



ISTITUTO PER LO SVILUPPO DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE DEI LAVORATORI

A large, light grey, stylized swirl graphic that frames the central text.

# Rapporto di attività del servizio di comunicazione e divulgazione scientifica

## Primo e secondo semestre 2015

Redatto in attuazione del  
Piano Triennale delle Performance  
2015-2017

Il Rapporto presenta i dati sulle principali attività svolte del Servizio per la comunicazione e la divulgazione scientifica, mirate 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

Con i contributi di: Chiara Carlucci, Valeria Cioccolo, Colombo Conti, Costantino Coros, Mariangela Elementi, Laura Gentile, Pierangela Ghezzi, Marzia Giovannetti, Ernestina Greco, Ermanno Laganà, Mara Marincioni, Michaela Pasquali Coluzzi, Saverio Pescuma.

Testo chiuso a gennaio 2015

## **SOMMARIO**

<b>SERVIZI, PRODOTTI, ATTIVITÀ</b>	<b>4</b>
<b>SITO WEB</b>	<b>4</b>
<b>ACCESSO APERTO AI DATI DELLA RICERCA: LE PUBBLICAZIONI OPEN ACCESS</b>	<b>6</b>
<b>MULTIMEDIA E SOCIAL NETWORK</b>	<b>7</b>
<b>CENTRO DI DOCUMENTAZIONE SPECIALIZZATO E BIBLIOTECA</b>	<b>9</b>
<b>EDITORIA</b>	<b>12</b>
<b>COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TRAMITE CONVEGNI E GRANDI EVENTI</b>	<b>13</b>
<b>UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO</b>	<b>15</b>

## SERVIZI, PRODOTTI, ATTIVITÀ

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

*Le attività, i prodotti e i servizi sono erogati, a favore delle differenti utenze, attraverso l'offerta integrata dei seguenti canali e strumenti di comunicazione: il web, il sito Isfol, l'open access, i social network, i canali multimediali, il centro di documentazione specializzato, la biblioteca, l'editoria, l'ufficio relazioni con il pubblico, le attività di comunicazione convegnistiche e seminariali.*

## SITO WEB

Per quanto riguarda l'analisi delle performances del sito [www.isfol.it](http://www.isfol.it) il periodo preso in considerazione per il raffronto tra i dati è, per il primo semestre, dal 1 gennaio al 30 giugno, e per il secondo semestre, dal 1 luglio al 31 dicembre.

Si nota un lieve calo nei parametri relativi alle 'visite totali' (numero di sessioni) e alle visualizzazioni di pagina (Numero di pagine visitate) mentre aumentano i visitatori unici. Tali lievi variazioni possono rientrare nelle normali oscillazioni fisiologiche di performances annuali.

Aumentano i nuovi visitatori e diminuisce la frequenza di rimbalzo (visitatori che entrano sulla pagina e ne escono senza visualizzare altre pagine del sito) parametri che indicano un maggior interesse nelle tematiche trattate dal sito e nella sua consultazione.

Ottima la performance dell'attività social soprattutto relativamente a Facebook. Social network che si è affermato come principale sorgente di traffico social quasi raddoppiando i rimandi al sito ISFOL.

Anche Twitter ha quasi raddoppiato la sua efficacia come sorgente di traffico per il sito ISFOL. Ciò dimostra l'utilità dell'uso mirato dei social network come strumenti per disseminare le informazioni del nostro sito ed incrementare il traffico.

Riguardo alle pagine più visitate c'è da evidenziare l'ottima performance della 'Rilevazione 2015 su imprese e lavoro' che in un solo trimestre (la pagina è stata pubblicata il 04/09/2015) ha raggiunto il nono posto nel ranking delle pagine più visualizzate con un totale di 34.397 visualizzazioni. Se escludiamo la Home Page, anche questo semestre, la pagina più visualizzata rimane Europass - Crea il tuo Curriculum Vitae con 202.015 visualizzazioni.

### Google Analytics - Dati globali sito Isfol

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Visite totali	213.569	209.943	<b>423.512</b>
Visitatori unici	153.462	154.146	<b>307.608</b>
Visualizzazioni di pagina	1.710.317	1.665.927	<b>3.376.244</b>

### Google Analytics - Dati globali sito Isfol 2015

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>
Percentuale nuove visite	69,07%	70,62%
Percentuale visitatori di ritorno	30,93%	29,38%
Frequenza di rimbalzo	7,00%	5,54%

### Google Analytics - Sorgenti di traffico 2015

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>
Da motori di ricerca	71,9%	67,07
Traffico dai referral	13,7%	14,1
Traffico diretto	14,5%	18,02

### Google Analytics - Accessi dai Social Network

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Facebook	991	1.773	<b>2.764</b>
Twitter	217	415	<b>632</b>
Blogger	43	32	<b>75</b>
LinkedIn	223	193	<b>416</b>
WordPress	11	-	<b>11</b>
SlideShare	9	7	<b>16</b>
Google+	4	-	<b>4</b>
Weebly	2	-	<b>2</b>

### Google Analytics - Pagine più visitate

<b>Titolo pagina</b>	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
home — ISFOL	246.384	229.591	<b>475.975</b>
/europass/cv/crea-il-tuo-curriculum-vitae	194.164	202.015	<b>396.179</b>
/temi/Lavoro_professioni	42.981	33.851	<b>76.832</b>
/Istituto/chi-siamo	31.240	31.506	<b>62.746</b>
/temi/Lavoro_professioni/professioni	34.617	28.624	<b>63.241</b>
/temi/Formazione_apprendimento/formazione-degli-adulti/fondi-interprofessionali	39.986	28.376	<b>68362</b>
/temi/Formazione_apprendimento	29.536	23.650	<b>53.186</b>
/europass	12.635	21.700	<b>34.335</b>
/ril-2015	-	34.397	<b>34.397</b>
/temi/Lavoro_professioni/copy_of_progetti/orientamento-al-lavoro/bi.dicomp-1	25.701	21.410	<b>47.111</b>

## **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 on line 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 relativi al 2015.

<b>Servizi e prodotti</b>	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Documenti in Isfol OA	79	-	<b>79</b>
Sezione Highlights (n. visualizzazioni)	29.162	14.282	<b>43.444</b>
Open data delle ricerche (n. visualizzazioni)	3.840	3.593	<b>7.433</b>

Nel 2015 la sezione Highlights - dedicata alla diffusione di ricerche in open access - conferma un andamento molto positivo (anche considerando che il dato del secondo semestre include il periodo estivo). Ciò conferma 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 quasi 8.000 utenti a fronte dell'assenza di nuovi set di open data resi disponibili nel secondo semestre, l'interesse si è quindi mantenuto molto alto e 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

Il servizio, veicolato attraverso il sito 'web-Isfol', 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 Isfol, e alla condivisione e interazione con l'utenza tramite le moderne piattaforme di social media e social network: Twitter, Youtube e Facebook. Questo allo scopo di fornire una visione ampia, organica e compiuta di quanto realizza Isfol. Come da più parti sottolineato negli ultimi anni, nell'era del web e dei social, comunicare attraverso questi strumenti non significa limitarsi ad invio meccanico di messaggi, ma si connota come un'attività centrata su una prospettiva di diffusione di contenuti tali da avviare, negli utenti, processi di stimolo culturale e di conoscenza rispetto, in questo caso, alle materie trattate dall'Istituto.

I dati restituiscono un quadro complessivo che si va rafforzando nei vari ambiti riguardanti la comunicazione e l'informazione. Sono, infatti, 549 i prodotti realizzati e riguardanti le diverse tipologie di produzione multimediale, pubblicate nel sito Isfol; circa 11 nuovi ingressi a settimana.

Analizzando più da vicino i singoli settori, si nota che sono state redatte 117 notizie (compresi i primi piani). Il totale dei video caricati nella sezione mediateca è stato di 37 prodotti, di cui 25 video-interviste. Queste ultime hanno visto un incremento positivo da 6 del primo semestre 2015 a 19 del secondo semestre. Le video-interviste si confermano ancora una volta come uno dei migliori strumenti di comunicazione in grado di veicolare le informazioni in modo diretto ed efficace.

In questa panoramica giocano un ruolo non secondario i social network, a cominciare dal canale Youtube: 59 i video caricati nell'anno, 14.796 le visualizzazioni e 31.875 i minuti guardati.

Facebook, si è distinto per un aumento complessivo del gradimento degli utenti: l'indicatore 'Mi piace' è passato da 2.166 della prima parte dell'anno a 4.858 del II semestre, facendo registrare un incremento più che raddoppiato.

Twitter con 189 'cinguettii' (71 nel I semestre e 118 nel II semestre 2015) si pone anche nel 2015 come un canale efficace per comunicare e veicolare le informazioni. Le così dette 'Menzioni' (citazioni dell'Isfol da parte degli utenti), sono salite da 286 del 1° semestre a 471 del 2°. Molto positivi sono anche i dati riguardanti le nuove entrate; nei conteggi si tratta dei valori relativi alle 'visualizzazioni' (da 42.956 a 52.964) e alle 'visite del profilo' (da 3.158 a 6.057).

Le performance realizzate da tutti e tre i social confermano una tendenza di sviluppo positiva ed incoraggiante a riprova dell'interesse rispetto ai contenuti veicolati e alla tempestività della comunicazione e diffusione dell'informazione. Si dimostra, così, molto efficace la scelta compiuta d'introdurre il canale Twitter e rafforzare YouTube e Facebook.

### MultimediaWeb - Video mediateca

	<b>I semestre</b>	<b>II semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Totale Video caricati	11	26	<b>37</b>
Video Tematici	3	6	<b>9</b>
Video Interviste	6	19	<b>25</b>
Servizi Video	2	1	<b>3</b>
Atti Convegni	-	-	-

### MultimediaWeb - Canale youtube

	<b>I semestre</b>	<b>II semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Video caricati	30	29	<b>59</b>
Visualizzazioni	7.803	6.993	<b>14.796</b>
Stima minuti guardati	17.370	14.505	<b>31.875</b>

### MultimediaWeb - Facebook

	<b>I semestre</b>	<b>II semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Post su Pagina Isfol	30	74	<b>104</b>
Portata Utenti	7.966	49.748	<b>57.714</b>
Mi piace	2.166	4.858	<b>7.024</b>

### MultimediaWeb - Twitter

	<b>I semestre</b>	<b>II semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Tweet	71	118	<b>189</b>
Follower	185	189	<b>374</b>
Retweet	107	191	<b>298</b>
Menzioni	286	471	<b>757</b>
Aggiunto preferiti	45	90	<b>135</b>
Visualizzazioni	42.956	52.964	<b>95.920</b>
Visite del profilo	3.158	6.057	<b>9.215</b>

### Altri Video prodotti per attività Isfol non pubblicati in Rete

	<b>I semestre</b>	<b>II semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Video tematici	7	1	<b>8</b>
Atti convegni/workshop	1	1	<b>2</b>

## CENTRO DI DOCUMENTAZIONE SPECIALIZZATO E BIBLIOTECA

Il Cds fornisce servizi specializzati, in presenza e a distanza, rivolti in primo luogo ai ricercatori Isfol ed 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 ed 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 2015.

### Utenza frontdesk

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Utenti interni biblioteca	153	133	286
Utenti esterni biblioteca	116	87	203
<b>Totale utenti</b>	<b>269</b>	<b>220</b>	<b>489</b>

### Modalità contatto utenza

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Prenotazioni da Opac	31	57	88
E-mail	137	285	422
Telefono	20	30	50
Frontdesk	20	30	50
<b>Totale contatti utenza</b>	<b>208</b>	<b>402</b>	<b>560</b>

### Tipologia servizi erogati

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Prestiti monografie	35	73	108
Prestiti periodici	10	18	28
Consultazioni volumi	14	12	26
<b>Totale servizi erogati</b>	<b>59</b>	<b>103</b>	<b>162</b>

### Distribuzione volumi Isfol

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
<b>Totale volumi</b>	<b>65</b>	<b>2.890</b>	<b>2.955</b>

### Servizio di reference in presenza (frontdesk)

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Supporto alla consultazione	35	26	61
Reference documentale	40	38	78
Document Delivery articoli	12	10	22
Ricerche bibliografiche	11	12	23
Reference istituzionale	70	68	138
<b>Totale azioni frontdesk</b>	<b>168</b>	<b>154</b>	<b>322</b>

Si registra una fidelizzazione dell'utenza sui servizi consolidati sia della Biblioteca (Prenotazioni da OPAC, Prestiti, Consultazione) che del CDS (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 - DG PAPL (ex DG POF); la Biblioteca ISFOL - Sede di Benevento. Tutta la letteratura ISFOL è disponibile e scaricabile a testo pieno da OPAC.

#### **Totali del sistema OPAC**

<b>Opac</b>	<b>Totale 2015</b>
Totale accessi	3.367
File scaricati in download	32.152

#### **Top ten volumi Isfol maggiormente scaricati da OPAC anno 2015**

<b>Titolo</b>	<b>Download</b>
<i>Manuale dello stage in Europa</i>	3.156
<i>Manuale del tirocinante</i>	3.007
<i>Rapporto di monitoraggio mercato del lavoro 2014</i>	2.996
<i>Il welfare che cambia</i>	2.116
<i>15. Rapporto sulla formazione continua</i>	1.981
<i>14. Rapporto sulla formazione continua</i>	1.234
<i>Validazione delle competenze da esperienza</i>	1.062
<i>Il tutor aziendale per l'apprendistato</i>	746
<i>Rapporto sul sistema IeFP</i>	513
<i>PIAAC -OCSE</i>	423

#### **OPAC - Ricerche**

	<b>1' semestre</b>	<b>1' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Ricerca semplice	3.129	2.444	<b>5.573</b>
Ricerca avanzata	670	534	<b>1.204</b>
Ricerca per titoli	157	97	<b>254</b>
Ricerca per autori	128	48	<b>176</b>

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'Isfol e quella scientifica tematica di riferimento sono organizzate e rese accessibili in modalità open access tramite un repository istituzionale, denominato ISFOL OA (Open Access). L'archivio aperto istituzionale è uno strumento che consente di conservare, descrivere e distribuire la documentazione prodotta dall'Isfol e/o sviluppata con il sostegno dell' Isfol, assicurando ad essa adeguata visibilità nazionale e internazionale. È inoltre possibile, grazie al protocollo internazionale sui cui si basa Isfol 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 ISFOL cfr. ivi Editoria.

#### **Documentazione scientifica istituzionale e documentazione tematica**

<b>Tipologia</b>	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Technical report <sup>(1)</sup>	10	13	<b>23</b>
Article	22	34	<b>56</b>
Presentation	62	44	<b>106</b>
Dataset	8	1	<b>9</b>
Other (Map + Software + Video + Book chapter + Learning material)	14	6	<b>20</b>
<b>Totale documenti caricati</b>	<b>116</b>	<b>98</b>	<b>214</b>

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

#### **Accessi ad OA (Fonte: Google Analytics)**

<b>Visitatori unici</b>	<b>Visite</b>	<b>Nuove visite</b>
297.241	415.649	69,90%

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

Si forniscono qui di seguito informazioni sulle attività editoriali istituzionali seguite dal Servizio per la Comunicazione e la divulgazione scientifica, con presentazione finale delle statistiche relative a:

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

Le pubblicazioni di cui al punto 1 sono 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.

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 2015 sono stati pubblicati da Isfol **33 testi** - tutti depositati e fruibili a testo pieno in OPAC.

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

### Numero pubblicazioni edite nel 2015, per tematica principale (v.a.) e valore percentuale sul totale delle pubblicazioni

Temi	1' semestre	2' semestre	Totale	%
Politiche comunitarie/ transnazionalità	0	1	1	3
Mercato del Lavoro	2	2	4	13
Inclusione sociale	6	3	9	27
Formazione	10	9	19	58
<b>Totale</b>	<b>18<sup>1</sup></b>	<b>15</b>	<b>33</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Di cui 15 nelle collane/tipi editoriali e 3 fuori collana (letteratura grigia, pubblicati in OPAC).

È da rilevare una produzione in diminuzione nel secondo semestre 2015 rispetto al primo, diminuzione che si evidenzia significativa però rispetto allo scorso anno (circa 30% in meno).

### Confronto tra pubblicazioni edite nel 2014 e nel 2015 (v.a. e variazione %)

Tipologia	2014	2015	Var.%
Pubblicazioni Isfol editore	47 <sup>2</sup>	33	-30%

<sup>2</sup> Per una corretta comparazione tra 2014 e 2015, rispetto al numero riportato nella relazione riferita all'annualità precedente sono stati qui sottratti gli articoli "Isfol autore" pubblicati sulla rivista *Osservatorio Isfol*, poiché nel 2015 essa non viene più computata in questo rapporto.

## COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TRAMITE CONVEGNI E GRANDI EVENTI

Il Servizio effettua la raccolta e la gestione di informazioni sulle attività di comunicazione organizzate dall'Isfol e a partecipazione Isfol 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'Isfol ha promosso la propria attività e i propri prodotti. La seconda tabella "Eventi-Tipologia e Tematica" distingue gli eventi aperti al pubblico e quelli riservati a un pubblico di addetti selezionati, entrambi organizzati dall'Istituto o in compartecipazione con altri enti, dagli eventi organizzati da altri enti in cui partecipano, in qualità di relatori, i ricercatori Isfol. Inoltre 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 2015 sono stati segnalati complessivamente 136 eventi, di cui 82 nel primo semestre e 54 nel secondo semestre. A tal proposito si conferma per il secondo anno consecutivo una flessione del numero totale di eventi di comunicazione pari al 17,6% nel 2015 (22,5% nel 2014, che si evidenzia in particolar modo nella riduzione del 32% della partecipazione dei ricercatori Isfol in qualità di relatori a eventi organizzati da terzi (63 eventi del 2015 contro i 93 del 2014).

Rispetto alle tematiche emerge una flessione del 73% degli eventi sui temi Lavoro e professioni nel 2015 (10 eventi del 2015 contro i 37 del 2014), mentre sul tema di Inclusione sociale gli eventi sono più che raddoppiati.

### Eventi - Tipo di attività

Attività	1' semestre	2' semestre	Totale 2015
Convegno/Conferenza	13	12	25
Fiera/Stand	6	5	11
Tavolo Tecnico	11	3	14
Workshop/Seminario	49	33	82
Visita di studio	3	0	3
Presentazione volume	0	1	1
<b>Totale</b>	<b>82</b>	<b>54</b>	<b>136</b>

### Eventi - Tipologia e tematica

Tipologia	1' semestre	2' semestre	Totale 2015
Aperti Isfol	24	20	44
Riservati Isfol	23	6	29
Partecipazione ISFOL	35	28	63
<b>Totale</b>	<b>82</b>	<b>54</b>	<b>136</b>

<b>Tematica</b>	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
Formazione/Apprendimento	32	18	50
Lavoro/Professioni	3	7	10
Inclusione sociale	10	6	16
Erasmus+	8	8	16
Transnazionalità	8	2	10
Reti/Dispositivi europei	18	11	29
Progetti specifici	2	1	3
Amministrazione/Personale	1	1	2
<b>Totale</b>	<b>82</b>	<b>54</b>	<b>136</b>

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-dicembre 2015 sono stati effettuati 83 interventi di counseling, di cui 55 nel primo semestre e 28 nel secondo semestre, con una flessione del 39% rispetto alle consulenze effettuate nel 2014.

#### **Counseling per l'applicazione dei marchi**

	<b>1' semestre</b>	<b>2' semestre</b>	<b>Totale 2015</b>
<b>Consulenze</b>	55	28	<b>83</b>

## UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

L'Ufficio relazioni con il pubblico dell'Isfol offre servizi di primo orientamento e informazione a coloro che entrano in contatto e interagiscono con l'Istituto, nonché di facilitazione della comunicazione e condivisione di informazioni tra dipartimenti e uffici dell'Istituto e tra gli Urp delle varie amministrazioni.

Dal novembre 2010 l'Isfol aderisce alla rete di Linea Amica, il servizio realizzato dal Formez, che si impenna sul network degli operatori degli Urp e dei contact center della pubblica amministrazione italiana.

I dati di seguito mostrati, sono inviati al Formez, per il confronto con le altre istituzioni della Pa.

### Frequenza mensile richieste - Comparazione 2014-2015(\*)

Mese	Anno 2014	Anno 2015
gennaio	108	111
febbraio	103	127
marzo	110	148
aprile	83	84
maggio	116	122
giugno	118	81
luglio	103	94
agosto	43	34
settembre	133	178
ottobre	163	241
novembre	118	161
dicembre	70	94
<b>Totale</b>	<b>1.268</b>	<b>1.475</b>

### Incremento percentuale richieste (comparazione 2014-2015)

	Anno 2014	Anno 2015	Incremento
<b>1' e 2' semestre</b>	1.268	1.475	<b>14,0%</b>

### Tipologia del contatto

Contatto	1' semestre	2' semestre	Totale 2015
1 email	186	196	382
2 telefono	458	587	1.045
3 fax/posta	0	0	0
4 sportello	29	19	48
<b>Totale</b>	<b>673</b>	<b>802</b>	<b>1.475</b>

### Tipologia Utenza (provenienza)

Provenienza	1' semestre	2' semestre	Totale 2015
Richieste esterne	573	692	1.265
Richieste interne	100	110	210
<b>Totale</b>	<b>673</b>	<b>802</b>	<b>1.475</b>

### Tipologia Utenza (categorie principali)

Categorie	1' semestre	2' semestre	Totale 2015
1 Amm.Centrali	31	17	48
2 Univ/Scuola	82	75	157
3 Enti/CFP	58	42	100
4 Reg/Prov/Comu	31	23	54
5 Studenti	21	8	29
6 Professionisti	33	52	85
7 Parti sociali	7	7	14
8 Aziende/Soc	145	351	496
9 interno-ISFOL	100	110	210
10 Privato/Cittadino	165	117	282
<b>Totale</b>	<b>673</b>	<b>802</b>	<b>1.475</b>

Nel secondo semestre si conferma una crescita delle richieste che porta il totale dell'intero anno, dalle 1.268 del 2014 alle 1.439 attuali.

Per quanto riguarda la Tipologia del contatto, le richieste pervenute mediante il telefono Urp rappresentano più del triplo di quelle arrivate per email. In totale abbiamo 1.045 telefonate rispetto a 382 email. Per la Tipologia dell'utenza, si rileva un buon numero di richieste dai colleghi interni: ben 210 sul totale di 1.475. Le categorie più rappresentative risultano, anche per questo anno 2015, richieste dei privati cittadini con 282 e le aziende/società con 496.