



**COSMOOBSERVER**

**SPACE RESEARCH & MEDIA PROJECT**

# **DOSSIER**

## **DI PRESENTAZIONE**



# INDICE

<b>Presentazione ufficiale</b>	pag. 2
<b>Un sito dedicato al cosmo diverso dagli altri</b>	pag. 3
<b>Non solo un sito, ma un insieme coordinato di canali divulgativi</b>	pag. 4
<b>Trasparenza / Il fondatore</b>	pag. 5
<b>Contatti / Nota di CSR</b>	pag. 6



# Presentazione UFFICIALE

**COSMOBERVER** è un sito di divulgazione scientifica che tratta i temi dell'astronomia, astrofisica e astronautica. Fondato alla fine del 2014 ed è diventato operativo all'inizio del 2015.

[www.cosmobserver.com](http://www.cosmobserver.com)

L'obiettivo del sito è quello di avvicinare la scienza al grande pubblico attraverso articoli divulgativi scritti in modo semplice e comprensibile. Altro obiettivo dichiarato, è quello di far conoscere i protagonisti e i divulgatori di queste scienze affascinanti, mettendo in evidenza anche il "fattore umano", vero motore verso la conoscenza e l'evoluzione scientifica.

Ad oggi, COSMOBERVER ha intervistato gli astronauti **Franco Malerba** e **Maurizio Cheli**, il **Prof. Walter Ferreri** (Osservatorio Astrofisico di Torino e fondatore della rivista Nuovo Orione), **Antonio Lo Campo** (giornalista scientifico specializzato in astronautica), il **Prof. Attilio Ferrari** (Presidente del Planetario di Torino), **Fabio Falchi** (ricercatore e primo autore dell'Atlante Mondiale dell'Inquinamento Luminoso) e i divulgatori scientifici **Piero Bianucci** (saggista e fondatore di TuttoScienze) e **Piero Angela** (Rai).

Fin dalla sua nascita, la redazione di **COSMOBERVER** è stata attenta al rapporto con il pubblico, non solo attraverso il sito, ma anche con uno strategico utilizzo dei social network e della stampa specializzata e generalista, grazie ad importanti media partnership.

Emmanuele Macaluso  
*Fondatore di COSMOBERVER*  
Mobile +39.347.75.74.366  
[thecosmobserver@gmail.com](mailto:thecosmobserver@gmail.com)

# Un sito dedicato AL COSMO diverso dagli altri

L'obiettivo principale di **COSMOOBSERVER** è quello di condividere con i propri lettori contenuti **originali**. Fotografie, interviste, reportage e recensioni sono curate direttamente dai nostri divulgatori. Le uniche fotografie riprese da altre fonti (e sempre citate) sono quelle legate all'attualità o alle recensioni.

Le interviste, nello specifico, nascono con l'intento non solo di divulgare, ma anche di avvicinare i protagonisti dello spazio al pubblico, mettendo in risalto la passione che ha portato al superamento dei cosiddetti limiti condivisi.

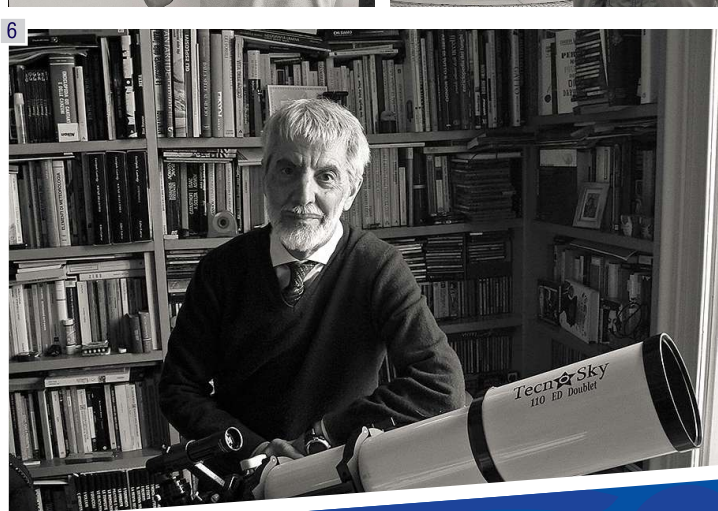
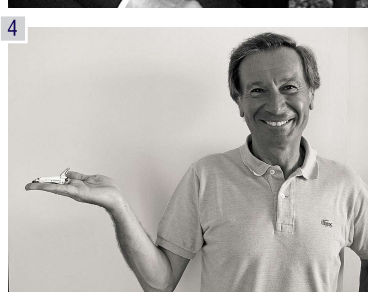
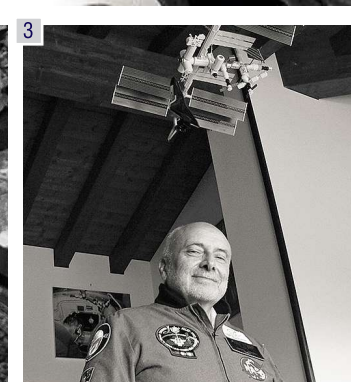
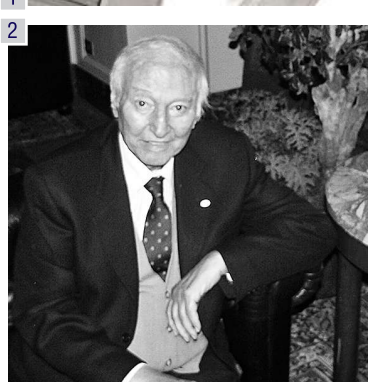
Da qui l'esigenza di **foto e contenuti esclusivi**, e la necessità di incontrare dal vivo coloro che fin da piccoli ci vengono presentati freddamente come "gli scienziati" o "gli esperti" e che noi vogliamo conoscere (e far conoscere) meglio.

Altro obiettivo è quello di incontrare e conoscere le reali eccellenze dello spazio. È per questa ragione che **selezioniamo** con grande attenzione i protagonisti delle nostre interviste e dei reportages.

Una scelta di qualità quindi, che ben si rispecchia e comprende attraverso uno slogan pubblicitario di qualche anno fa: *"Per molti, ma non per tutti"*.

Da questo concetto la volontà di fondare un sito di divulgazione non periodico, dove la nostra unica occupazione possa rimanere quella di entrare in contatto con astronomi, astrofisici, astronauti e astrofili. Un progetto che negli anni è diventato un vero e proprio sistema integrato e cross mediale di divulgazione e comunicazione scientifica.

- (1) Walter Ferreri - Astronomo
- (2) Piero Angela - Divulgatore scientifico
- (3) Franco Malerba - Astronauta
- (4) Maurizio Cheli - Astronauta
- (5) Antonio Lo Campo - Giornalista scientifico- Astronautica
- (6) Piero Bianucci - Divulgatore scientifico



# Non solo un sito ma un INSIEME COORDINATO di canali divulgativi

Il sito è solo uno dei canali comunicativi che mettiamo a disposizione dei tecnici e degli appassionati di spazio e astronomia.

Al sito uniamo il lavoro coordinato di Relazioni Pubbliche, i social e le attività di stampa.

## Relazioni Pubbliche

Entrare in contatto con i protagonisti dei contenuti di COSMOBSERVER, e creare delle reti reali di condivisione dei contenuti è un'attività importante che non solo rende la piattaforma e i suoi divulgatori più credibili, ma agevola la creazione di rapporti sul lungo periodo, e non soltanto *una tantum*.

Di fatto sia COSMOBSERVER, che la comunità scientifica e il pubblico sono insieme di persone. Un concetto sempre molto presente nei momenti di scelta dei contenuti e delle strategie di comunicazione. Strategie che si attuano sia *off* che *on-line*.

Alle attività di RP appena descritte aggiungiamo l'utilizzo di una mailing list con centinaia di indirizzi mail, attraverso la quale COSMOBSERVER entra in contatto con la sua platea in modo diretto e senza filtri.

## Social

È possibile infatti seguire le attività di COSMOBSERVER attraverso i social.

La pagina ufficiale **Facebook** ([www.facebook.com/cosmobserver](http://www.facebook.com/cosmobserver)) conta ormai migliaia di fan reali. Questa considerazione del "reale" è essenziale per comprendere al meglio la qualità delle scelte editoriali e strategiche di COSMOBSERVER. Il gradimento dei canali social avviene in modo spontaneo, senza accedere a nessun servizio a pagamento.

Quante volte avete visto pagine Facebook con migliaia di "like" e pochissimi "mi piace" ai singoli post? Come è possibile avere una platea immensa e un grado di attenzione così limitato? La risposta è semplice: i "mi piace" alla pagina sono stati acquistati! Questo non rientra nella filosofia del nostro progetto.

Occupandoci seriamente di divulgazione, rivolgiamo il nostro lavoro alle persone.

Sia a quelle che ci dedicano il loro prezioso tempo per le interviste, sia a quelle che ci dedicano la loro altrettanto preziosa attenzione leggendo i nostri articoli. Il rapporto tra la grandezza della platea e l'interazione attiva ai singoli post è quindi realistica e confermata dai dati insight della piattaforma.

COSMOBSERVER è anche su **Twitter** (<https://twitter.com/thecosmobserver>).

Anche su questa piattaforma i follower del nostro account. La filosofia strategica e comunicativa applicata a questo canale è la stessa utilizzata e descritta nelle righe precedenti.

## Stampa

All'uscita di ogni articolo, affianchiamo alle nostre attività di comunicazione diretta, quelle offerte dagli organi di stampa on e off-line e dai nostri media partners.

# TRASPARENZA

A partire dal gennaio 2016, ogni anno, la redazione di COSMOBERVER produce e pubblica il Bilancio di Missione. Il bilancio di missione è un documento formale - inserito nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI o CSR) - attraverso il quale si rendono pubblici e si certificano i risultati ottenuti nell'anno precedente. Si ricapitola l'attività editoriale elencando gli articoli pubblicati, si certificano i volumi e gli andamenti dei social e del blog e si quantificano le attività di stampa e relazioni pubbliche.

Il bilancio viene stilato sotto la supervisione del Comitato Etico Scientifico del **Manifesto del Marketing Etico**.

## Il fondatore e project manager Emmanuele Macaluso



**Emmanuele Macaluso**, classe 1977, è un saggista, divulgatore scientifico, conferenziere e project manager specializzato in marketing e comunicazione.

Affascinato fin dall'infanzia dal cosmo, ha frequentato diversi corsi di astronomia, astrofisica e astronautica, tenuti da alcuni dei massimi esperti italiani di queste discipline scientifiche.

Nel 2014 ha fondato il blog di divulgazione scientifica COSMOBERVER, con l'intento di "dare voce" ai protagonisti del cosmo "avvicinandoli" al grande pubblico. Ha intervistato astronomi, astrofisici, astronauti e divulgatori scientifici.

In pochi mesi, ha portato COSMOBERVER ad essere un riferimento credibile nell'ambito della divulgazione scientifica italiana. Risultato ottenuto grazie alla creazione di un nuovo modello di divulgazione scientifica privata, basato sulla qualità dei contenuti, sulla certificazione trasparente e reale dei volumi e la creazione di partnership strategiche

in grado di formare un vero e proprio network crossmediale in continua espansione.

Dal 2015 è l'addetto alle Relazioni Pubbliche digitali dell'astronauta Maurizio Cheli (Missione STS-75).

Nel 2016, a seguito dello schianto del lander "Schiaparelli" su Marte, ha scritto un articolo nel quale ha analizzato la *crisis communication* di ESA e ASI. L'articolo ha avuto una notevole risonanza sui social ed è stato ripreso e rilanciato da decine di testate giornalistiche generaliste e di settore.

Dopo l'annuncio di Elon Musk e SpaceX, nel marzo 2017, di inviare entro la fine del 2018 due turisti spaziali verso l'orbita lunare, ha scritto e pubblicato un breve saggio di analisi strategica e comunicativa. Anche in questo caso ripreso dai media *one off line*.

Nel giugno 2017 il suo articolo sull'inquinamento luminoso dal titolo: "*Inquinamento luminoso: analisi di un problema globale*", ha richiamato l'attenzione dei media nazionali ed è stato ripreso da programmi televisivi, radio, blog e portali di informazione generalisti e specializzati. A seguito della pubblicazione dell'articolo, ha contribuito, attraverso eventi pubblici e conferenze, a dare visibilità a questo problema anche grazie alla formula dell'*infotainment*, informando migliaia di persone in tutta Italia.

Ha pubblicato articoli e saggi per diverse testate giornalistiche e scientifiche, tra le quali citiamo la rivista "Le Stelle" ed insegna divulgazione scientifica ed astronautica per diversi enti privati.

È l'autore e il primo firmatario del Manifesto del Marketing Etico e per le molte similitudini nei principi e nelle qualità divulgative è stato definito dalla stampa come l'Al Gore italiano.

È possibile leggere la bio completa qui: [www.emacaluso.com/profile.html](http://www.emacaluso.com/profile.html)

#### Affiliazioni

- > Membro della comunità scientifica astronomica internazionale "Astronomers Without Borders"
- > Socio di "CieloBuio - Coordinamento per la Protezione del Cielo Notturno"
- > Membro del "Club del Marketing e della Comunicazione"
- > Membro di "Comunicazione Italiana"

#### Riconoscimenti e Onorificenze

- > Targa d'argento del Presidente della Repubblica Italiana - In collaborazione con il "Comitato Giù le Mani dai Bambini Onlus" (Novembre 2009)
- > Marchio della Microeditoria di Qualità 2015 - Premio assegnato al saggio "Dirty Marketing", edito da Golem Edizioni (Novembre 2015)
- > Inserimento del saggio "Dirty Marketing" nella biblioteca del Centro UNESCO di Torino (Novembre 2014)
- > Inserimento del saggio "Bende Invisibili - Manifesto del Marketing Etico" nella biblioteca del Centro UNESCO di Torino (Luglio 2014)

# CONTATTI

**Mobile**

+39. 347.75.74.366

**Web**

[www.cosmobserver.com](http://www.cosmobserver.com)

**Blog**

<http://thecosmobserver.blogspot.com>

**E-mail**

[thecosmobserver@gmail.com](mailto:thecosmobserver@gmail.com)

**Facebook**

<https://www.facebook.com/cosmobserver>

**Twitter**

<https://twitter.com/thecosmobserver> (@thecosmobserver)

**Instagram**

[www.instagram.com/cosmobserver](http://www.instagram.com/cosmobserver)

**Hashtag**

#thecosmobserver

# Note di CSR

Questo file è a tua completa disposizione e tutti i dati contenuti sono reali, riscontrabili e disponibili al trattamento dei dati (compresi quelli personali) secondo la normativa vigente.

Non stampare questo documento, pur guardando verso il cielo e lo spazio, Cosmobserver ti invita a rispettare anche la Terra.



non stampare!  
usa il formato elettronico.

## Crediti

**Foto:**

NASA

Emmanuele Macaluso per Cosmobserver.com

Erika Toselli

**Grafica e impaginazione:**

BFO Stile





SPACE RESEARCH & MEDIA PROJECT



[www.cosmobserver.com](http://www.cosmobserver.com)  
[facebook.com/cosmobserver](https://facebook.com/cosmobserver)  
[www.instagram.com/cosmobserver](https://www.instagram.com/cosmobserver)  
[@cosmobserver](https://twitter.com/thecosmobserver)  
[thecosmobserver.blogspot.com](http://thecosmobserver.blogspot.com)