



Rapporto di attività del Servizio comunicazione e divulgazione scientifica

Primo semestre 2016

Redatto in attuazione del
Piano Triennale delle Performance
2015-2017

Il Rapporto presenta i dati sulle principali attività svolte dal Servizio per la comunicazione e la divulgazione scientifica, che mirano alla massima fruizione dei risultati della ricerca e delle attività d'Istituto, in ottemperanza a quanto previsto dal Piano triennale delle performance.

Il Rapporto è realizzato dal Servizio per la comunicazione e la divulgazione scientifica.
Responsabile: Claudio Bensi

Redazione a cura di Mara Marincioni e Claudio Bensi

Con i contributi di: Chiara Carlucci, Mariangela Elementi, Laura Gentile, Pierangela Ghezzo, Marzia Giovannetti, Ernestina Greco, Mara Marincioni, Michaela Pasquali Coluzzi, Saverio Pescuma.

Testo chiuso a luglio 2016



SOMMARIO

SERVIZI, PRODOTTI, ATTIVITÀ	4
SITO WEB	4
ACCESSO APERTO AI DATI DELLA RICERCA: LE PUBBLICAZIONI OPEN ACCESS	5
MULTI MEDIA E SOCIAL NETWORK	6
DOCUMENTAZIONE E BIBLIOTECA	8
EDITORIA	11
COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TRAMITE CONVEgni E GRANDI EVENTI	13
UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO	15

SERVIZI, PRODOTTI, ATTIVITÀ

Il Servizio per la comunicazione e la divulgazione scientifica promuove la valorizzazione e la diffusione delle attività realizzate dall'Istituto tramite la gestione integrata di molteplici strumenti e canali di informazione, comunicazione e documentazione.

Le attività, i prodotti e i servizi sono indirizzati a differenti utenze (esterne e interne), attraverso l'offerta integrata di strumenti quali: il web, il sito e intranet di Istituto, l'open access, i social network, i canali multimediali, la documentazione, la biblioteca, l'editoria, l'ufficio relazioni con il pubblico, gli eventi e la convegnistica.

SITO WEB

I dati analitici in questo primo semestre del 2016 confermano una crescita nelle visualizzazioni del sito con un incremento delle visualizzazioni di pagina, in rapporto all'ultimo semestre del 2015, pari a quasi 400 mila visualizzazioni. Una crescita notevole probabilmente dovuta ai vari cambiamenti in atto nel nostro Istituto.

A parte il lieve decremento della percentuale di nuove visite, rileviamo un aumento di tutti i valori e un decremento della frequenza di rimbalzo.

Anche per gli accessi tramite social network notiamo un incremento con un aumento di quasi mille visitatori provenienti da facebook.

Dati globali sito Iisfol - valori assoluti (fonte Google Analytics)

	2' semestre 2015	1' semestre 2016
Visite totali	209.943	250.105
Visitatori unici	154.146	181.099
Visualizzazioni di pagina	1.665.927	2.066.988

Dati globali sito Iisfol - valori % (fonte Google Analytics)

	2' semestre 2015	1' semestre 2016
Percentuale nuove visite	70,62%	69,83%
Percentuale visitatori di ritorno	29,38%	30,2%
Frequenza di rimbalzo	5,54%	4,89%

Sorgenti di traffico (fonte Google Analytics)

	2' semestre 2015	1' semestre 2016
Da motori di ricerca	67,07%	68,05%
Traffico dai referral	14,10%	14,03%
Traffico diretto	18,02%	16,02%

Accessi dai Social Network (fonte Google Analytics)

	2' semestre 2015	1' semestre 2016
Facebook	1.773	2.767
Twitter	415	753
LinkedIn	193	742
Blogger	32	34
Scoop.it	-	23
SlideShare	7	9
Diigo	-	4
Paper.li	-	2

Pagine più visitate (fonte Google Analytics)

Titolo pagina	1' semestre 2016
home — ISFOL	71.528
/europass/cv/crea-il-tuo-curriculum-vitae	42.144
/temi/Lavoro_professioni	10.307
/Istituto/chи-siamo	8.545
/temi/Formazione_apprendimento	7.294
/temi/Lavoro_professioni/professioni	7.131
/temi/Formazione_apprendimento/formazione-degli-adulti/fondi-interprofessionali	7.109
/temi/Formazione_apprendimento/certificazione-delle-competenze	4.857
/ril-2015	4.767
/temi/Formazione_apprendimento/formazione-degli-adulti	4.576

ACCESSO APERTO AI DATI DELLA RICERCA: LE PUBBLICAZIONI OPEN ACCESS

L'Isfol sta implementando la disponibilità di dati e contenuti aperti relativi alla produzione scientifica dell'Ente, come previsto dalla normativa nazionale, europea e secondo le policy condivise nelle comunità scientifiche (Comunicazione Com (2012) 401; Raccomandazione Ce 2012/417/Ue; Dichiarazione dei ministri del G8, Londra, 13/6/2013; Legge 7 ottobre 2013, n. 112; Isfol ha inoltre firmato il position statement su Open access nel maggio 2013). In particolare, i servizi e i prodotti che l'Istituto mette a disposizione ad accesso aperto, gratuito, irrevocabile e universale con licenza creative commons, sono:

- a) un ambiente digitale rispondente al protocollo Oai-Pmh (open archive Isfol Oa);
- b) gli open data delle ricerche (<http://opendefinition.org>), dove sono disponibili le tavole pubblicate sui volumi editi dall'Istituto in formato excel (.xls rielaborabile), sia microdati, rilasciati secondo licenze creative commons;
- c) Highlights: usa la ricerca. Attraverso tale prodotto vengono resi navigabili online rapporti, indagini e ricerche di particolare interesse istituzionale, i cui contenuti sono collegati a materiali aperti e riusabili.

Di seguito i dati di accesso e fruizione.

Servizi e prodotti	1' semestre 2016
Documenti in Isfol OA	58
Sezione Highlights (n. visualizzazioni)	24.874
Open data delle ricerche (n. visualizzazioni)	4.428

Fonte: Google Analytics per sito Isfol.

Nel primo semestre 2016 la sezione 'Highlights' - dedicata alla diffusione di ricerche in open access - conferma un andamento positivo. Ciò dimostra che, al di là degli aspetti normativi, la modalità di diffusione dei contenuti in forme più aperte e condivise sia ormai imprescindibile, rappresentando per altro un volano vantaggioso al fine di accrescere l'impatto della ricerca nella società.

La sezione 'Open data delle ricerche' vede l'accesso di oltre 4 mila utenti. L'interesse verso un prodotto molto specialistico, quale quello dei dati statistici qui disponibili, dimostra quanto sia sempre più indispensabile curare costantemente l'aggiornamento del catalogo open data nel rispetto di modalità di fruizione aderenti a standard e protocolli condivisi a livello internazionale. Attualmente Isfol utilizza per la diffusione il protocollo per l'accesso aperto Oai-Pmh.

MULTIMEDIA E SOCIAL NETWORK

I social media e il web più in generale, sono strumenti funzionali alla trasmissione di notizie, messaggi e cultura. Ciò vuol dire veicolare informazioni utili al pubblico e agli *stakeholders* istituzionali al fine di far conoscere e approfondire gli esiti delle ricerche e delle attività proprie dell'Istituto. Si tratta di una funzione strategica che, utilizzando gli strumenti multimediali e i social network, mette in rete le notizie attivando percorsi positivi di studio, approfondimento e scambio di conoscenze in diversi ambienti: scientifico, istituzionale, di *policy makers*, cittadini.

Il servizio così organizzato è veicolato attraverso lo snodo principale del sito 'web-Isfol' ed è finalizzato alla diffusione in formato audio/video (on e off line) dei contenuti delle attività svolte dall'Istituto, con particolare riferimento alla sezione Mediateca del sito, alla condivisione e interazione con l'utenza tramite le moderne piattaforme di social: Twitter, Youtube e Facebook¹.

L'utilizzo di detti canali permette di fornire ai diversi tipi di pubblico una visione organica, approfondita, argomentata e compiuta di quanto realizza l'Isfol.

Per quanto riguarda i dati, il primo semestre 2016 segnala un totale di 221 prodotti riguardanti le diverse tipologie di produzione multimediale. Nello stesso periodo del 2015 i prodotti erano stati 227. Più nel dettaglio, sono stati realizzati 8 video, caricati in mediateca; di cui 3 interviste, 4 tematici e 1 servizio video.

¹ Delle piattaforme Twitter e Facebook si da conto nel presente documento solo per completezza di informazione, essendo stati gestiti dal Servizio Comunicazione, che ne ha creato il profilo, fino ai primi giorni di Gennaio 2016.

Il canale Youtube, è stato implementato con 12 video con un aumento delle visualizzazioni che sono passate dalle 7.800 del primo semestre 2015 alle 8.767 della prima parte del 2016.

Facebook, registra 513 nuovi ‘seguaci’ (da 2.546 a 3.059) mentre la ‘portata utenti’ (ovvero il numero delle persone che sono raggiunte dai post) vede un ulteriore incremento, arrivando a quota 84.717.

Twitter consolida la sua posizione di canale d’informazione, mantenendo buona la performance generale: 101 tweet, 587 ‘menzioni’ (citazioni dell’Isfol da parte degli utenti) e circa 130 mila ‘visualizzazioni’.

La tendenza, rimarca l’importanza dell’utilizzo dei social network per le azioni di comunicazione e alla diffusione delle informazioni.

MultimediaWeb – Video mediateca

1' semestre 2016	
Totale video caricati	8
Video Tematici	4
Video Interviste	3
Servizi Video	1
Atti Convegni	-

MultimediaWeb – Canale Youtube

1' semestre 2016	
Video caricati	12
Visualizzazioni	8.767
Stima minuti guardati	19.923

MultimediaWeb - Facebook

1' semestre 2016	
Post su Pagine Isfol	85
Portata Utenti	84.717
Mi piace	771

MultimediaWeb - Twitter

1' semestre 2016	
Tweet	101
Follower	382
Retweet	374
Menzioni	587
Visualizzazioni	129.229
Visite del profilo	8.965

DOCUMENTAZIONE E BIBLIOTECA

Il Centro documentazione specializzato fornisce servizi specializzati, in presenza e a distanza, rivolti in primo luogo ai ricercatori Isfol e agli utenti istituzionali compresi studiosi appartenenti alla comunità scientifica di riferimento. I servizi riguardano il supporto assistito per la ricerca di informazioni, dati e documentazione sulle materie di competenza istituzionale: formazione, mercato del lavoro, politiche attive del lavoro e inclusione sociale. L'erogazione dei servizi è legata anche alla disponibilità della documentazione scientifica pubblicata, acquisibile soltanto a pagamento.

Di seguito alcuni dei macro dati rilevati nel corso del primo semestre 2016.

Utenza frontdesk

1' semestre 2016	
Utenti interni biblioteca	797
Utenti esterni biblioteca	637
Totale utenti	1.434

Modalità contatto utenza

1' semestre 2016	
Prenotazioni da Opac	27
E-mail	1.368
Telefono	115
Frontdesk	1.379
Totale contatti utenza	2.889

Tipologia servizi erogati

1' semestre 2016	
Prestiti monografie	149
Prestiti periodici	31
Consultazioni volumi	1.111
Totale servizi erogati	1.291

Distribuzione volumi Isfol

1' semestre 2016	
Totale volumi	1.133

Servizio di reference in presenza (frontdesk)

1' semestre 2016	
Supporto alla consultazione	1.135
Reference documentale	54
Document Delivery articoli	98
Ricerche bibliografiche	2
Reference istituzionale	90
Totale azioni frontdesk	1.379

Si registra una fidelizzazione dell'utenza sui servizi consolidati sia della Biblioteca (prenotazioni da Opac, prestiti, consultazione) che del Cdr (Document Delivery, Reference), servizi che sono cresciuti grazie anche all'attivazione di partnership qualificate le quali hanno sopperito alla mancata attivazione/rinnovo di acquisizioni ed abbonamenti.

Accesso al sistema documentale tramite l'Opac (Online public access catalogue)

Opac è disponibile in linea su piattaforma dedicata accessibile dal sito isfol liberamente e gratuitamente. Nato per valorizzare e diffondere il patrimonio documentale Isfol, questo catalogo unisce in un unico database le tre biblioteche specializzate in materia di formazione, orientamento e lavoro ovvero la Biblioteca Isfol - Centro di documentazione Specializzato; la Biblioteca Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Direzione generale per le Politiche attive, i servizi per il lavoro e la formazione; la Biblioteca Isfol - Sede di Benevento.

Tutta la letteratura Isfol è disponibile e scaricabile a testo pieno da Opac.

Totali del sistema Opac

1' semestre 2016	
Totale accessi	2.601
File scaricati in download	19.950

Opac - Ricerche

1' semestre 2016	
Ricerca semplice	3.354
Ricerca avanzata	1.917
Ricerca per titoli	59
Ricerca per autori	97

Volumi Iisfol maggiormente scaricati da Opac

	Download 1' semestre 2016
<i>Manuale del tirocinante</i>	1.189
<i>Manuale dello stage in Europa</i>	1.141
<i>15. rapporto sulla formazione continua : annualità 2013-2014</i>	683
<i>16. rapporto sulla formazione continua : annualità 2014-2015</i>	660
<i>Spazi di apprendimento emergenti</i>	653
<i>Rapporto di monitoraggio sui servizi per il lavoro 2015</i>	538
<i>Validazione delle competenze da esperienza</i>	446
<i>I canali di intermediazione e i servizi per il lavoro</i>	431
<i>Rapporto di monitoraggio del mercato del lavoro 2014</i>	392

Per quanto riguarda i servizi specificatamente resi on line, i trend sono molto positivi: la media dei titoli scaricati da Opac è in crescita ed i numeri assoluti di accessi confermano che l'investimento sul digitale, in maniera complementare rispetto ai servizi svolti in presenza, è stata una scelta apprezzata dall'utenza che supportata adeguatamente a distanza (email, telefono, social) riesce ad ottenere e scaricare la documentazione scientifica richiesta.

Accesso al sistema documentale tramite l'OA (Open Archive)

La documentazione scientifica istituzionale prodotta dall'Iisfol e quella scientifica tematica di riferimento sono organizzate e rese accessibili in modalità *open access* tramite un repository istituzionale, denominato Iisfol OA (Open Access). L'archivio aperto istituzionale è uno strumento che consente di conservare, descrivere e distribuire la documentazione prodotta dall'Iisfol e/o sviluppata con il sostegno dell'Iisfol, assicurando ad essa adeguata visibilità nazionale e internazionale. È inoltre possibile, grazie al protocollo internazionale su cui si basa Iisfol OA, promuovere la visibilità scientifica internazionale sia dell'Istituto sia dei singoli ricercatori. I dati di seguito presentati si riferiscono ad OA nel suo complesso, per la sola documentazione scientifica Iisfol cfr. ivi Editoria.

Documentazione scientifica istituzionale e documentazione tematica

Tipologia	1' semestre 2016
Technical report ⁽¹⁾	9
Article	5
Presentation	42
Other (Map + Software + Video + Book chapter + Learning material)	2
Totale documenti caricati	58

(1) Nella voce sono stati accorpati: technical report, working papers e research report.

Accessi ad OA – 1' semestre 2016

Visitatori unici	Nuove visite
1.199	984

Fonte: Google Analytics.

Sul fronte della documentazione tecnico-scientifica, i dati confermano e sottolineano l'esigenza di perseguire politiche di accesso aperto. I documenti di OA infatti sono rilasciati con licenza creative commons che consente all'utente il libero riutilizzo dei contenuti e si muove nella linea complessiva tracciata per l'open data sulla quale nel 2013 l'istituto ha investito molto sia operativamente (cfr. Editoria) che programmaticamente con la firma del Position statement Cnr sull'open access nonché con la pubblicazione delle policy del repository.

EDITORIA

Le attività editoriali seguite dal Servizio per la Comunicazione e la divulgazione scientifica, di cui si da conto in questa sezione fanno riferimento a:

1. Le pubblicazioni edite nelle collane e tipi editoriali Isfol con marchio "Isfol editore";
2. I testi con marchio "Isfol editore" pubblicati in OPAC fuori dai tipi editoriali e dalle collane.

Da queste statistiche è esclusa la rivista *Osservatorio Isfol*.

Le pubblicazioni di cui al punto 1 sono generalmente sottoposte a valutazione da parte del Comitato tecnico scientifico interno, come previsto dalle "Linee guida di politica editoriale dell'Istituto" - comunicazione DG n. 2 del 1/2/2012, fatti salvi alcuni testi che per ragioni varie (urgenza, validazione scientifica effettuata al ministero o in altra sede, lavori già presentati all'esterno in collaborazione con altri enti, ecc.) seguono la procedura d'urgenza, senza passaggio in valutazione interna, ovvero senza lettura da parte del Comitato tecnico scientifico interno.

Collane e tipi editoriali sono organizzati secondo quanto previsto dal manuale *Norme editoriali. Linee guida per la redazione di testi Isfol*, disponibile nella intranet d'istituto, che definisce standard editoriali, compositivi e grafici.

Nel primo semestre 2016 sono stati pubblicati da Isfol n. 11 testi – tutti depositati e fruibili a testo pieno in Opac. Di questi, solo 5 sono stati sottoposti a valutazione interna, mentre 6, quindi oltre la metà, hanno seguito la procedura d'urgenza.

Degli 11 testi, 2 sono rapporti ex lege pubblicati fuori collana/tipi editoriali (letteratura grigia).

Qui di seguito le 11 pubblicazioni suddivise per tematica, in valore assoluto e percentuale rispetto al totale.

Numero pubblicazioni edite nel primo semestre 2016, per tematica principale (v.a.) e valore % sul totale delle pubblicazioni

Temi	1' semestre 2016	
	v.a.	%
Politiche comunitarie	1	9
Mercato del Lavoro	6	55
Inclusione sociale	0	0
Formazione	4	36
Totale	11	100

In generale, come da tabella qui di seguito, si rileva una diminuzione significativa della produzione editoriale con riferimento sia al primo semestre (-39%) che al secondo semestre 2015 (-27%). Si conferma pertanto il trend negativo già riscontrato tra il 2014 e il 2015 (allora, rispettivamente, -14 e -25%).

Confronto tra pubblicazioni edite nel primo semestre 2016 e il primo e secondo semestre 2015 (v.a. e variazione %)

Tipologia	1' semestre 2015		2' semestre 2015		1' semestre 2016
	v.a.	var.%	v.a.	var.%	
Pubblicazioni Iisfol editore	18	-39	15	-27	11

Rispetto alle tematiche, a fronte di quanto rilevato nel primo semestre 2015, si nota quest'anno un significativo aumento delle pubblicazioni in tema di mercato del lavoro e, per contro, la diminuzione di testi pubblicati in materia di formazione e inclusione sociale.

**Confronto tra pubblicazioni edite, per tematica,
1' semestre 2015 e 1' semestre 2016**

Temi	1' semestre 2015	1' semestre 2016
Politiche comunitarie	0	1
Mercato del Lavoro	2	6
Inclusione sociale	6	0
Formazione	10	4
Totali	18	11

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TRAMITE CONVEGNI E GRANDI EVENTI

Il Servizio effettua la raccolta e la gestione di informazioni sulle attività di comunicazione organizzate dall'Iisfol e a partecipazione Iisfol in termini di fiere, convegni, seminari, tavoli tecnici, riunioni di lavoro, iniziative formative.

A tal fine redige con cadenza settimanale il Calendario eventi, attraverso cui è segnalato il complesso degli eventi programmati dall'Ente; per ciascuno di essi è riportata la data, la tipologia, la tematica, l'ente organizzatore, il responsabile e/o referente, la sede, una sintesi dei contenuti e i materiali collegati (programma, concept note, slide, ecc.).

La tabella "Eventi-Tipo di attività" riporta i dati relativi a tutte le tipologie di eventi di comunicazione attraverso le quali l'Iisfol ha promosso la propria attività e i propri prodotti.

La seconda tabella "Eventi-Tipologia" distingue gli eventi aperti al pubblico e quelli riservati a un pubblico di addetti selezionati, entrambi organizzati dall'Istituto o in partecipazione con altri enti, dagli eventi organizzati da altri enti in cui partecipano, in qualità di relatori, i ricercatori Iisfol.

La tabella "Eventi-Tematica" distingue le tematiche di interesse istituzionale, nell'ambito delle quali sono stati distribuiti tutti gli eventi pervenuti al Servizio nel corso dell'anno.

In particolare, nel primo semestre 2016 sono stati segnalati complessivamente 34 eventi. A tal proposito si conferma, per il secondo anno consecutivo, una flessione del numero totale di eventi di comunicazione (in particolar modo si registra la riduzione di eventi organizzati da Isfol 24 e 20, rispettivamente nel primo e secondo semestre 2015, contro i 7 del primo semestre 2016).

Rispetto alle tematiche emerge una netta flessione degli eventi relativi a Reti e dispositivi europei (11 eventi nel secondo semestre 2015 contro i 4 del primo semestre 2016).

Eventi - Tipo di attività 1' semestre 2016

Attività	Frequenza	Percentuale
Convegno/Conferenza	8	23,5%
Fiera/Stand	6	17,6%
Tavolo Tecnico	3	8,8%
Workshop/Seminari	17	50,1%
Visita di studio	-	-
Presentazione volume	-	-
Totale	34	100,0%

Eventi - Tipologia 1' semestre 2016

Tipologia	Frequenza	Percentuale
Aperti Isfol	7	20,6%
Riservati Isfol	6	17,6%
Partecipazione Isfol	21	61,8%
Totale	34	100,0%

Eventi - Tematica 1' semestre 2016

Tematica	Frequenza	Percentuale
Formazione/Apprendimento	12	35,2%
Lavoro/Professioni	9	26,5%
Inclusione sociale	7	20,6%
Erasmus+	2	5,9%
Transnazionalità	-	-
Reti/Dispositivi europei	4	11,8%
Progetti specifici	-	-
Amministrazione/Personale	-	-
Totale	34	100,0%

La tabella 'Counseling per l'applicazione dei marchi' riguarda gli interventi di counseling a presidio della corretta applicazione dei marchi istituzionali sui vari prodotti informativi, editoriali e di comunicazione, realizzati con il cofinanziamento dei Programmi operativi nazionali del Fondo sociale europeo e di altri Progetti Ue e nazionali (servizio espletato su incarico della Direzione generale Comunicazione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali). Nel periodo gennaio-giugno 2016 sono stati effettuati 34 interventi di consulenza sull'uso dei loghi, con una significativa flessione rispetto al dato del primo semestre 2015 (21 interventi in meno).

Counseling per l'applicazione dei marchi

1' semestre 2016	
Consulenze	34

UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico dell'ISFOL offre un servizio di primo orientamento e informazione a coloro che entrano in contatto e interagiscono con l'Istituto dall'esterno, nonché attività di facilitazione della comunicazione interna e la condivisione di informazioni tra i colleghi dei rispettivi dipartimenti e degli uffici dell'Istituto stesso.

Facilita inoltre la diffusione e la divulgazione delle informazioni e delle novità rispetto alle attività svolte dall'Istituto, collaborando direttamente con gli Urp delle altre amministrazioni.

Frequenza mensile richieste

Mese	1' semestre 2016
Gennaio	199
Febbraio	272
Marzo	192
Aprile	122
Maggio	116
Giugno	74
Totale	975

Tipologia del contatto – 1' Semestre 2016

Contatto	Frequenza	Percentuale
Email	207	21%
Telefono	742	76%
fax/posta	0	0%
Sportello	26	3%
Totale	975	100%

Tipologia Utenza (provenienza)

Provenienza	1' semestre 2016
Richieste esterne	875
Richieste interne	100
Totale	975

Tipologia Utenza (provenienza)

Categorie	1' semestre 2016
Amministrazioni Centrali	21
Università/Scuola	111
Enti/CFP	41
Regioni/Province/Comuni	23
Studenti	9
Professionisti	57
Parti sociali	6
Aziende/Società	458
Interno-ISFOL	100
Privato/Cittadino	149
Totale	975

Nel primo semestre 2016 si conferma una crescita delle richieste che porta il totale dalle 673 del 2015 alle 975 di quest'anno. Per quanto riguarda la tipologia del contatto, le richieste pervenute mediante il telefono Urp rappresentano più del doppio di quelle arrivate per email. In totale abbiamo 742 telefonate rispetto a 207 email. Per la tipologia dell'utenza, si rileva un buon numero di richieste dai colleghi interni: ben 100 sul totale di 975. Le categorie più rappresentative risultano per questo primo semestre le richieste di aziende/società con 458, dei privati cittadini con 149 e delle Università/Scuole con 111.