

Servizio per la comunicazione e divulgazione scientifica - REPORT SERVIZI 2012

Accrescere il dialogo con la collettività e contribuire alla trasparenza dei risultati delle attività di ricerca realizzate con finanziamenti pubblici. Questo è uno degli obiettivi strategici di ISFOL che aderisce pienamente alla logica di “Trasparenza, valutazione e merito” e che, pertanto, semestralmente pubblica le statistiche relative ai servizi erogati dal Servizio comunicazione e divulgazione scientifica che opera attraverso gruppo di lavoro: CDS, URP, Editoria, Comunicazione.

CDS ed **URP** presentano i dati che riguardano sia i servizi effettuati in presenza (distribuzione pubblicazioni ISFOL, prestiti, consultazioni, etc.) che in remoto (reference, document delivery, etc.), **Editoria** illustra i dati relativi al pubblicato Isfol (cartaceo e digitale) perché il 2012 ha coinciso con un processo di trasformazione della politica editoriale e della produzione editoriale dell’Istituto, **Comunicazione** commenta la partecipazione dell’Ente a convegni e seminari organizzati da ISFOL (aperti al pubblico e/o riservati solo agli addetti convocati) e a partecipazione ISFOL (fiere e grandi eventi; tavoli tecnici; visite di studio (Infoday).

Aspetti metodologici

Le **fonti informative** utilizzate per l’elaborazione dei dati presentati sono:

per **CDS**:

- schede utenza cartacee raccolte quando vengono erogati servizi in presenza (distribuzione, prestito, consultazione)
- mail utenza, telefono, fax e prenotazioni da catalogo
- OPAC (sistema gestionale bibliografico standard) per tutto ciò che riguarda le statistiche relative ad accessi, download, inserimento schede etc.
- OA (sistema open access standard) per le statistiche relative alla letteratura scientifica ISFOL

per **URP**:

- modulari dei contatti multicanale (telefono, email, fax, posta) con utenza esterna e interna redatti quotidianamente dagli operatori
- colloqui diretti tramite sportello aperto al pubblico

per **Editoria**:

- memorie e determine che autorizzano la spesa

- contratti con editori (per i quantitativi stampati e tipologie editoriali)
- Piani di attività e progetti

per **Comunicazione**:

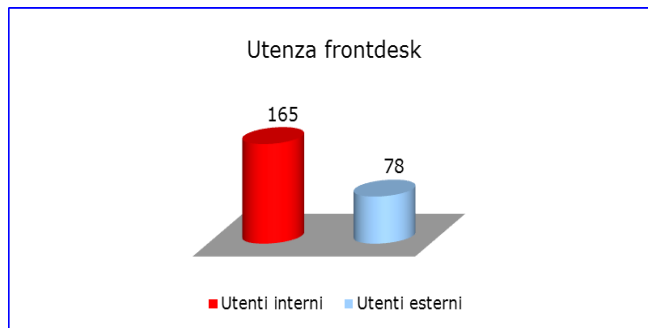
- i documenti legati a eventi e agenda tecnica indicati nel Calendario eventi settimanale
- le attività di redazione di eventi e agenda tecnica riportate sul sito web istituzionale.

Sommario grafici e tabelle

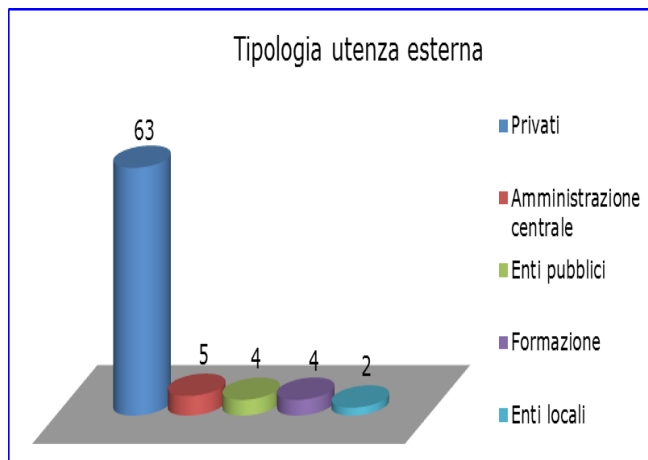
CDS		B4. Tipologia argomenti	p. 11
A1. Utenza frontdesk (sportello)	p. 03		
A2. Modalità contatto utenza	p. 04		
A3. Tipologia servizi erogati	p. 04	Editoria	
A4. Servizio di reference in presenza (frontdesk)	p. 05	C1. Diffusione cartacea titoli pubblicati	p. 13
A5. OPAC ISFOL	p. 05	C2. Pubblicato per tipologia	p. 14
A6. Top-ten pubblicazioni Isfol	p. 06	C3. Pubblicato per macrotema	p. 15
A7. OPAC - Ricerche	p. 07		
A8. Repository ISFOL OA	p. 08		
URP		Comunicazione	
B1. Frequenza mensile delle richieste	p. 09	D1. Attività convegnoistica Isfol registrata dal servizio	p. 16
B2. Tipologia categorie delle richieste	p. 10	D2. Counseling per applicazione marchi e immagine coordinata	p. 18
B3. Tipologia servizio informativo richiesto	p. 11		

A. Centro di documentazione specializzato (CDS)

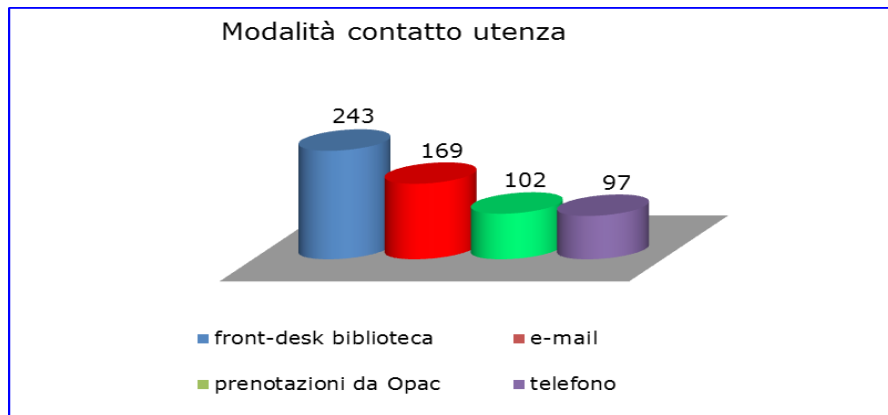
A 1. Utenza frontdesk (sportello)



Complessivamente nel 2012 si sono registrati 243 utenti 'di sportello' durante gli orari di apertura (20 ore settimanali). L'ISFOL è un ente di ricerca quindi il dato relativo all'utenza interna deve intendersi come supporto operativo all'attività di ricerca in atto in Istituto. Per quanto riguarda l'utenza esterna (78 persone complessivamente), considerato che il CDS nei suoi servizi e prodotti è completamente accessibile anche on line tramite le pagine ad esso dedicate sul portale istituzionale (www.isfol.it/sistema-documentale).

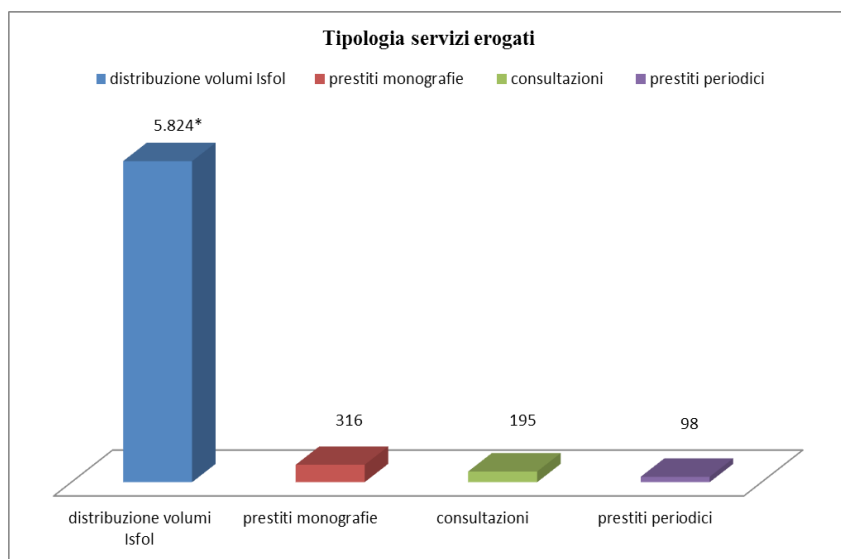


A 2. Modalità contatto utenza



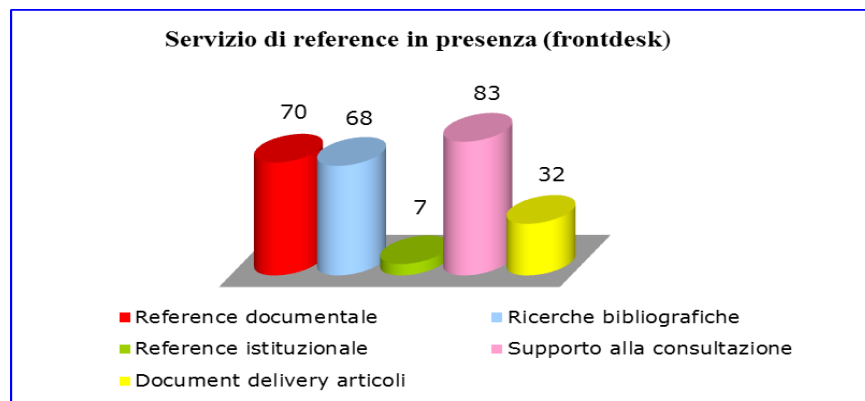
Via email in genere viene fornito un servizio di quick reference con invio contestuale della Guida ai servizi del CDS ed il Bollettino delle nuove accessioni del mese in corso, oltre a tutte le informazioni logistiche necessarie (gratuità del servizio, collocazione ISFOL etc.). Le prenotazioni da OPAC interessano copie cartacee di pubblicazioni presenti in OPAC.

A 3. Tipologia servizi erogati



*Il dato include le pubblicazioni distribuite in occasione degli eventi Isfol

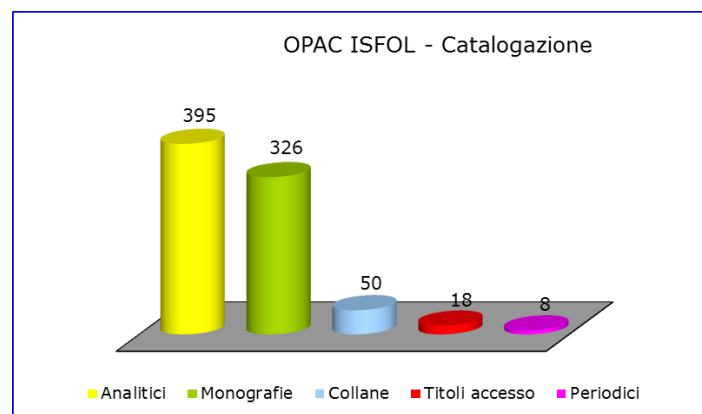
A 4. Servizio di reference in presenza (frontdesk)



Oltre alla distribuzione dei volumi, che come si evince dal grafico precedente, è in assoluto il servizio più rilevante in termini numerici, interessante notare la diversificazione degli altri servizi erogati in presenza, sia a livello tipologico che numerico. In particolare il dato delle ricerche bibliografiche che evidenzia la necessità di un'intermediazione specialistica anche in presenza di un'offerta sul web di un largo numero di informazioni e risorse.

A 5. OPAC ISFOL

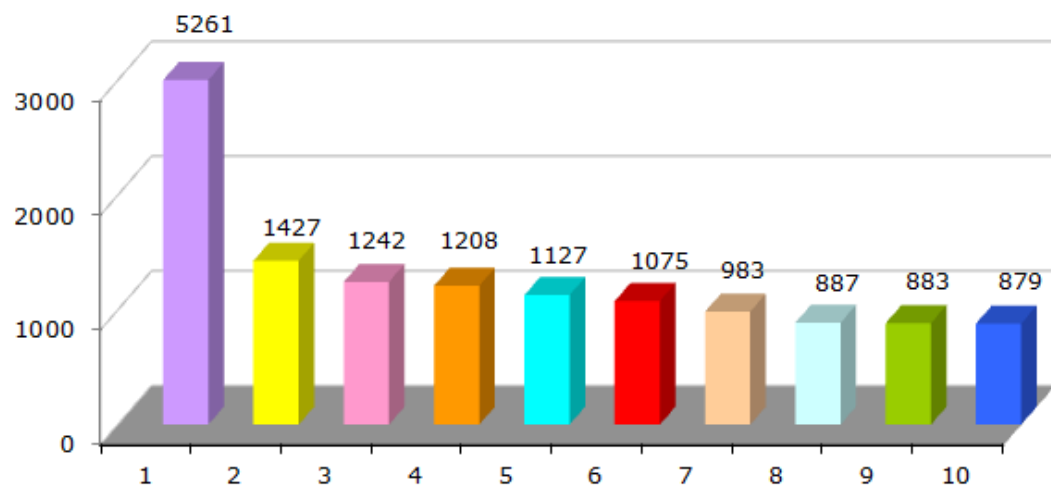
I documenti inseriti nel 2012 (Isfol + letteratura specialistica) sono stati **797**, di seguito il dettaglio



Per quanto riguarda gli accessi ad OPAC sono stati **5.565** con un totale di **65.887** download effettuati.

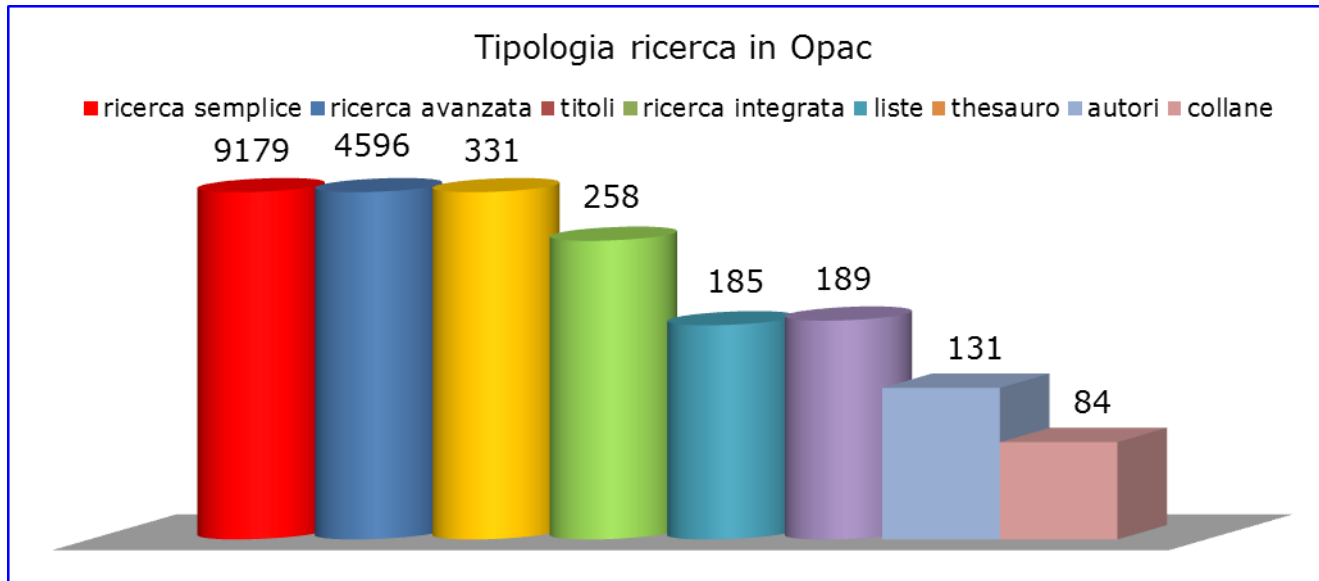
A 6. Top-ten pubblicazioni ISFOL

Osservatorio ISFOL	1	5261
Occupazione e maternità : modelli territoriali e forme di compatibilità	2	1427
Rapporto orientamento 2011 : sfide e obiettivi per un nuovo mercato del lavoro	3	1242
Esperienze di validazione dell'apprendimento non formale e informale in Italia e in Europa	4	1208
Lisbona 2000-2010 : rapporto di monitoraggio Isfol sulla Strategia europea per l'occupazione	5	1127
Monitoraggio sull'apprendistato : 12. rapporto : annualità 2009 e 2010	6	1075
Valutare la qualità dell'offerta formativa territoriale : un quadro di riferimento	7	983
La ricerca dell'integrazione fra università e imprese : l'esperienza sperimentale dell'apprendistato alto : 1. la valutazione dell'esperienza sperimentale : 2. l'analisi dei casi	8	887
Perchè non lavori ? : I risultati di una indagine Isfol sulla partecipazione femminile al mercato del lavoro	9	883
La punta di diamante : scenari di scolarizzazione e formazione in Europa	10	879

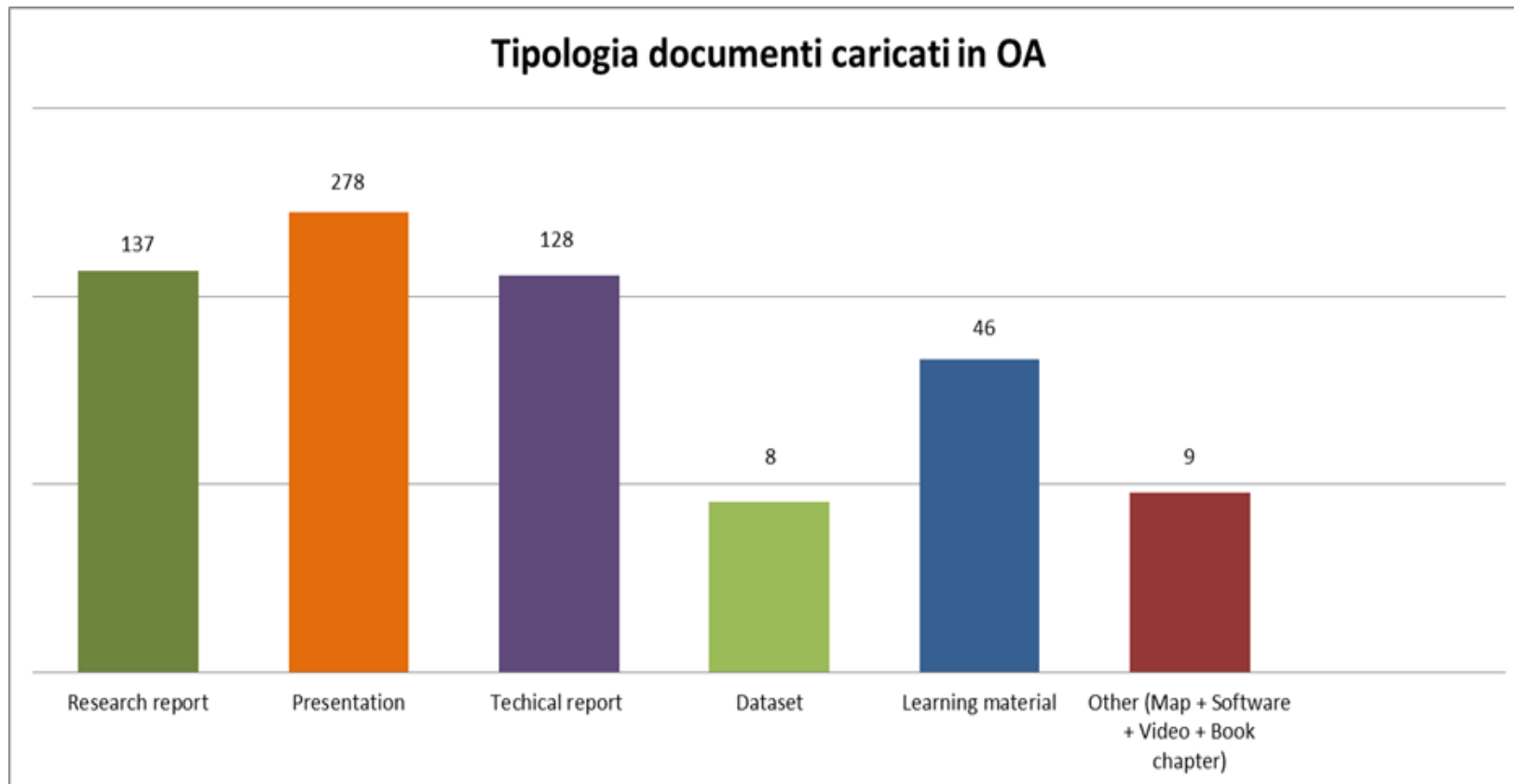


Nel valutare i numeri assoluti di download nel corso del 2012 bisogna considerare l'incidenza del tempo di permanenza sul web.

A 7. OPAC - Ricerche

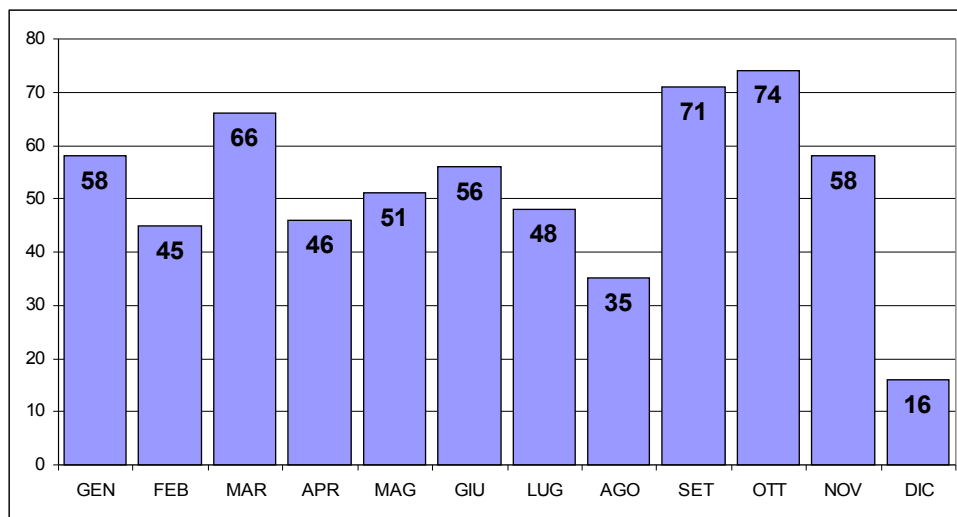


La ricerca semplice (*google approach*) risulta la più usata ma anche quella avanzata è apprezzata dagli utenti poiché consente di esplicitare meglio i parametri al fine di evitare ridondanza e rumore). Molto staccate in termini numerici assoluti le altre ricerche che sono però altamente specialistiche e non esclusive, nel senso che tutte - eccezion fatta per quella integrata - sono comprese nella ricerca semplice.



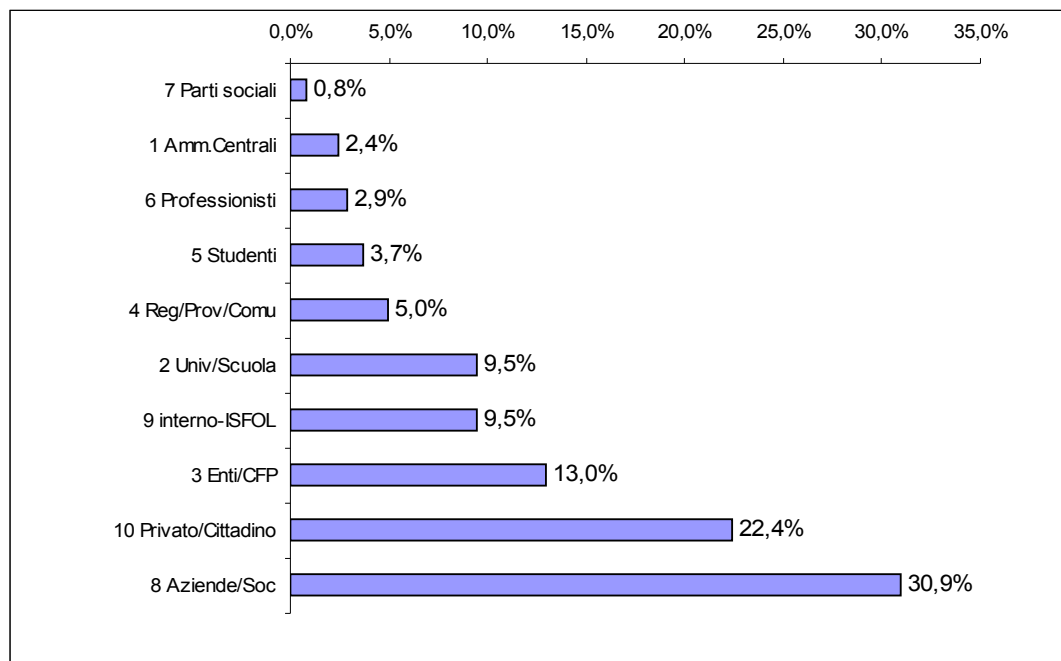
B. Ufficio Servizi per l'Utente e Relazioni con il Pubblico (URP)

B 1. Frequenza mensile delle richieste



Nel totale del 2012 si sono registrate 624 richieste. Come nelle rilevazioni degli anni precedenti i mesi da settembre a novembre rappresentano il periodo dell'anno nel quale si raggiungono i livelli più alti di contatti al servizio URP.

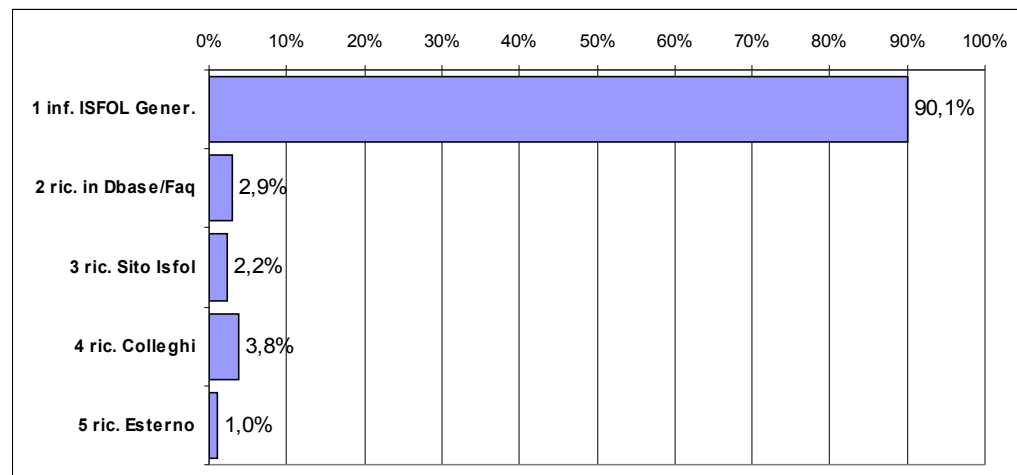
B 2. Tipologia categorie delle richieste



Nel 2012 sono state trattate un totale di **624** richieste.

Le maggiori percentuali per la tipologia dell'utenza, riguardano le Aziende/Società con il 30,9%, i Privati cittadini con il 22,4% delle richieste e il mondo della Formazione Professionale con il 13%. Degno di nota nel 2012, attestandosi al quarto posto in graduatoria, il ricorso dei colleghi interni nel chiedere informazioni presso l'URP. Si ottiene un notevole 9,5% delle richieste per le quali, confrontando il dato con gli anni precedenti si nota un deciso aumento.

B 3. Tipologia servizio informativo richiesto



La percentuale del 90,1% di informazioni dirette sull'Istituto, rappresenta quasi il totale delle risposte che vengono date all'Utenza. Ancora in pochi casi, gli operatori devono ricorrere a contattare i colleghi interni (3,8%) o ricercare nel data base (2,9%) delle parole chiave, i riferimenti per dare risposte adeguate. Solo nel 2,2% si ricorre ad una ricerca sul sito Internet dell'Istituto.

B 4. Tipologia argomenti

Il Data Base URP rileva i dati relativi alla tipologia degli Argomenti della richiesta. Con (1) Dipart/Progetti si siglano le richieste più in generale che riguardano i differenti Dipartimenti e Progetti d'Istituto, le (2) Rilevazioni/Indagini in concomitanza di specifiche ricerche e con (3) Richiesta Pubb. CDS. Si sono inoltre aggiunte le voci più specifiche come: (4) Richiesta di informazioni su Corsi e/o Formazione, (5) Albo

esperti/fornitori per aiuti nella registrazione, (6) inform. Portale quando si richiede un aiuto per navigare sul nostro Portale, (7) Progr Leonardo, (8) Seminari Convegni in corso o previsti, (9) da Lineamica il Network del Formez, (10) invio CV ovvero invii di Curriculum Vitae e le due siglature (11) Reclami e (12) Ringraziamenti. Si termina con (13) Amministrazione per richieste specifiche dell'Amministrazione. In tabella ed in grafico i relativi risultati delle 624 richieste totali. La metà dei risultati (47,9%) riguarda richieste per i differenti Dipartimenti e Progetti d'Istituto. Seguono le altre percentuali relative al Progetto Leonardo (10,3%), richieste per problemi di Amministrazione (9,3%) e le Richieste di Pubblicazioni (8,2%).

C. Editoria

Sono compresi nelle statistiche esclusivamente i titoli prodotti con marchio "Isfol Editore". Sono invece esclusi i titoli che, pur realizzati da Isfol come "ente-autore", sono presenti nell'OPAC, il catalogo digitale dell'istituto. Si intende dare dettaglio del lavoro svolto come editoria **istituzionale a rendiconto di quanto previsto** dalle "Linee guida di politica editoriale dell'Istituto" - comunicazione DG n. 2 del 1/2/2012.

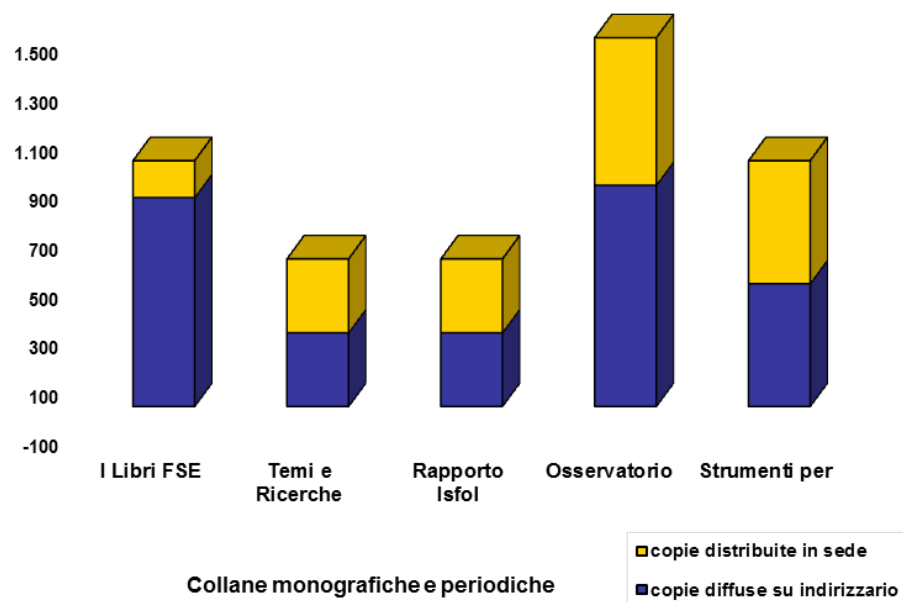
Si rappresenta:

- I titoli prodotti per tipo editoriale;
- I titoli prodotti per macrotematica;
- La modalità di produzione digitale e cartacea di ogni tipologia realizzata;
- I dettagli relativi alle tipologie editoriali in relazione alle macrotematiche, quantitativi e tipologia di diffusione.

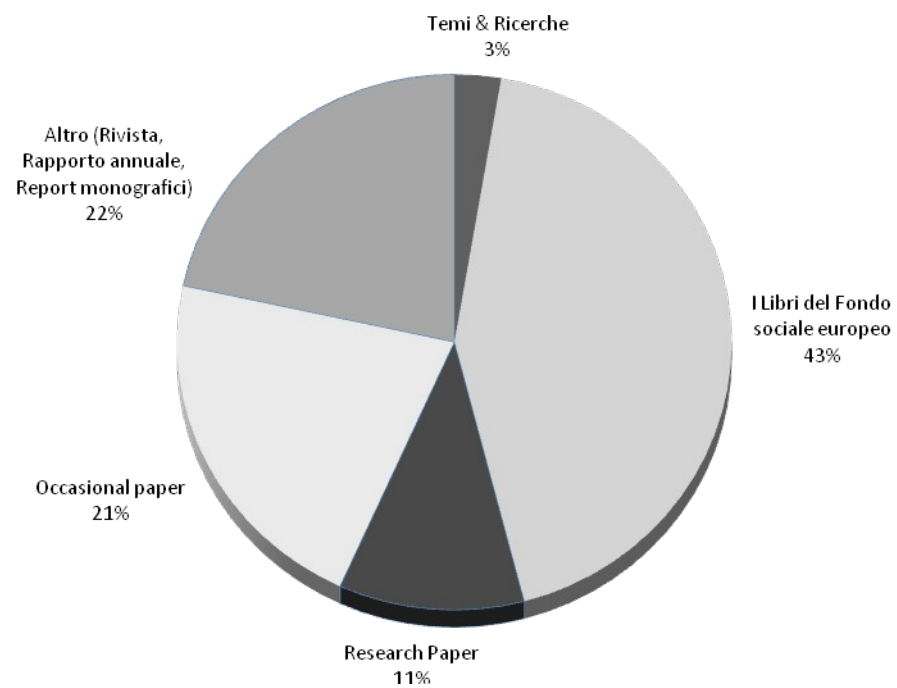
Analizzando quali sono state le tematiche trattate nelle pubblicazioni, si nota una sostanziale equivalenza tra Formazione e Mercato del Lavoro (35 e 32%), con una lieve prevalenza della prima voce. Sono stati considerati "trasversali" i testi che trattano di tutte le tematiche (la rivista Osservatorio e il Rapporto annuale).

Va sottolineato che si è consolidato un processo di produzione in digitale di tutti i titoli, sia quelli monografici che periodici. Per razionalizzare e rendere praticamente nulle le giacenze di magazzino la stampa cartacea è stata prevista solo on demand, consentendo di diffondere in modo molto mirato i testi, in occasione di eventi (seminari, convegni) e/o verso referenti specifici. Il 2012 ha visto la riedizione del rapporto annuale, dedicato alle competenze richieste nel Mercato del Lavoro.

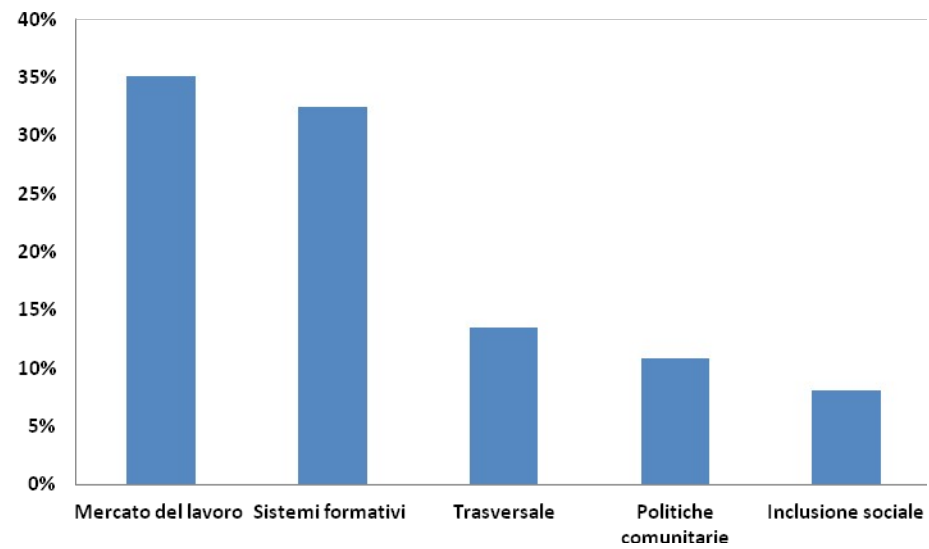
C 1. Diffusione cartacea dei titoli pubblicati



C 2. Pubblicato per tipologia



C 3. Pubblicato per macrotema



D. Comunicazione

Con riferimento alla comunicazione esterna, relativa alla partecipazione dell'Isfol a grandi eventi, fiere, convegni, seminari, tavoli tecnici, visite di studio, il Servizio svolge le seguenti attività:

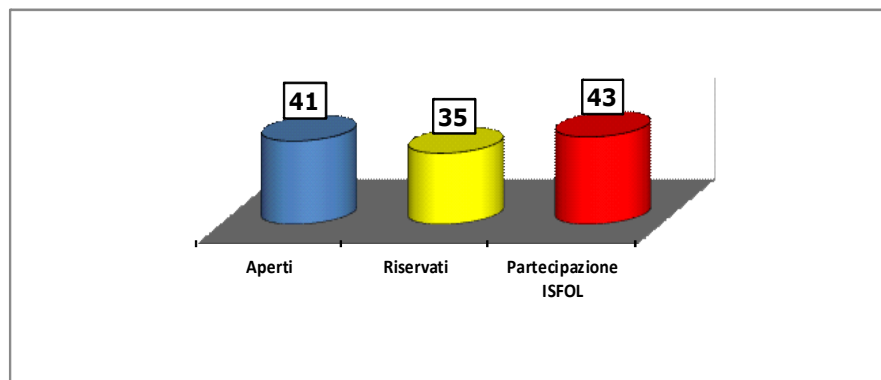
- organizzazione del desk istituzionale e dei desk tematici in cui viene fornita assistenza tecnica, informazione e divulgazione tecnico-scientifica dei risultati più significativi delle attività di ricerca e sperimentazioni ISFOL sugli argomenti di interesse;
- raccolta e distribuzione presso stand e fiere di prodotti (volumi, documenti, materiale informativo ed altro), previamente selezionati dal Servizio di concerto con le Unità interessate;
- supporto tecnico e organizzativo in occasione di convegni e/o workshop (laboratori, animazioni tematiche, simulazioni e test) organizzati dalle singole Unità dell'Ente nell'ambito di stand/fiere;
- verifica ed attività di counseling alle diverse Unità organizzative dell'Ente riguardo la corretta applicazione dei marchi e dell'immagine coordinata per documenti e prodotti di comunicazione.

D 1. L'attività convegnistica Isfol registrata dal Servizio

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, iniziative formative, e redige con cadenza settimanale un *Calendario eventi*, attraverso cui è segnalato il complesso degli eventi programmati; 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). Esso rappresenta pertanto il collettore interno di informazioni riguardanti la programmazione trimestrale degli eventi Isfol e costituisce lo strumento di lavoro che i diversi uffici afferenti la Comunicazione (Sito web istituzionale, URP, Ufficio stampa) possono utilizzare al fine di valorizzare opportunamente, per competenza, le singole

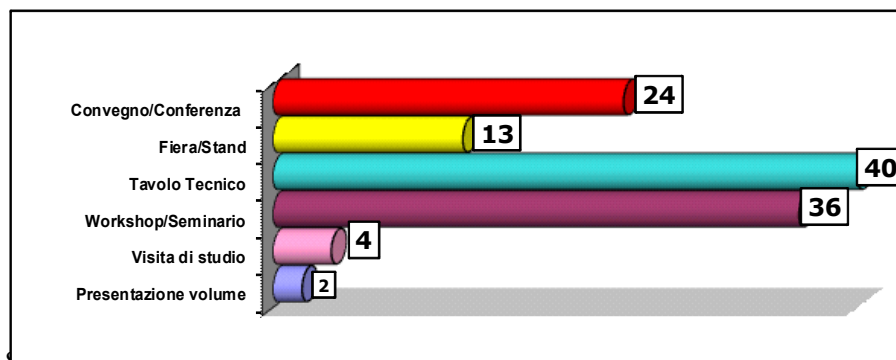
iniziative. Il calendario, diffuso agli utenti interni Isfol 27 volte tra marzo (data del primo invio) e dicembre 2012, ha registrato un numero complessivo di **eventi pari a 119**, come emerge dalla figura 1.

Fig. 1 - Eventi registrati nel calendario settimanale (totale 119 eventi)



La figura 1 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. Gli eventi aperti e quelli riservati sono organizzati dall’Istituto, da solo o in compartecipazione con altri enti: i primi sono aperti al pubblico in generale, i secondi sono destinati ad un pubblico di addetti selezionati. Gli eventi a partecipazione Isfol sono iniziative cui il personale dell’Istituto è stato chiamato ad intervenire ad es. con relazioni.

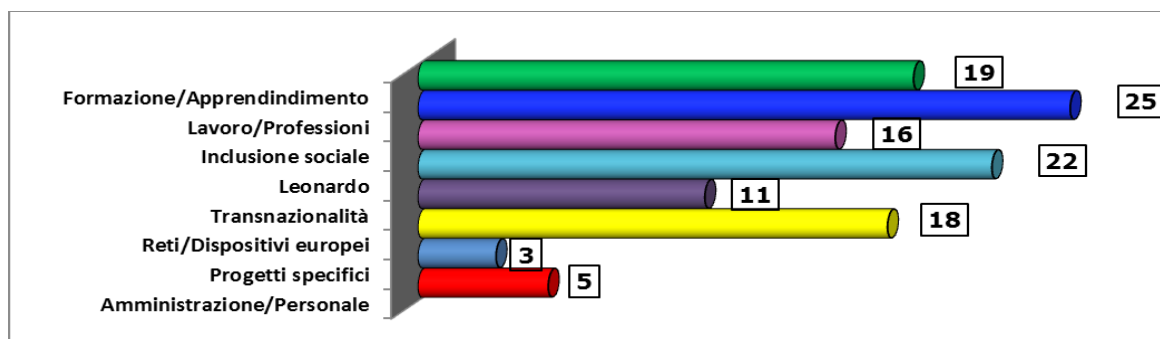
Fig. 2 – Tipologia degli eventi registrati nel calendario settimanale (totale 119 eventi)



I dati visualizzati in figura 2 si riferiscono agli eventi organizzati dall’Isfol o da altri Enti, cui l’Istituto ha partecipato e nelle quali ha promosso la propria attività e ha distribuito i propri prodotti. Tavoli tecnici e visite di studio sono eventi prevalentemente riservati solo agli addetti convocati (vedasi Fig.1) cui è data visibilità sul sito istituzionale nella sezione “Agenda tecnica”. Nell’ambito dei grandi eventi e fiere cui l’Isfol ha

partecipato, oltre alla distribuzione di materiale e alla diffusione di informazioni sulle materie di interesse, sono stati proposti al pubblico n.16 workshop tematici non contemplati nella tabella soprastante.

Fig. 3 - Tematica degli eventi registrati nel calendario settimanale (totale 119 eventi)



D. 2 Attività di *counseling* inerente l'applicazione dei marchi e dell'immagine coordinata

Il Servizio per la comunicazione e la divulgazione scientifica è stato incaricato dalla Direzione generale Comunicazione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali di vigilare sulla corretta applicazione dei diversi marchi (Isfol, Ministero del lavoro, progetti europei, amministrazioni partner) da apporre all'interno dei vari prodotti informativi, editoriali e di comunicazione, realizzati con finanziamento esclusivo Isfol, con cofinanziamento dei Programmi operativi nazionali del Fondo Sociale Europeo e con cofinanziamento di altri progetti europei e nazionali. Attraverso questa attività, dunque, il Servizio da un lato usufruisce di un altro canale per la raccolta di informazioni relative alle attività informative e di comunicazione svolte dalle varie

unità operative dell'Ente, dall'altra garantisce l'adeguamento di tutti i prodotti di comunicazione alle regole dell'immagine coordinata, contribuendo a renderla omogenea all'esterno. Per agevolare il personale Isfol nella corretta applicazione dei marchi il Servizio ha elaborato il Manuale d'uso del Marchio istituzionale e dei Marchi di altre Istituzioni e Organismi collegati ad Isfol, a regime da gennaio 2012. Il Servizio è responsabile del controllo preventivo e della validazione dei vari prodotti informativi, editoriali e di comunicazione: nel periodo 1 gennaio-13 dicembre 2012 sono stati effettuati n. 150 interventi di *counseling* per la corretta applicazione dei marchi e dell'immagine coordinata.