I THINK TANK IN ITALIA

Dipartimento di
Comunicazione e
Ricerca Sociale

Sapienza
Università di Roma

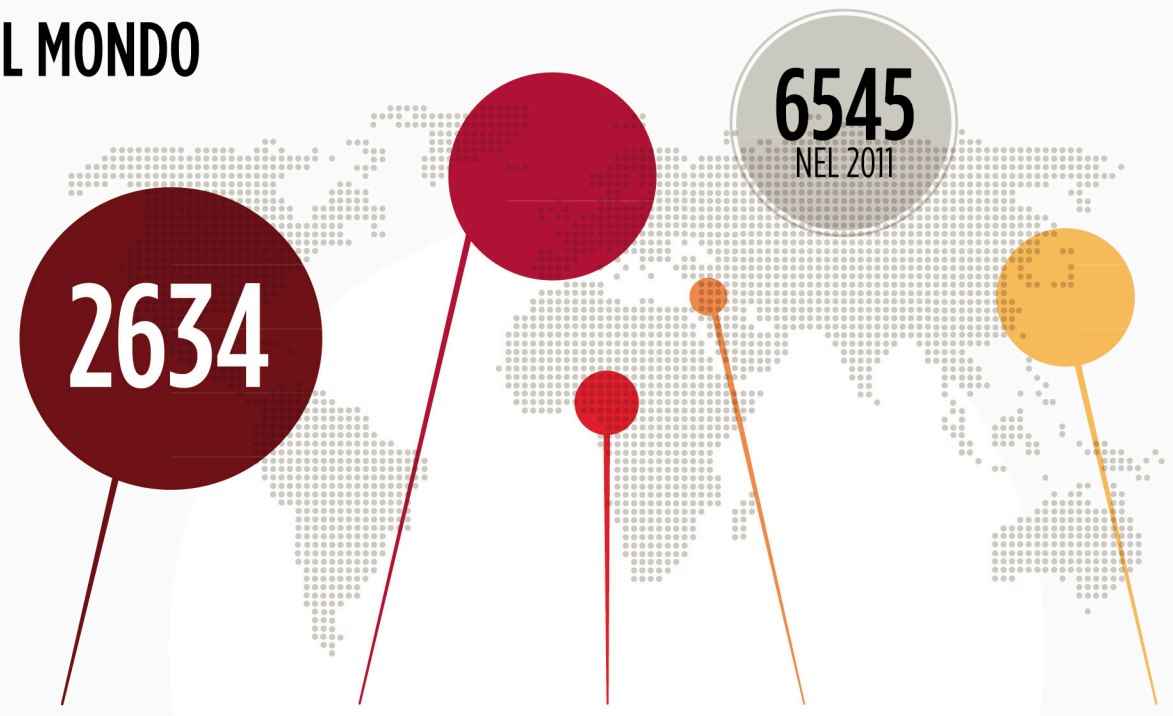
THINK TANK

KEYWORDS

- 100 ANNI DI TRADIZIONE
- UNIVERSITÀ SENZA STUDENTI
- AMMINISTRAZIONI PRESIDENZIALI OMBRA
- DIPLOMAZIA PARALLELA
- OPINION MAKER
- FILANTROPIA / PRIVATI

- ORGANIZZAZIONI GIOVANI
- DIBATTITO VS RICERCA
- BUROCRAZIA DI CARRIERA
- DIPLOMAZIA PARALLELA
- DIBATTITO TRA LE ELITE
- GOVERNO E FILANTROPIA / PRIVATI

NEL MONDO



AMERICHE	EUROPA	AFRICA	MEDIORIENTE	ASIA
40,2%	27,4%	8,4%	5%	18,3%

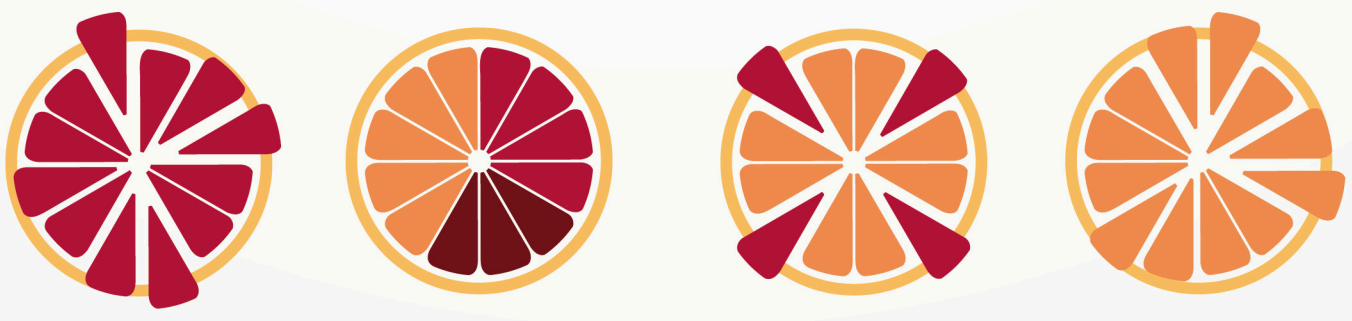
FONTE: FPRI 2012

AMERICA ED EUROPA A CONFRONTO

90 MLN $
BROOKINGS

8,6 MLN €
CEPS

PERCHÉ NASCONO IN ITALIA



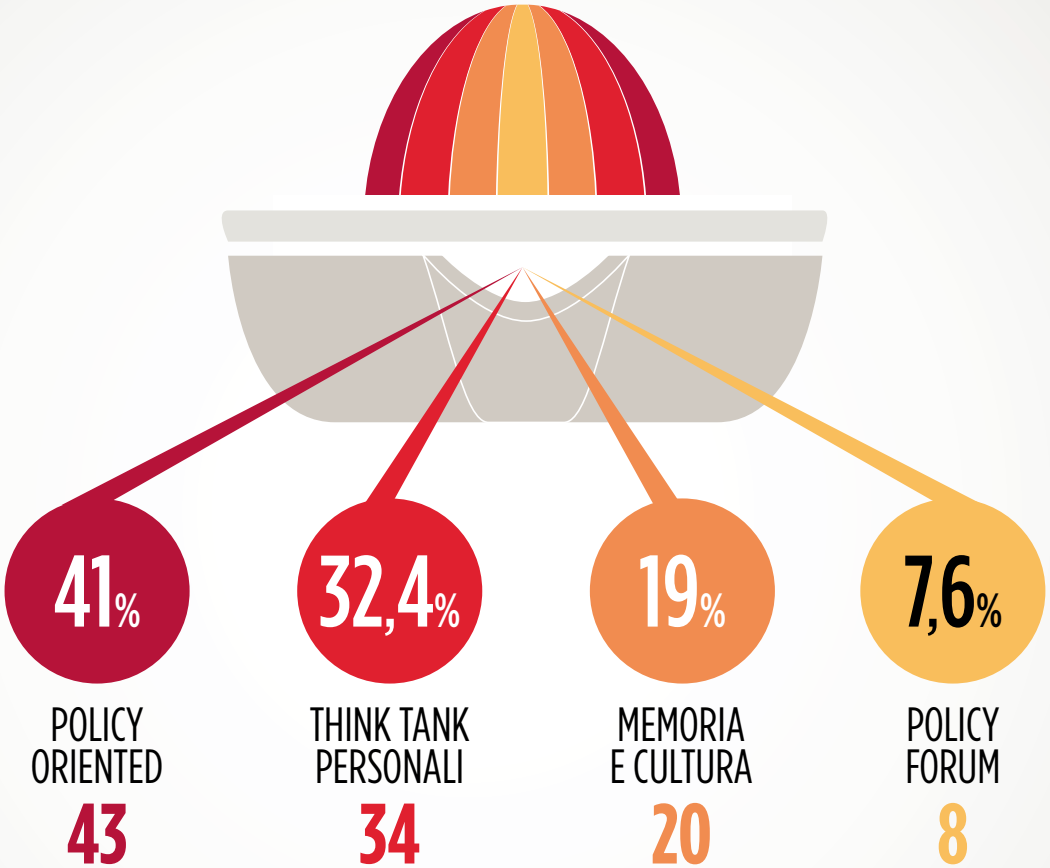
- CRISI DELLE ORGANIZZAZIONI DI PARTITO
- NUOVE FORME DI LOBBYING INDIRETTO
- NUOVI PUNTI DI ACCESSO PER INTERESSI E IDEE
- CRISI DELLA RICERCA UNIVERSITARIA

IN ITALIA

105
THINKTANKERS

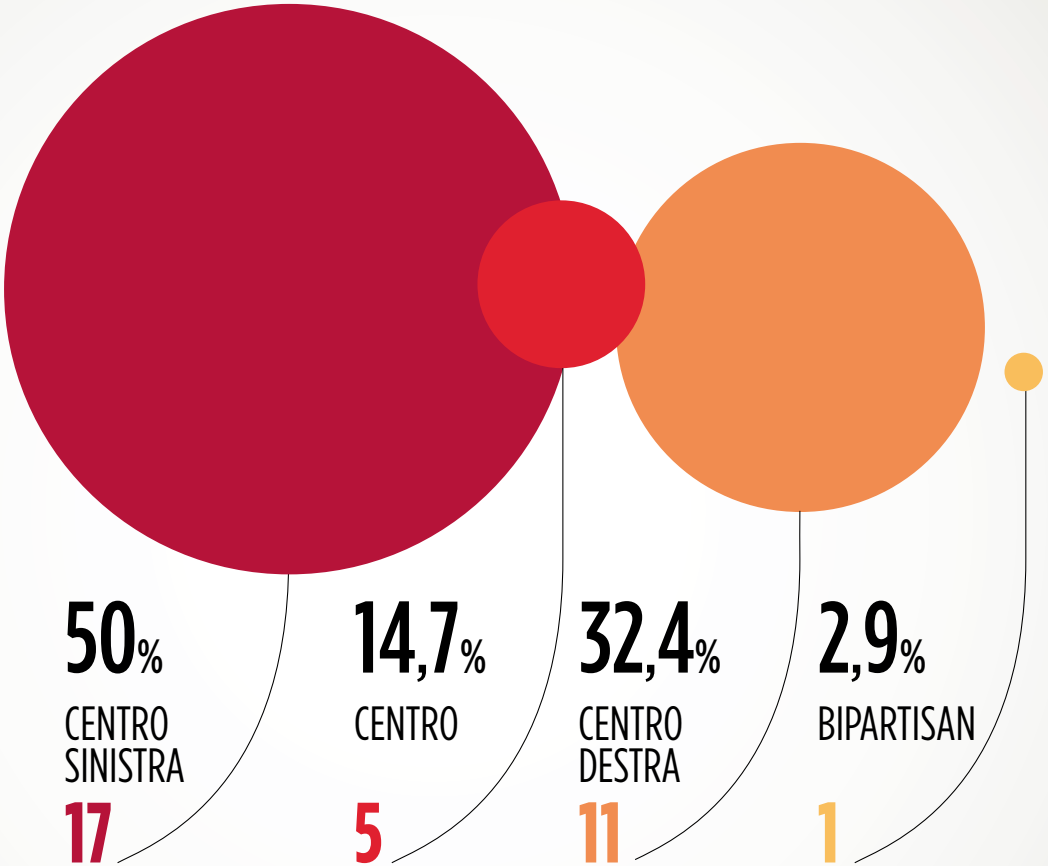
1800

BUDGET MEDIO
800 MILA
EURO



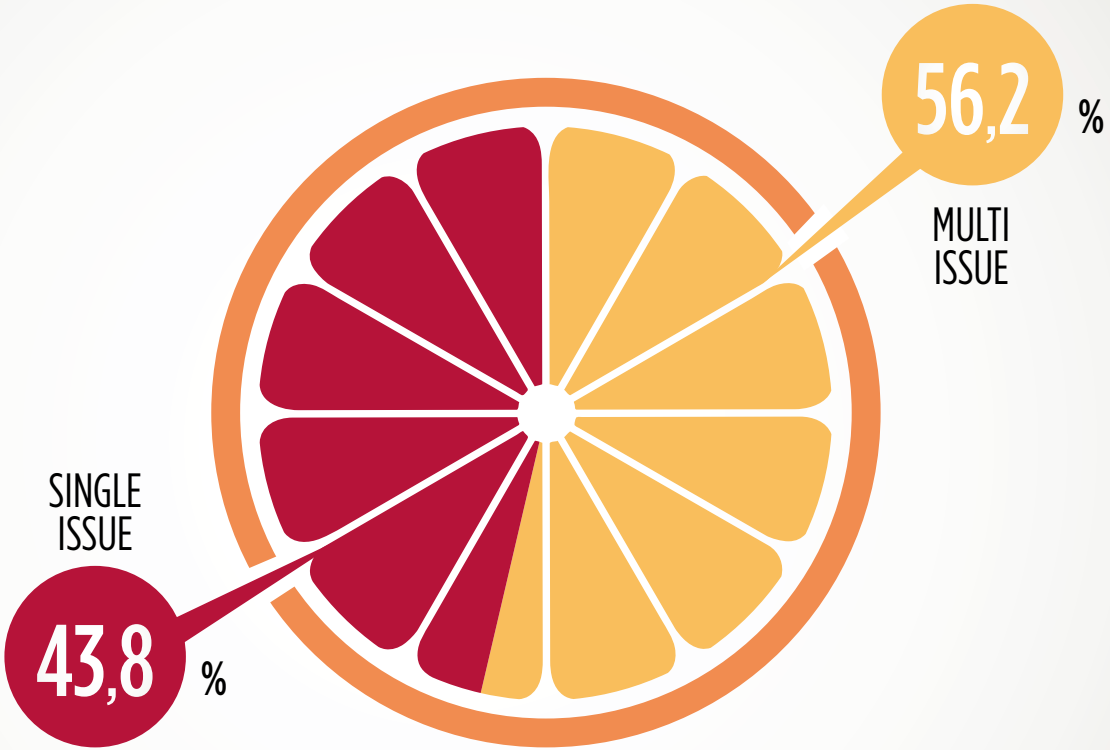
L'UNIVERSO DEI THINK TANK

THINK TANK **PERSONALI**



NEL CENTRODESTRA NASCONO DOPO 2008, MENTRE NEL CENTROSINISTRA QUANDO SONO ALL'OPPOSIZIONE

THINK TANK **DI CHE SI OCCUPANO**



POLITICA INTERNAZIONALE 8; POLITICHE ECONOMICHE 5; COMUNICAZIONE E TECNOLOGIA 5; AMBIENTE 3; CITTADINANZA ATTIVA 3

THINK TANK **LE ISSUE DEL 2011**

CRISI

INFRASTRUTTURE EUROPA

RIFORME ISTITUZIONI

LIBERALIZZAZIONI EURO MEDITERRANEO

FUTURO ITALIA LAVORO

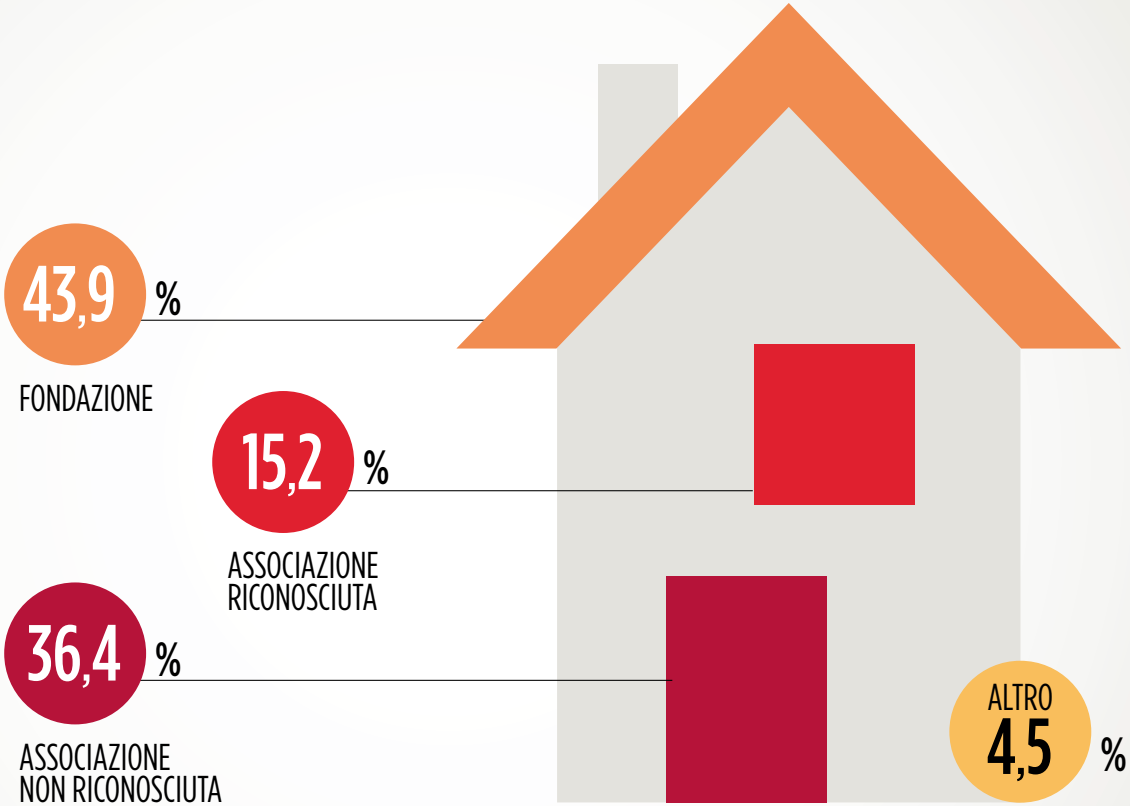
AGENDA DIGITALE ENERGIA / NUCLEARE

PRIMAVERA ARABA

BENI COMUNI

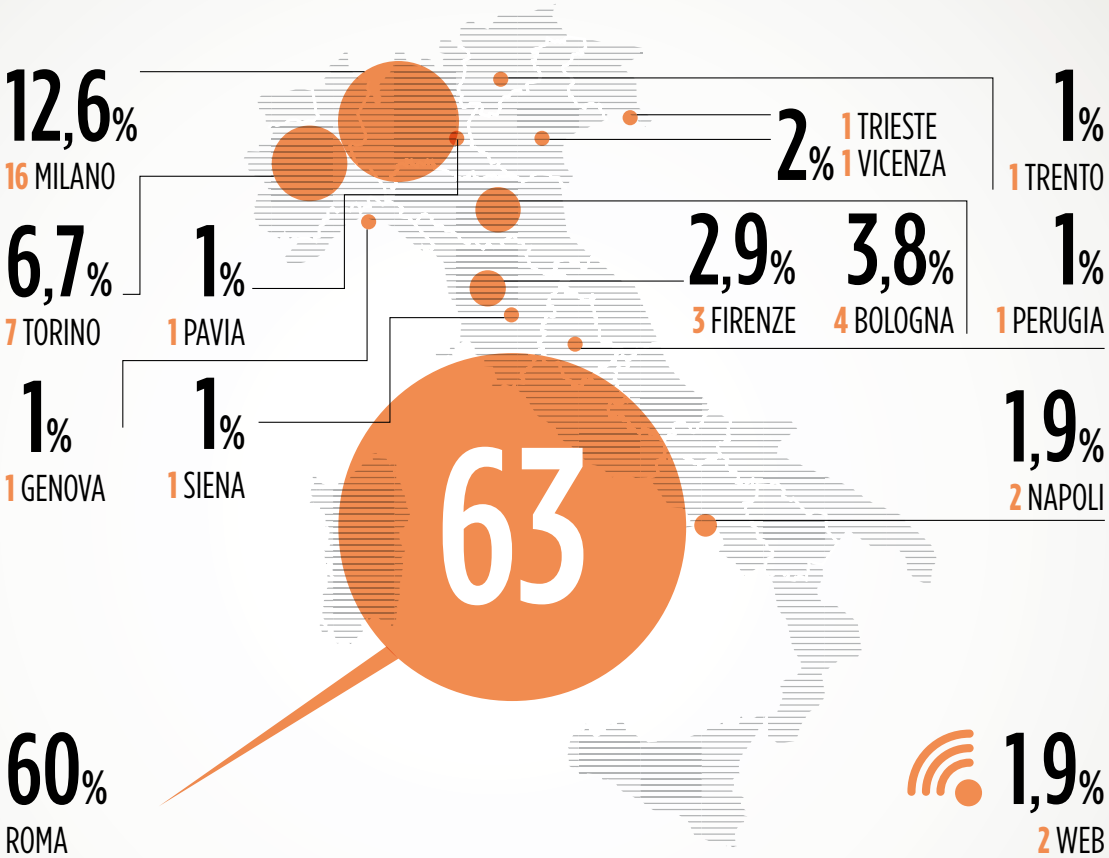
I THINK TANK INSEGUONO L'AGENDA, NON LA CREANO

THINK TANK **FORMA GIURIDICA**



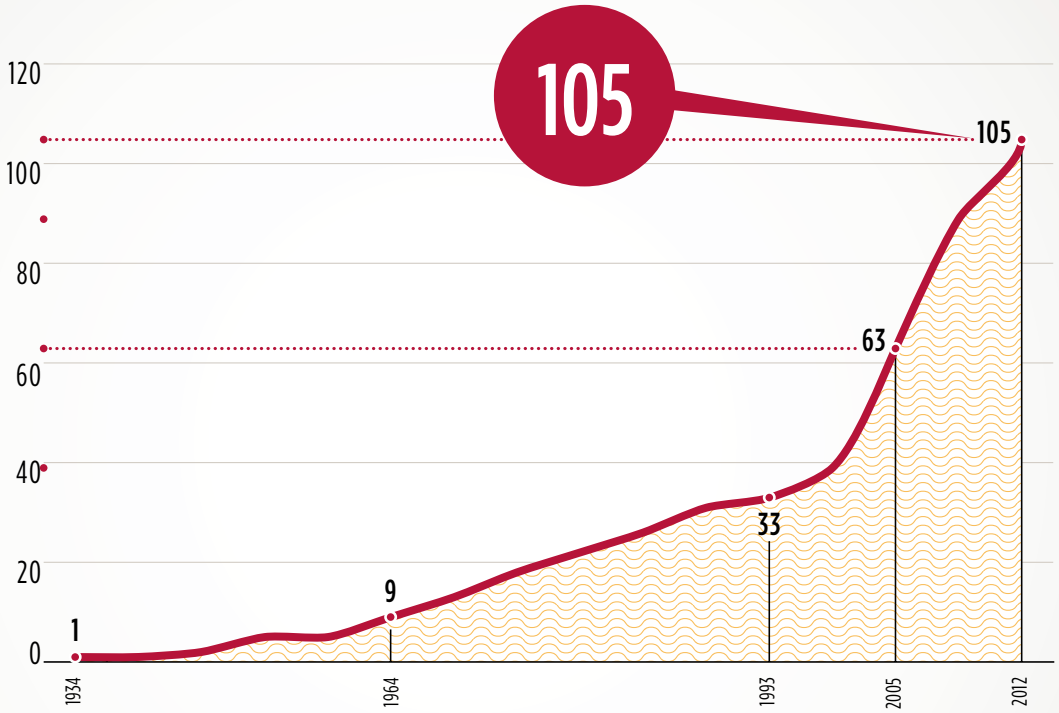
LE FONDAZIONI POSSEGGONO PATRIMONI DI SCARSA ENTITÀ:
RISCHIO PER AUTONOMIA?

THINK TANK **GEOREFERENZIAZIONE**



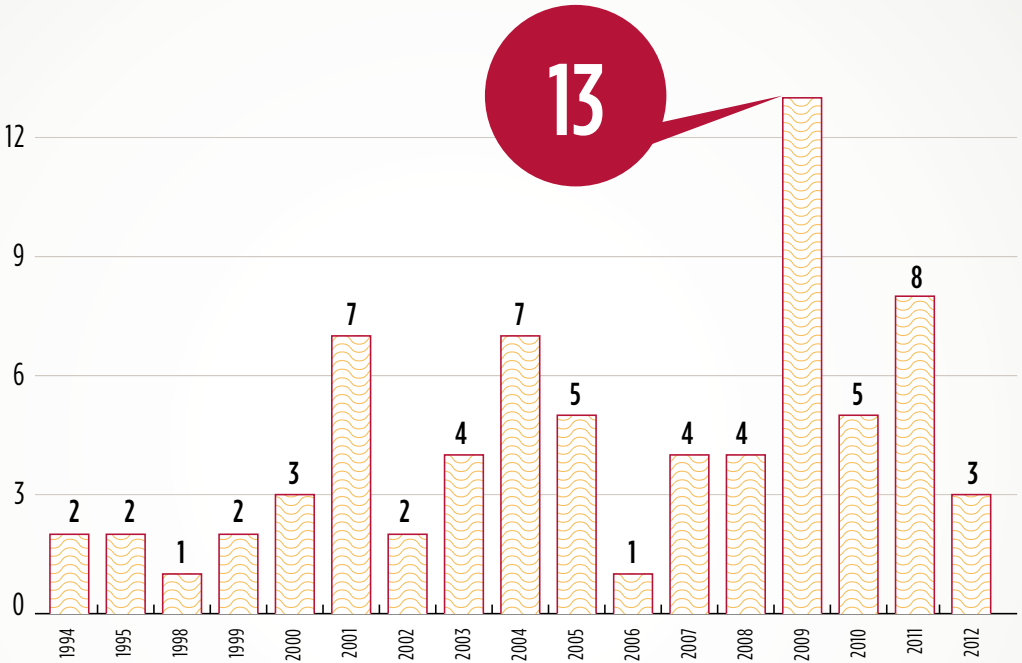
MANCA IL SUD; ROMA E... VIVACITÀ DI TORINO E MILANO, STATICITÀ DI BOLOGNA

THINK TANK **QUANDO NASCONO**



IL 41% NASCE DOPO ‘05; IL 92% DEI PERSONALI DOPO ‘00;
IL 45% DEI POLICY ORIENTED DOPO ‘00

THINK TANK ANNO PER ANNO (1992-2012)



2009: LA MODA DEI THINK TANK PERSONALI; 2011 UN PICCO PIÙ DISTRIBUITO;
2012: BOLLA FINITA?

THINK TANK **INDICE DI PRODUTTIVITÀ SCIENTIFICA**

22,4%
NULLO

58,2%
MEDIO 1-10

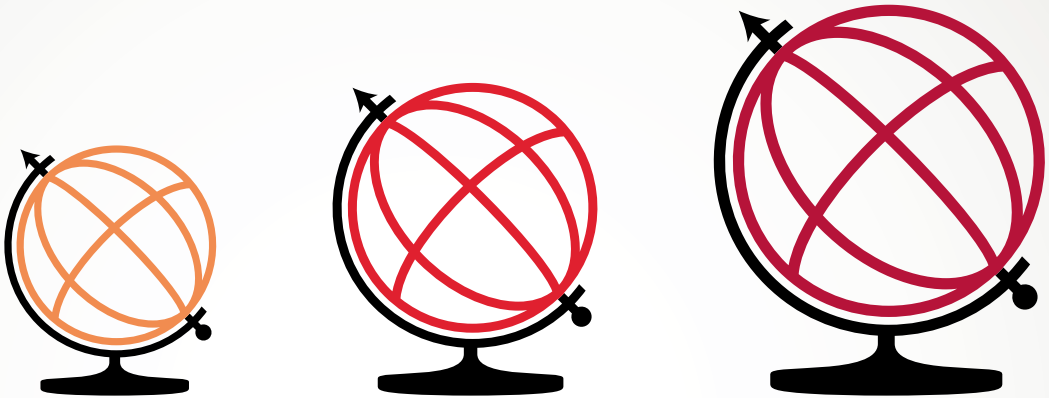
19,4%
ALTO >10

1 BORDONI

2 I-COM

3 BRUNO LEONI

THINK TANK **INTERNAZIONALIZZAZIONE**



46,4 %

NULLO

33,9 %

MEDIO 1-5

19,6 %

ALTO >5

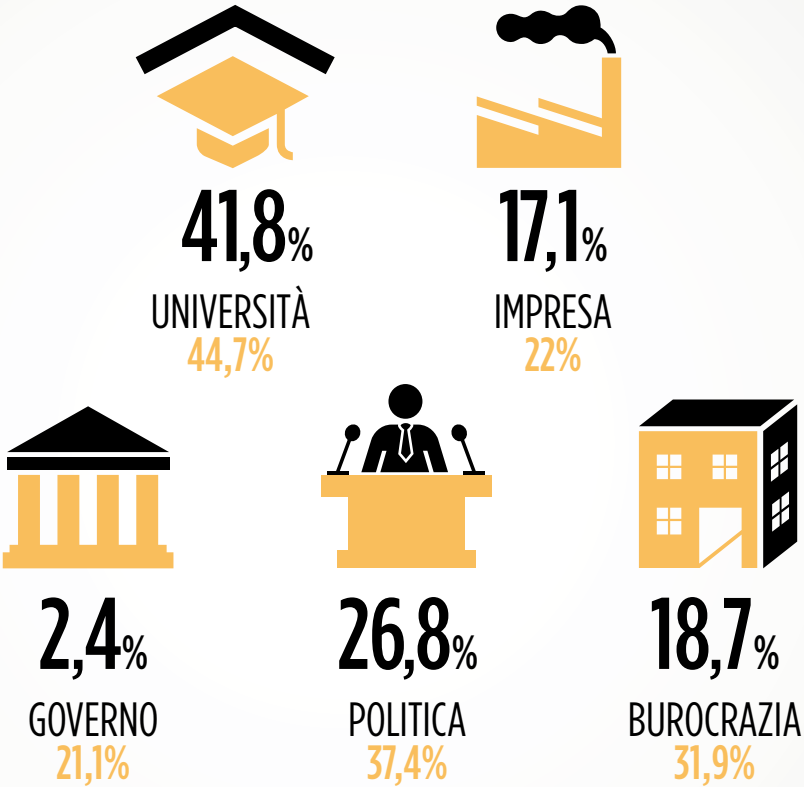
ISPI; ROSSELLI; EURICSE; IAI; TWAI; ITALIANIEUROPEI

THINK TANK COMITATO SCIENTIFICO

NUMERO DI MEMBRI DEL COMITATO SCIENTIFICO

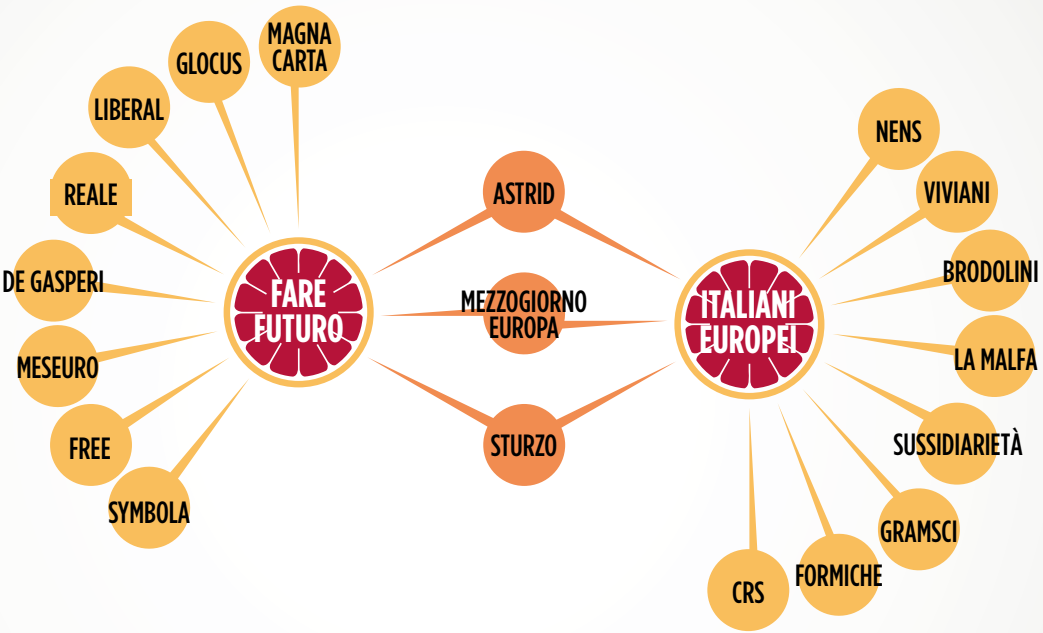
AUTOREVOLEZZA VERSUS RELAZIONI?
THINK TANK DI RILIEVO NON POSSEGGONO IL COMITATO SCIENTIFICO

THINK TANK **DIRETTORI E PRESIDENTI**

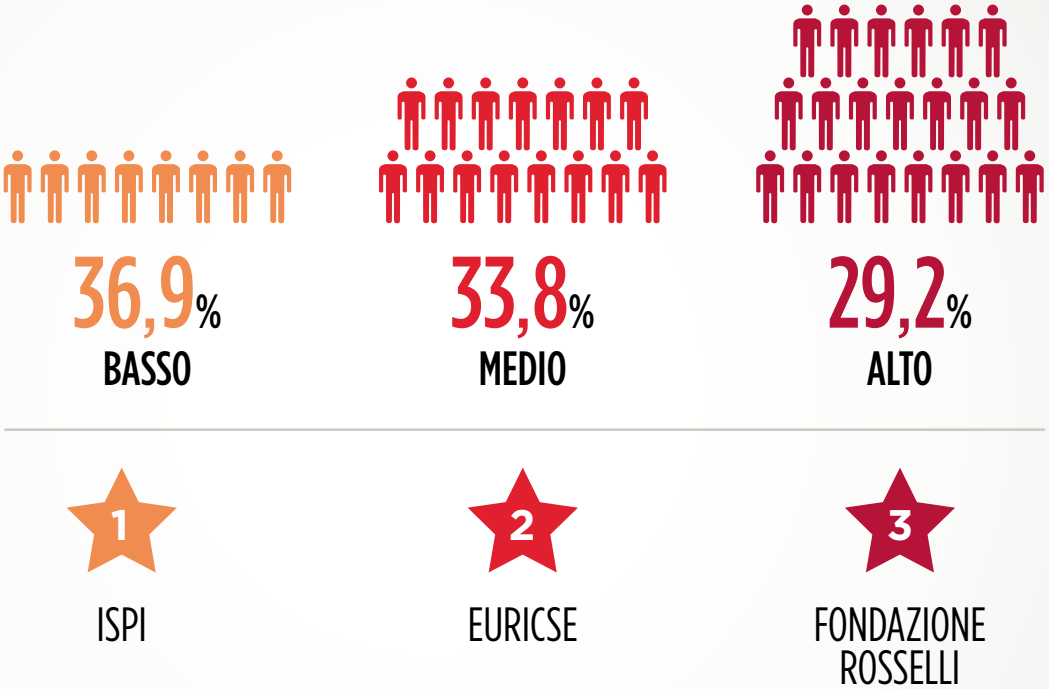


IN NERETTO LE POSIZIONI ATTUALI, IN GIALLO QUELLE PRECEDENTI AL 2011

THINK TANK **IL NETWORK**

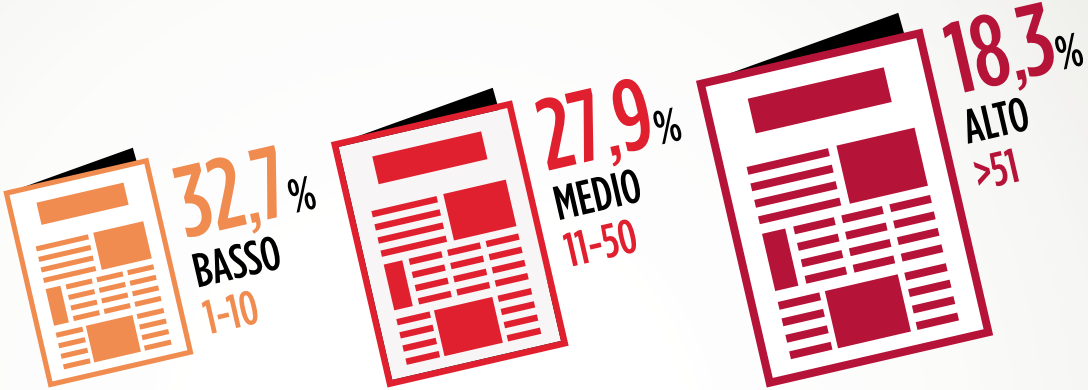


THINK TANK **INDICE DI AMPIEZZA RELAZIONALE**



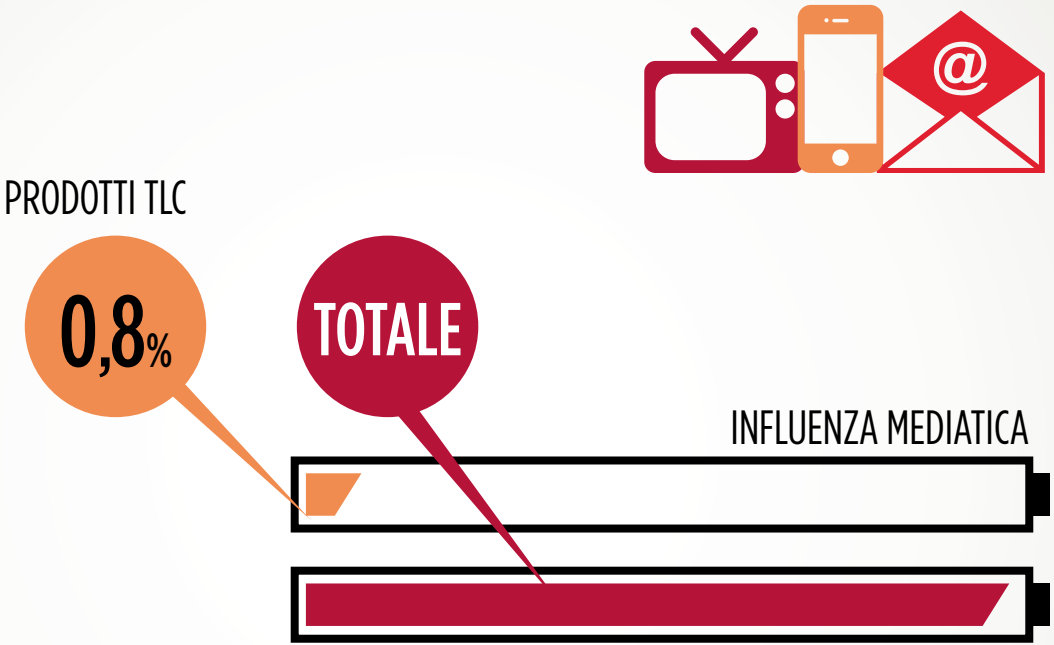
MAGNACARTA; CERCARE ANCORA; FONDAZIONE IOTTI

THINK TANK **INDICATORE DI VISIBILITÀ MEDIATICA**



1	2	3
CENSIS	ITALIA FUTURA	ITALIANIEUROPEI
489	**413**	**269**

IL 21,2% NON HA AVUTO ALCUNA CITAZIONE SUI QUOTIDIANI ITALIANI
NEL CORSO DEL 2011


PRODOTTI TLC
0,8%
TOTALE
INFLUENZA MEDIATICA

THINK TANK **SINTESI FINALE**

DIMENSIONI SCARSE E QUALCHE “GIGANTE”

INTERNAZIONALIZZAZIONE A MACCHIA DI LEOPARDO

BACINO AMPIO DI FORZA LAVORO

POCA RICERCA DI IMPATTO PUBBLICO

SISTEMA AUTOREFERENZIALE

I THINK TANK INSEGUONO L’AGENDA

IDEOLOGIA E VALORI PRET-A-PORTER

Dipartimento di
Comunicazione e
Ricerca Sociale

Sapienza
Università di Roma

MATTIA DILETTI
coordinatore

MARIO CASTAGNA

LORIS DI GIAMMARIA

NICOLA GENGA
raccolta dati

FRANCESCO MARCHIANÒ
raccolta dati

GIACOMO DE PANFILIS
progetto grafico