

LaMMA punta sulla comunicazione video e rinnova la sala meteo.

Spazi più funzionali e supporti digitali adeguati alla scelta di produrre più contenuti audiovisivi per raccontare il meteo, i cambiamenti climatici e l'ambiente della Toscana.

Un servizio pubblico per raccontare in maniera più diffusa possibile il meteo, il clima ed i suoi cambiamenti deve sfruttare al meglio i canali di divulgazione di cui dispone.

In questo senso la comunicazione è sempre stata un punto cardine delle attività del Consorzio LaMMA, da quando gli utenti del sito web erano qualche migliaio fino ad oggi che sono oltre 5 milioni.

La collaborazione con la RAI fin dai primi anni 2000 ha contribuito in modo importante a far conoscere il LaMMA ai cittadini toscani ed italiani, grazie agli interventi in diretta sia nei telegiornali nazionali sia al TG3 Toscana. Ancora oggi il LaMMA assicura una presenza fissa e costante nella rubrica **“Buongiorno Regione”** tra le 7:30 e le 8:00, nel notiziario radiofonico e con il servizio sulle previsioni della settimana che va in onda il venerdì, nell'edizione delle 19:30. Dal 2019 i video del **“Meteo in Toscana”** prodotti ogni giorno e altri contenuti di approfondimento alimentano il canale YouTube del Consorzio e la scelta è di incrementare in modo importante questa modalità di comunicazione.

.....

“Il rinnovo della sala meteo non è motivato da ragioni “estetiche” quanto da una scelta funzionale e strategica”, afferma il direttore del LaMMA Bernardo Gozzini, “ovvero quella di voler rispondere e adeguarsi alle esigenze del nuovo scenario della comunicazione digitale. Quando nel 2010 è stata realizzata la sala meteo, che avete visto negli ultimi anni, il mondo della comunicazione era molto diverso da quello di oggi. Era stata pensata unicamente come spazio per le dirette TV con la RAI e i brevi video per le TV locali. Negli ultimi anni però lo scenario si è rivoluzionato: la richiesta di contenuti video è molto aumentata e così le esigenze sono mutate. Oggi tutti si informano usando principalmente lo smartphone, se vogliamo raccontare il meteo e veicolare contenuti autorevoli e scientificamente attendibili ai cittadini toscani dobbiamo far sì che i nostri contenuti siano non solo in TV ma anche su Facebook, su YouTube, su Twitter. Per questo rinnoviamo la sala meteo. **Per avere spazi funzionali e produrre più facilmente contenuti audiovisivi da diffondere sul web e sui social.** Perché su quelle piattaforme è importante che i cittadini possano trovare fonti informative affidabili che si impegnano a comunicare senza troppi sensazionalismi ma con una sobrietà oggi forse un po' fuori moda. Non abbiamo certamente grandi budget ma abbiamo però persone sensibili a questi temi, da sempre, e per questo dobbiamo facilitare le cose lavorando ad un progetto che punta alla filiera di produzione, che parte proprio dagli spazi.”

.....

Secondo il report Digital 2021 di Wearesocial (<https://wearesocial.com/it/digital-2021-italia>) in Italia sono 50 milioni le persone online ogni giorno e 40 milioni quelle attive sui canali social media. Tra questi il più utilizzato è YouTube e le statistiche dicono che il 73% degli utenti accede al web per guardare video. **Essere presenti con contenuti di qualità sui canali social e sul web è una necessità anche per una realtà di servizio pubblico quale il LaMMA.** “Non intendiamo in alcun modo competere con le realtà commerciali o con gli editori”, afferma Gozzini, “ma è indubbio che se vogliamo informare i cittadini sul meteo, i cambiamenti climatici, la sicurezza della navigazione, la sostenibilità ambientale dobbiamo cercare di essere visibili sui canali che loro consultano preferibilmente.”

“Durante la pandemia abbiamo cominciato a fare delle dirette Facebook dalla sala meteo per lanciare le previsioni del week end, commentare eventi particolari o per spiegare l'emissione di una allerta meteo” spiega **Valentina Grasso**, ricercatrice del CNR IBE che segue le attività di comunicazione del LaMMA, “ci siamo così resi conto che dovevamo ripensare gli spazi della sala meteo nell’ottica di differenziare la produzione dei video. Abbiamo quindi lavorato ad un progetto che ci permettesse di rendere gli spazi più funzionali e flessibili. Abbiamo previsto 3 diversi punti di ripresa: il set principale da cui vanno in onda le dirette RAI con un nuovo videowall composto da 4 monitor da 55 pollici; un fondale istituzionale per interviste brevi e una postazione di ripresa con luci dedicate presso al pannello del monitoraggio composto da 6 monitor dove scorrono le immagini in tempo reale trasmesse dal satellite, i dati del radar e delle stazioni meteo. Al progetto si accompagnerà un lavoro di grafica per identificare dei format semplici ma riconoscibili da adattare a esigenze diverse, come quelle dei progetti europei. Avremo forse modo di incrementare anche la collaborazione con la WEBTV del CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche), che è uno dei soci del Consorzio LaMMA, con cui abbiamo spesso prodotto contenuti in collaborazione.”

Un investimento volto alla flessibilità e alla funzionalità, per incentivare la produzione video e raccontare le tante attività che il consorzio porta avanti per la collettività toscana e non solo, ma anche i progetti europei e le attività scientifiche in cui è coinvolto a livello nazionale e internazionale. La produzione video sarà parte integrante anche del sito web **LaMMA che conta 5 milioni di utenti unici all’anno**, un pubblico potenzialmente molto ampio a cui raccontare la ricerca che qui ogni giorno viene portata avanti.