



UNIVERSITÀ
di **VERONA**

Direzione
**COMUNICAZIONE
E GOVERNANCE**

**2019
2021**

PIANO
DI COMUNICAZIONE



PIANO DI COMUNICAZIONE 2019 – 2021

- 1. Piano di Comunicazione 2019 – 2021**
- 2. Organizzazione, funzioni e attività della Comunicazione**
- 3. Comunicazione visiva**
- 4. Supporto agli Eventi**
- 5. Servizi dell’Agenzia di Stampa Univerona news**
- 6. Servizi Digital**
- 7. Servizi di Traduzione in lingua inglese**
- 8. Analisi del contesto: stakeholder e pubblici di riferimento**
- 9. Azioni da Piano integrato della Performance 2019 – 2021**

1

Piano di Comunicazione 2019 – 2021

Il Piano di comunicazione è lo strumento di programmazione degli obiettivi e delle azioni di comunicazione dell'Università di Verona. Il documento dà attuazione alla legge 150 del 2000 e rappresenta uno strumento di coordinamento degli attori della comunicazione presenti all'interno dell'Ateneo.

1. Quadro normativo

Lo Statuto dell'Università di Verona prevede, all'art. 12 (Informazione e comunicazione), che “per garantire il perseguimento dei propri fini istituzionali l'Università organizza i servizi necessari per assicurare in modo regolare ed efficace la diffusione delle informazioni all'interno dell'Ateneo, la Comunicazione e lo sviluppo di relazioni con l'esterno, necessarie al compimento della missione dell'Università prevista dall'art. 1 del presente Statuto”, ossia “la crescita, l'elaborazione critica e la diffusione del sapere e la promozione della cultura, al fine del progresso culturale, civile e sociale del Paese secondo i principi della Costituzione italiana e della Magna Charta delle Università Europee” (art. 1 - Finalità, autonomia e libertà dell'Università, comma 1).

Il Piano si inserisce nella **pianificazione strategica dell'Ateneo** per lo sviluppo della ricerca, della didattica e della Terza missione (Piano strategico 2016-2019). La Terza missione consiste in un ampio e variegato insieme di attività attraverso le quali l'Università entra in interazione diretta con la società, fornendo un contributo che accompagna le missioni tradizionali di insegnamento e di ricerca. Attività alle quali l'Università di Verona attribuisce un valore strategico, presente e futuro. A differenza delle attività di ricerca e di insegnamento, che sono dovere istituzionale di ogni docente, la Terza missione è «una responsabilità istituzionale a cui ogni Ateneo risponde in modo differenziato, in funzione delle proprie specificità e delle proprie aree disciplinari» (Anvur, “Manuale per la valutazione”, 13 febbraio 2015).

Di seguito gli obiettivi della **Terza Missione** individuati nel Piano Strategico 2016-2019:

- coinvolgere le comunità di persone, interlocutori istituzionali e aziende nella realizzazione di progetti di ricerca in ambiti condivisi e strategici;
- facilitare il trasferimento dei risultati della ricerca e la divulgazione del valore della ricerca;
- consolidare il public engagement anche a livello dipartimentale, favorendo lo sviluppo di progetti e azioni comunicazionali di divulgazione scientifica;
- progettare interventi innovativi tesi ad assicurare lo sviluppo della formazione continua su base convenzionale, non necessariamente collegata alla formazione post-laurea, supportando le iniziative dei Dipartimenti per aree omogenee, settori d'intervento, specifiche competenze.

2

Organizzazione, funzioni e attività della Comunicazione

L'Area Comunicazione fa parte della Direzione Comunicazione e Governance. Gestisce la **comunicazione istituzionale** e fornisce **strumenti e servizi di comunicazione** alle strutture dell'ateneo.

L'Area, in linea con il piano strategico e i documenti di programmazione, **cura l'immagine e la reputazione di ateneo**.

Nell'ottica della terza missione e, nello specifico, del *public engagement*, l'Area realizza eventi e progetti che mettano in relazione le comunità interne con le diverse realtà esterne, divulgando i risultati della ricerca accademica. Senza dimenticare di raccontare le persone che, per ottenere questi risultati, lavorano quotidianamente in tutto l'ateneo.

I **servizi** dell'Area Comunicazione sono riconducibili a cinque ambiti:

- comunicazione visiva
- supporto agli eventi
- servizi dell'agenzia di Stampa Univerona news
- servizi digital
- servizi di traduzione in lingua inglese

3

Comunicazione VISIVA

La sezione grafica sostiene alcuni degli innumervoli progetti di ateneo **progettando visivamente prodotti creativi** a supporto di:

- **immagine coordinata di ateneo** (cura dell'identità visiva e promozione del nostro brand)
- **attività istituzionali** (cerimonie, lauree *honoris causa*, commemorazioni)
- **eventi, spettacoli, mostre e iniziative di divulgazione scientifica** ritenuti importanti per reputazione e legame con il territorio
- **progetti di ricerca**
- **campagne promozionali e di sensibilizzazione**

Particolare attenzione viene riservata alla progettazione visiva dei prodotti destinati alla promozione dell'**offerta didattica** dell'ateneo.

Inoltre, si dà risposta ad **alcune richieste di progettazione grafica pervenute dai dipartimenti** (per promuovere convegni, seminari, incontri) o da **altre strutture** di ateneo (direzioni, biblioteche, scuole, centri, commissioni, consiglio studenti ecc.).

4

Supporto agli EVENTI

Gli eventi, parte integrante dell'attività istituzionale universitaria, si presentano numerosi e diversificati sia per i **soggetti** che li propongono (governance, dipartimenti, direzioni, biblioteche, commissioni, comitati, centri), sia per gli **ambiti** e il **target** a cui si rivolgono (divulgazione scientifica, didattica e studenti, orientamento in entrata/uscita, mobilità internazionale, momenti di vita universitaria quali inaugurazioni, cerimonie, spettacoli).

Rispetto al **livello di supporto** possiamo identificare:

- eventi **organizzati o fortemente supportati dall'Area Comunicazione**
 - inaugurazioni anno accademico
 - cerimonie di proclamazione dei dottori di ricerca
 - lauree *honoris causa*
 - Notte della Ricerca
 - iniziative di divulgazione scientifica (Kidsuniversity, CinemaAteneo...)
 - Giornata della Memoria e commemorazioni
 - mostre
 - spettacoli
- eventi **sostenuti dall'Area Comunicazione senza supporto organizzativo** (rassegne dei dipartimenti aperte alla città, incontri delle direzioni, iniziative di comitati, centri, commissioni).

I **principali eventi** sostenuti in questi anni sono stati:

- *open lecture* con personalità di spicco dei vari ambiti accademici
- iniziative legate ai temi della sostenibilità (corsi, incontri, *summer school*, cinema sostenibile...)
- iniziative per l'8 marzo, festa della donna
- iniziative contro la violenza sulle donne
- mostre organizzate dal Sistema Bibliotecario

5

Servizi dell'Agenzia di Stampa Univerona News

L'agenzia di stampa cura le relazioni con i mass media e la diffusione delle notizie sulla base dei valori-notizia, condivisi con l'editore, nell'ottica di divulgare al pubblico esterno, attraverso gli organi di stampa, le attività dell'ateneo e curarne la reputazione. Le tipologie di notizie fanno principalmente riferimento a eventi, ricerche, fatti, storie e notizie di servizio per il pubblico esterno legate alle attività istituzionali dell'ateneo. I principali valori-notizia sono: novità, vicinanza (di tempo e di luogo, fisica e culturale), rilevanza, comunicabilità, idea di progresso, conseguenze pratiche, human interest.

Gli strumenti utilizzati dal servizio sono:

- **Comunicato stampa:** nota giornalistica scritta per comunicare alle redazioni una notizia
- **Conferenza stampa o Focus giornalistico:** incontro di approfondimento con i giornalisti per comunicare notizie o fatti di ambiti specifici. Sono legati a presentazioni di risultati di ricerche scientifiche di particolare rilievo e a eventi scientifici di grande impatto sull'opinione pubblica
- **Calendario settimanale degli appuntamenti:** segnalazione dei principali eventi di Public engagement organizzati dall'ateneo e dai dipartimenti
- **Univrmagazine:** è il magazine dell'agenzia di stampa UniVerona News, sul quale vengono pubblicati gli articoli giornalistici redatti su fatti relativi alla vita di ateneo con un interesse per il pubblico esterno generalista. Ogni giovedì viene inviata una newsletter con i nuovi articoli
- **Approfondimenti e interviste con i giornalisti:** individuazione di fonti autorevoli all'interno della comunità Univr per l'organizzazione di interviste e approfondimenti su temi di attualità o di settore richiesti dalle redazioni
- **Interviste audio e video** da condividere sui principali canali di comunicazione esterna dell'ateneo

6

Servizi DIGITAL

L'Area Comunicazione gestisce i contenuti pubblicati sulle **pagine social istituzionali** dell'Università e fornisce le linee guida al personale docente per la gestione autonoma di pagine relative a strutture e progetti dell'Ateneo.

L'Area offre, inoltre, supporto alla gestione dei **contenuti pubblicati sui siti di dipartimento**; gestisce le **“vetrine” presenti nelle home page** e **supporta il personale docente nella pubblicazione** di iniziative (primo piano, convegni, seminari) fornendo tutorial dedicati. L'Area ha la funzione di coordinare le diverse attività dell'ateneo sul web e sui Social Media al fine di valorizzarle grazie a una comunicazione efficace sui vari canali.

Gestisce le pagine e profili istituzionali dell'ateneo sui seguenti Social Media:

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- LinkedIn
- Flickr
- Telegram
- Spotify

7

Servizi di traduzione in lingua INGLESE

L'Area Comunicazione dispone di un servizio di traduzione in lingua inglese per l'ateneo. È possibile richiedere la traduzione di testi inglese > italiano e italiano > inglese delle seguenti tipologie di documenti:

- pagine web dell'ateneo
- prodotti di comunicazione dell'ateneo (solo testo)
- moduli e regolamenti interni
- documenti informativi per studenti o docenti internazionali

8

Analisi del contesto: stakeholder e pubblici di riferimento

PUBBLICI DI RIFERIMENTO			
Interno	Docenti		
	Personale tecnico amministrativo		
	Studenti		
Esterno	Territorio	Comunità cittadina	
		Enti, istituzioni e associazioni	
		Mondo imprenditoriale	Aziende
			Associazioni di categoria
	Mondo della scuola		
	Laureati		
	Comunità internazionale		
	Mass media	generalisti	locali
			nazionali
		specializzati	locali
			nazionali

9

Azioni da Piano integrato della Performance 2019-2021

A. Accrescere la consapevolezza del *Public Engagement* (PE) verso le comunità interne ed esterne all'Ateneo, valorizzando la divulgazione scientifica dei Dipartimenti

Particolare attenzione sarà rivolta al *Public engagement* nei Dipartimenti con azioni mirate e specifiche volte a migliorare e valorizzare la divulgazione scientifica e il coinvolgimento dei diversi pubblici di riferimento. Il tutto al fine di accrescere la conoscenza e la comprensione del P.E. sia in ambito interno accademico sia in ambito esterno territoriale. Le azioni previste sono volte a ottimizzare le risorse già esistenti al fine di creare un sistema virtuoso di comunicazione interna ed esterna. Si useranno strumenti comunicazionali personalizzati (soprattutto video) raccontando il *Public engagement* di ateneo e dei dipartimenti con l'obiettivo di accrescere l'efficacia di progetti ed eventi di divulgazione scientifica.

Azioni:

- i. piano di comunicazione delle linee guida politico-strategiche di ateneo e dipartimentali per il *Public engagement*;
- ii. creazione e messa on line di 12 video dipartimentali di presentazione delle attività di ricerca, didattica e terza missione con particolare attenzione a eventi e progetti di *Public engagement* dipartimentali;
- iii. promozione di un cartellone riassuntivo di eventi/lezioni aperte alla città e al territorio che racchiudano eventi di *Public engagement* dipartimentali per le quattro macro-aree di Ateneo cui afferiscono i 12 dipartimenti e le Scuole;
- iv. supporto alla individuazione di un cosiddetto "Ambasciatore del *Public engagement*" per ogni dipartimento previsto dal Piano politiche settoriali, fornendo eventuali indicatori utili alla scelta politica dei soggetti.

B. Strutturare metodologia di verifica efficacia degli eventi di *Public engagement*

Al fine di incrementare l'analisi dell'efficacia degli eventi di Ateneo mirati alla divulgazione scientifica e al *Public engagement* sarà strutturata una metodologia di verifica, da applicare a tutti gli eventi di *Public engagement*. Il monitoraggio e la valutazione dell'efficacia, infatti, permettono di ritrarre strategie e tattiche in base ai risultati raggiunti. In prima istanza la metodologia sarà applicata a due eventi per verificarne la tenuta.

Azioni:

- i. ideare una griglia modello individuando indicatori oggettivi e misurabili che determinino l'efficacia degli eventi di *Public engagement*;
- ii. applicazione della griglia a due eventi: Kidsuniversity e Notte della Ricerca 2019;
- iii. analisi dei risultati e revisione della griglia e degli eventi stessi al fine di applicare la metodologia ad altri eventi di ateneo e di dipartimento e rivedere le politiche strategiche.

C. Strutturare e sviluppare servizi di comunicazione per i dipartimenti e per i docenti

I dipartimenti e i singoli docenti necessitano di un servizio di comunicazione concreto e tangibile che fornisca soluzioni adatte ai singoli scopi utilizzando i diversi strumenti a disposizione (portale, social, comunicati stampa, conferenze stampa, brochure, pubblicità, ecc.) fornendo supporto alle costanti esigenze di divulgazione e comunicazione. L'obiettivo mira a strutturare al meglio tali servizi e ad individuare soluzioni organizzative adeguate.

Azioni:

- i. rilevazione e analisi dei bisogni dei direttori di dipartimento, delle commissioni comunicazione e terza missione presenti nei dipartimenti e di specifici focus group docenti;
- ii. produzione di Linee guida/carta dei servizi di comunicazione, distinti per target (dipartimento/docente), con indicate modalità, tempi, strumenti e referenti (pubblicazione su MyUnivr ed eventuale presentazione nei dipartimenti che ne faranno richiesta);
- iii. individuazione e implementazione della soluzione organizzativa più efficace.