



***Regolamento per le Attività di Comunicazione e
Informazione***

Stazione Zoologica "Anton Dohrn"
*Istituto Nazionale di Biologia, Ecologia e
Biotecnologie Marine*

***(Approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione
n. 104 del 14.06.2021)***

ART. 1 PRINCIPI GENERALI E FINALITÀ

1. La Stazione Zoologica, con il presente regolamento, disciplina le attività d'informazione e comunicazione rivolte all'esterno dell'Ente al fine di promuovere e garantire la trasparenza dell'Ente, attivare strategie e forme di comunicazione, informazione e disseminazione coerenti finalizzate alla promozione dell'immagine dell'Ente, al miglioramento della qualità dei servizi che vedono la partecipazione del pubblico, e promuovere le attività di comunicazione interna.
2. L'attività di comunicazione e informazione deve essere considerata propria dell'Ente nel suo complesso e quindi coinvolgere tutto il personale dell'Ente.
3. Il presente regolamento si propone l'obiettivo di fornire all'esterno un'immagine coerente e coordinata dell'Ente, favorendo la divulgazione scientifica sui temi di interesse della Stazione Zoologica e rendendo fruibile al pubblico la conoscenza degli esiti delle ricerche della Stazione Zoologica nonché le sue principali attività, opportunità e iniziative.

ART. 2 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

1. Ai sensi della Direttiva ministeriale sulle Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, 7/02/2002, una buona comunicazione deve essere programmata, strategicamente condivisa e coesa, consentendo così di costruire al meglio l'identità dell'Ente e la sua percezione all'esterno, favorendo la promozione del senso di appartenenza interno e contribuendo a porre su nuove, riconoscibili e solide basi l'immagine dell'ente verso la sfera pubblica.
2. Le attività d'informazione e di comunicazione sono, in particolare finalizzate a:
 - a) illustrare e favorire la conoscenza delle attività e/o decisioni a tutti gli interessati;
 - b) illustrare e promuovere le attività e le iniziative dell'Ente, il suo funzionamento, le sue finalità, la sua mission e le strutture;
 - c) favorire la conoscenza e l'accesso alle attività di disseminazione, formazione e public engagement ed alle opportunità di ricerca
 - d) promuovere e diffondere conoscenze sui temi e i risultati della ricerca dell'Ente;
 - f) promuovere l'identità dell'Ente a livello locale, nazionale e mondiale
 - g) favorire la circolazione delle informazioni a carattere scientifico e promuovere la cultura del mare e della ricerca marina.

ART. 3 AMBITO DI APPLICAZIONE E STRUTTURE COMPETENTI

1. L'attività di comunicazione della Stazione Zoologica include social media e media tradizionali.

2. Vengono identificati i seguenti ambiti di comunicazione dell'Ente: a) comunicazione istituzionale; b) comunicazione di eventi e attività di public engagement; c) comunicazione, informazione e disseminazione dei risultati delle attività di ricerca svolte nell'Ente; d) comunicazione delle attività delle strutture dell'Ente; e) comunicazione dalla prospettiva dell'Ente di commenti, riflessioni e visioni sulle tematiche attuali relative alla ricerca marina; f) comunicazione delle opportunità rivolte alla comunità scientifica
3. I contenuti delle attività di comunicazione istituzionale sono a carico della Presidenza dell'Ente.
4. Le attività ufficiali di comunicazione dell'Ente sono affidate al dipartimento CAPE che le organizza, coordina e supervisiona tramite l'Ufficio Comunicazione e Public Outreach (d'ora innanzi "Ufficio Comunicazione"). La principale finalità dell'Ufficio Comunicazione è dotare l'Ente di un organo ufficiale addetto alle attività di comunicazione esterna e interna dell'Ente sotto la supervisione della Presidenza. L'Ufficio Comunicazione per calendarizzare le sue attività – sia sui canali social sia per i lanci mediatici – può indicare un referente interno per ogni dipartimento e struttura dell'Ente. L'Ufficio Comunicazione si interfaccia con l'Ufficio Stampa a livello operativo.
5. Tutti i contenuti relativi alle attività di ricerca svolte dall'Ente sono scritti e realizzati direttamente dai ricercatori dell'Ente e, ove necessario, tradotti con prospettiva divulgativa con il supporto dell'Ufficio Comunicazione.
6. L'Ufficio Comunicazione, di norma, si riunisce settimanalmente per l'aggiornamento della calendarizzazione delle attività di comunicazione sia social sia media.

ART. 4 REFERENTI DELL'UFFICIO COMUNICAZIONE E PUBLIC OUTREACH DEL DIPARTIMENTO CAPE

1. L'organizzazione della comunicazione coinvolge le seguenti strutture:
 - a) La Presidenza
 - b) Il Dipartimento CAPE
 - c) Ufficio stampa;
 - d) L'insieme dei ricercatori, tecnologi e personale dell'Ente.
2. Le strutture della comunicazione e dell'informazione sono raggruppate in un Coordinamento, di cui fanno parte il Direttore del Dipartimento CAPE, il Coordinatore dell'Ufficio Comunicazione, l'addetto stampa dell'Ente, il referente dell'Area III Missione e un rappresentante per ogni Dipartimento.
3. Il Coordinamento recepisce le priorità e l'indirizzo dell'Amministrazione, garantisce il raccordo operativo delle varie attività e delle strutture di comunicazione.
4. Tutti i soggetti coinvolti nell'attività di comunicazione sono tenuti ad aggiornarsi vicendevolmente, a garantire reciproca informazione, tempestiva e quotidiana, al fine di consentire ad ognuno la migliore forma di diffusione delle informazioni e di risposta ai cittadini e di garantire una dimensione integrata della comunicazione dell'ente.

5. Ogni evento, attività, pubblicazione scientifica e progetto proposto per la comunicazione dell'Ente dovrà essere comunicato dai ricercatori all'Ufficio Comunicazione (all'indirizzo comunicazione@szn.it) con congruo anticipo (all'accettazione del manoscritto) nel caso di pubblicazione della ricerca o appena confermata la programmazione di una attività o evento. L'Ufficio Comunicazione provvederà a valutare la singola proposta ed eventualmente inserirla nel calendario media dell'Ente.
6. L'Ufficio Comunicazione si occupa:
 - a) della redazione delle bozze de comunicati stampa riguardanti sia le ricerche, gli eventi e le attività dell'Ente e del suo vertice istituzionale; della realizzazione di una rassegna stampa sulle uscite relative all'Ente e dell'invio della rassegna stampa quotidiana tematica attraverso mailing list a cui è possibile iscriversi facendo richiesta all'indirizzo ufficiostampa@szn.it ;
 - b) dei collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'Ente ai diversi mezzi di informazione quali, radio, giornali e tv;
 - c) della redazione delle bozze dei contenuti destinati ai canali social ufficiali dell'Ente, in collaborazione e con il supporto dei ricercatori/tecnologi interessati dell'Ente;
 - d) di elaborare a cadenza mensile un report sull'andamento dei due principali canali social (Facebook e Instagram), elabora e archivia la rassegna stampa delle uscite web e carta relative alle ricerche e alle attività dell'Ente;
 - e) della produzione, selezione e archiviazione dei contenuti visivi (fotografie e video) da pubblicare sui canali social o da diffondere attraverso le mailing list mediatiche

Il CAPE svolge inoltre le seguenti funzioni specifiche:

- a) elabora e coordina le strategie di comunicazione, il piano di comunicazione annuale social e media dell'Ente secondo specifici target di community e obiettivi di comunicazione;
- b) coordina, progetta e realizza campagne informative e promozionali sulle attività dell'Ente e dei suoi uffici e servizi;
- c) promuove la comunicazione delle strutture aperte al pubblico in ogni sua forma, anche al fine di potenziare i processi di partecipazione;
- d) promuove e diffonde nell'ambito dell'Ente e al di fuori la cultura della comunicazione scientifica fruibile a tutti e della semplificazione del linguaggio scientifico e divulgativo, nonché delle procedure.
- e) Promuove e cura l'attività di comunicazione scientifica all'esterno;
- f) predispone - in stretta collaborazione con la Fondazione Dohrn – indagini sulla qualità percepita delle strutture aperte al pubblico;
- g) promuove e sostiene lo sviluppo di progetti e iniziative nel campo delle nuove modalità e tecnologie della comunicazione e dell'innovazione, per il miglioramento delle attività di comunicazione, *outreach* e disseminazione dei risultati della ricerca dell'Ente;
- h) cura il social community management per SZN.
- i) contribuisce alle informazioni sul portale dell'Ente.

**ART. 5 PROCEDURA PER LA CALENDARIZZAZIONE SOCIAL E MEDIA
DELLE ATTIVITA' E DEI PROGETTI DI RICERCA DELL'ENTE**

1. Ogni attività di comunicazione e/o divulgazione prevista dal singolo ricercatore e/o Dipartimento dell'Ente andrà comunicata con congruo anticipo all'Ufficio Comunicazione, allo scopo di:
 - a. cogliere l'opportunità della più ampia e potenziale copertura mediatica e social;
 - b. evitare sovrapposizioni con la comunicazione di iniziative e progetti già calendarizzati, vanificando il lavoro e le strategie del piano di comunicazione annuale della Stazione Zoologica e della Fondazione Dohrn;
 - c. favorire la realizzazione di un canale privilegiato e riconoscibile di comunicazione con i giornalisti;
 - d. garantire l'integrità dell'immagine della Stazione Zoologica e della Fondazione Dohrn all'esterno.
2. I ricercatori che desiderano far rientrare le loro attività e/o i progetti di ricerca nella calendarizzazione social e media, all'atto della richiesta di comunicato stampa o di attività di comunicazione dovranno fornire i seguenti materiali:
 - un breve estratto in lingua italiana che sintetizzi con un linguaggio scientificamente corretto ma semplice, tutte le informazioni necessarie alla comunicazione al pubblico (2000-3000 battute, spazi inclusi) e che comprenda:
 - i) i nominativi dei ricercatori coinvolti;
 - ii) i risultati conseguiti, ove si tratti di ricerche;
 - i link alle fonti/bibliografia del lavoro svolto;
 - la descrizione / didascalica delle foto e/o dei video forniti.

Nel caso in cui si tratti di pubblicazioni scientifiche, il predetto estratto dovrà essere fornito al momento dell'approvazione della pubblicazione da parte della rivista, al fine di consentire all'Ufficio Comunicazione di elaborare eventuali testi nel rispetto della complessità dei contenuti e garantendo le tempistiche di embargo ove presenti;

 - almeno una o due immagini a colori, selezionate tra fotografie, info-grafiche o grafici (proposte in modalità comprensibile al pubblico generale), recanti la seguente nomenclatura: dip_oggetto_cognome_data
 - nome fotografo e/o credits eventuali;
 - Eventuale materiale video in alta definizione connesso all'attività (con eventuali credits)
3. Tutte le immagini e i video forniti dovranno essere liberi da diritti d'autore, ovvero accompagnati dalla liberatoria sottoscritta dall'Autore compilando il modulo che può essere richiesto tramite mail all'indirizzo mail comunicazione@szn.it.

ART. 6 UTILIZZO DEI LOGHI

1. Per tutte le comunicazioni, presentazioni e informative, anche a carattere divulgativo, dell'Ente è obbligatorio l'utilizzo dei loghi ufficiali approvati dal CdA dell'Ente con delibera n. 143 del 17.11.2020.
2. Nell'ambito di comunicazione con utilizzo di strumenti social on è consentito in nessun caso l'utilizzo del logo da parte dei singoli ricercatori e tecnologi nell'ambito di comunicazioni, anche a carattere scientifico, effettuate a titolo personale.

ART. 7 ATTIVITA' SOCIAL RELATIVA ALL'ENTE

1. Per ogni attività social relativa alla Stazione Zoologica si consiglia l'utilizzo dei seguenti hashtag: #SZN; #SznNapoli; #StazioneZoologicaDohrn; #followtheseahorse.
2. Per tutti i dipendenti della Stazione Zoologica che scelgono di rendere nota sui profili social personali la propria attività lavorativa (e.g., ... ricercatore della Stazione Zoologica Anton Dohrn) è fatto obbligo di specificare quanto segue: *"tutte le opinioni ivi espresse hanno carattere personale e non impegnano l'Ente, né sono idonee a radicarne in alcun modo la responsabilità"*.
3. I social media predisposti da gruppi di lavoro, sedi territoriali, laboratori della SZN facciano riferimento diretto all'Ente o siano ad esso riconducibili, dovranno essere preventivamente autorizzati dalla Presidenza e dovranno essere concordati e condivisi i post pubblicati sulle pagine ufficiali della SZN e/o accogliere post contenenti link che rimandino alla pagina social ufficiale dell'ente con gli hashtag ufficiali della SZN e il tag alla pagina ufficiale della SZN, per Instagram e Twitter dovranno essere utilizzati gli hashtag ufficiali e il tag del profilo della SZN.
4. Allo scopo di effettuare tempestivamente verifiche ed eventuali correzioni che si rendano necessarie per garantire un elevato standard di comunicazione, la segnalazione di eventuali errori relativi ai contenuti scientifici comunicati sui social dell'Ente o la richiesta di eventuali integrazioni dovranno essere effettuate esclusivamente via email all'indirizzo mail comunicazione@szn.it.

ART. 8 ENTRATA IN VIGORE DEL PRESENTE REGOLAMENTO

1. Il presente regolamento entra in vigore a partire dalla data di delibera del CdA e viene pubblicato sul sito dell'Ente nell'area relativa ai regolamenti.

Il Presidente
Prof. Roberto Danovaro