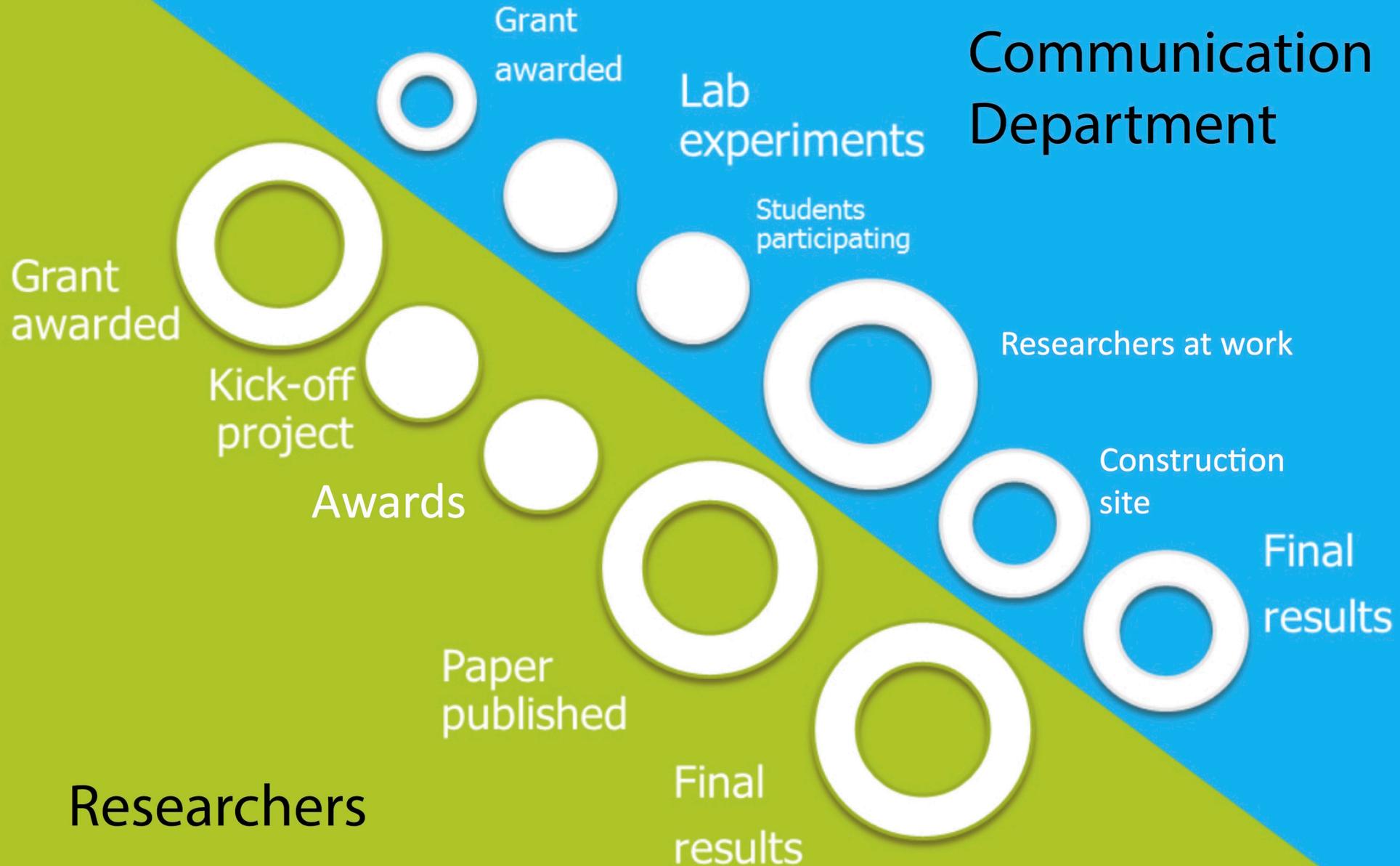
Cosa interessa ai giornalisti?



- Applicazioni della ricerca, prodotti e tecnologie con un impatto sulla vita quotidiana
- Notizie legate a eventi
- Dati e numeri concreti
- Notizie insolite
- Storie



Differing ideas of ideas worth spreading



Comunicato stampa - tempistiche

- I comunicati devono arrivare in redazione in mattinata o nel primissimo pomeriggio
- Possono arrivare alle otto/nove di sera solo se hanno una priorità assoluta
- L'embargo: consiste nel chiedere a testate e agenzie di non pubblicare o diffondere la notizia prima di una certa ora e data indicata alla testa del comunicato. È utilizzato dalle riviste scientifiche per anticipare articoli di imminente pubblicazione



Il piano di comunicazione

Communication and Visibility Plan Template

Objectives

- Overall communication objectives
- Target groups
 - Within the country/countries in which the action is implemented
 - Within the EU
- Specific objectives for each target group, related to the action's objectives and the phases of the project cycle

Communication activities

- Main activities that will take place during the period covered by the plan Include details of:
 - the nature of the activities
 - the responsibilities for delivering the activities
- Communication tools chosen
 - Include details of advantages of particular tools (media, advertising, events) in the local context

Obiettivi
Target groups
Attività
Strumenti

Indicators of achievement

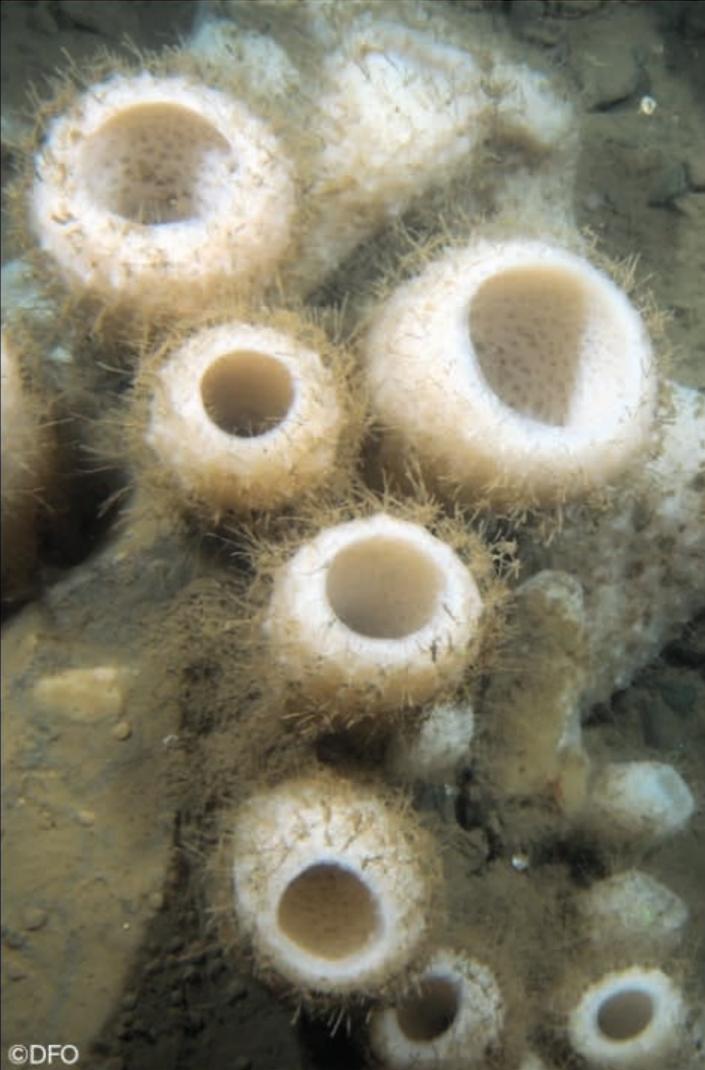
- Completion of the communication objectives
 - Include indicators of achievement for the different tools proposed

Resources

- Human Resources
 - Persons/days required to implement the communication activities
 - Members of the management team responsible for communication activities
- Financial resources
 - Budget required to implement the communication activities (in absolute figures and as a percentage of the overall budget for the action).
- Human resources and contractors

Indicatori di realizzazione
Risorse (umane,
finanziarie)

Comunicazione di progetto – un esempio



SponGES

deep-sea
sponge Grounds Ecosystems
of the North Atlantic
an integrated approach
towards their preservation and
sustainable exploitation



Martina Milanese

m.milanese@studioassociatogaia.com

[@martix_m](https://twitter.com/martix_m)

SponGES has received funding from
the European Union's Horizon 2020
research and innovation programme
under grant agreement No 679849



- ✧ Fai una ricerca su un tema di scienza o tecnologia di tuo interesse (la robotica e l'intelligenza artificiale, la biomedicina, le energie rinnovabili, l'agricoltura sostenibile, le nanotecnologie, i nuovi materiali...).
- ✧ Seleziona le fonti e, con il tuo gruppo di lavoro, proponi un elaborato, spaziando nell'uso di testi, foto, filmati...e usando il mezzo di rappresentazione che si ritiene più appropriato (articolo, saggio, disegni di grafica o illustrazione,
- ✧ Pensando a chi stai parlando, racconta l'oggetto della ricerca, le metodologie usate, se possibile dando voce ai protagonisti.
- ✧ Controlla il ritmo, la punteggiatura, il tono... e limita l'uso di un linguaggio tecnico!
- ✧ Usa esempi, storie, metafore, analogie, per coinvolgere il tuo pubblico e stimolarlo rispetto al contenuto
- ✧ Adotta soluzioni creative!

...AND PRACTICE !!!

Grazie

Nicoletta Carboni
nicoletta.carboni@ceric-eric.eu