

Commissione Terza Missione

Lorenzo Caccianiga

Cos'è la C3M

- **Commissione strutturata come le CSN:** ha un suo budget (circa 350 k€ per l'anno 2024), delle sue sigle, le richieste di fondi vengono fatte come per le CSN incluso il sistema di referee interni.
- **Costo totale progetti 2024:** i progetti CC3M funzionano con circa 500.000€, quindi circa 150.000€ devono provenire da fondi esterni.
- **Anagrafiche:** Ricercatori e tecnologi mettono **sempre percentuale dello 0%** specificando nelle note il numero di ore dedicate a ogni sigla di C3M. Tecnici e amministrativi invece possono avere percentuali non nulle.
- **Finanzia progetti con respiro nazionale:** le attività locali sono invece finanziate dai singoli direttori
- **Più di venti sigle attualmente in anagrafica**
- **Tutor 2024:** La GE darà di nuovo 32.000€, titoli di studio: saranno richiesti solo laurea triennale in fisica e anzianità di laurea 10/12 anni. Possono essere anche laureandi magistrali o dottorandi. Non possono essere borsisti.

Novità recenti

- **Dotazioni C3M:** Da quest'anno ho 1k€ di “dotazioni” per supportare le attività C3M localmente.
- **Gadget e abbigliamento:** Da quest'anno i gadget e le magliette sono centralizzati. Abbiamo già ricevuto i gadget (spille, segnalibri e tazze) secondo quanto richiesto dalle sigle nazionali per le loro attività Milanesi. Le magliette (e felpe e polo) dovrebbero arrivare a breve e sono svincolate dalle sigle.
- **Siti Web e grafica:** si cercherà di uniformare i siti web e le grafiche delle attività C3M, sarebbe carino (ma non si sa se sarà fattibile) anche estendere la cosa alle iniziative locali.
I siti verranno portati tutti al CNAF e ci sarà un sistema unico di registrazione
Altro contratto centralizzato per grafica, Federica Grigoletto, disponibilità per un certo numero di ore, circa 150/anno.
- **Brainstorming su Teatro: 5-6 maggio** idee per lo sviluppo di spettacoli teatrali <https://agenda.infn.it/event/45425/>



Summer Camp

- A bertinoro, a luglio

I Summer Camp 2025 ha 104 posti per studentesse e studenti e 20 per i docenti, così suddivisi:

- 59 studentesse e studenti selezionati dai progetti C3M
- 45 posti per le studentesse e gli studenti messi a bando #27537 con scadenza 31 marzo 2025 - <https://reclutamento.dsi.infn.it>
- 20 docenti di Matematica, Fisica e Scienze delle scuole secondarie di II grado

14 LUGLIO	15 LUGLIO	16 LUGLIO
Alla scoperta della fisica delle particelle	Visita al Tecnopolo di Bologna	Laboratorio di story-telling
9:30 – 13:00 <ul style="list-style-type: none">• Saluti di benvenuto – Sindaco di Bertinoro• L'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, una storia di scoperte e di successi – <i>prof. Antonio Zoccoli (presidente INFN)</i>• Introduzione alla fisica delle particelle, dal Bosone di Higgs alle Onde Gravitazionali – <i>prof. Marco Pallavicini</i>• L'INFN per le scuole e le future generazioni – <i>da definire - dott. Pierluigi Paolucci</i>• Il CERN di Ginevra, il più grande laboratorio di fisica delle particelle – <i>dott. Sascha Schmelling</i>	9:30 – 13:00 <ul style="list-style-type: none">• Benvenuto del presidente del CINECA <i>Prof. Ubertini</i>• Visita alla struttura di calcolo dell'INFN: il TIER1• Visita al super computer Leonardo• Dai Big Data al Quantum Computing - <i>Prof. Calarco</i>• L'intelligenza artificiale - <i>Prof. Bonaccorsi (Università di Bologna / INFN)</i>• Seminario Supercalcolo - <i>Prof. Salomoni</i> 14:30 – 18:00 <p>LABORATORIO DI GAMING</p> <ul style="list-style-type: none">• Giochi da tavolo, di ruolo, Realtà aumentata e virtuale Programma serale <ul style="list-style-type: none">• Cena al Ce.U.B.	9:30 – 13:00 <ul style="list-style-type: none">• Laboratorio di Fumetti e Story Telling – <i>Ufficio Comunicazione INFN</i> 14:30 – 16:30 <ul style="list-style-type: none">• Presentazione dei progetti sviluppati dagli studenti – <i>Ufficio Comunicazione INFN</i> 16:30 – 17:30 <ul style="list-style-type: none">• <i>Question Time</i> con i ricercatori Programma serale <ul style="list-style-type: none">• Cena al Ce.U.B.• 21:30: Evento pubblico per la cittadinanza

Workshop sul public engagement

Il 26 Febbraio si è tenuto un workshop a Frascati sul Public engagement dell'ente Public Engagement non include solo i lavori della C3M ma anche le attività dell'ufficio comunicazione (e quelle locali)

Una possibile definizione di Public Engagement (PE)

Un nuovo approccio delle università e degli enti di ricerca, un processo dinamico e di interazione che riduce la distanza tra ricerca e società valorizzando le identità e l'apporto dei diversi portatori di interesse e che amplifica l'impatto delle loro azioni.



Workshop sul public engagement

Riflessione su com'è cambiata la comunicazione in questi ultimi vent'anni

Comunicazione ufficio stampa-redazione giornalistica fax → whatsapp

Redazioni giornalisti scientifici strutturati → free lance

Testate cartaceo → web → social

Approfondimento online gratuito → a pagamento

Informazioni istituzioni e testate → post di tutti

Contenuti fonti accreditate → blog di tutti → IA

Narrazione testo scritto → immagini, video, podcast

Relazioni formali → informali

Social luogo di condivisione di tutti → strumento di propaganda e disinformazione nelle mani di pochi

**Che cos'è
successo
in questi
vent'anni**

Workshop sul public engagement

Alcuni spunti sul futuro:

- **Comunicazione istituzionale:** da brochure a grandi eventi istituzionali
- **Cambio di paradigma:** far capire al pubblico l'importanza della ricerca quotidiana vs le grandi scoperte
- Buon risultato dell'engagement dell'INFN, principalmente dovuto alla strategia attuata negli ultimi anni
- **Comunicazione informale:** noi rappresentiamo nella percezione pubblica l'ente stesso **anche se non stiamo parlando in un contesto istituzionale**

Ripensare anche l'identità visiva (non solo il logo):

- lavoro interno (ma mancano le risorse)
- affidato all'esterno (permette di avere una prospettiva diversa)
- possibilità di un contest (su cui poi lavorare all'interno)

Di sicuro verrà richiesta la partecipazione di tutti i dipendenti!

Workshop sul public engagement

Social media, un po' di numeri



Social Media	Follower	Copertura (2024)	Post (2024)
Facebook	59.600	929.495	436
Instagram	21.780	273.206	221 post e 500 storie
Linkedin	31.362	1.285.497	290
YouTube	11.433	214.442	35
X	16.479	-	-

Facebook (follower)	103.271 (Media INAF)	80.416 (ASI)	59.600 (INFN)	33.245 (CNR)	4.647 (MUR)
Facebook (engagement rate)	5.51% (INFN)	1.88% (MUR)	0.84% (Media INAF)	0.79% (CNR)	0.59% (ASI)
Instagram (follower)	85.551 (ASI)	48.900 (MUR)	21.780 (INFN)	18.300 (CNR)	15.200 (INAF)
Instagram (engagement rate)	1.99% (INFN)	1,46% (ASI)	0.91% (Media INAF)	0.34% (MUR)	0.28% (CNR)
YouTube (follower)	51.600 (Media INAF)	22.100 (ASI)	11.433 (INFN)	1.250 (MUR)	-
YouTube (engagement rate)	15.36% (MUR)	10.21% (INFN)	7.20% (ASI)	3.60% (INAF)	-
X (follower)	167.986 (ASI)	22.364 (ASI)	16.479 (INFN)	14.251 (INAF)	8.225 (MUR)
X (Engagement rate)	0.09% (MUR)	0.01% (INFN)	0.01% (CNR)	0.00% (INAF)	0.00% (ASI)
Linkedin (follower)	92.674 (CNR)	78.504 (ASI)	31.362 (INFN)	6.630 (INAF)	2.199 (MUR)
Linkedin (media interazioni per singolo contenuto 2024)	75 (ASI)	72 (INFN)	25 (CNR)	24 (MUR)	20 (INAF)

Strumento calcolo engagement rate <https://phlanx.com/>

Portare una notizia su Instagram con una buona risposta di pubblico è relativamente facile, con le storie è più complesso. Servirebbe gente specializzata e con competenze