



PIANO DI COMUNICAZIONE 2024_25

Il Piano di comunicazione è lo strumento che definisce le strategie, e soprattutto le tattiche, per raggiungere gli obiettivi di comunicazione esterna, e interna, di una organizzazione come l'ateneo di Verona. Il documento dà attuazione alla Legge 150/2000 e rappresenta uno strumento di coordinamento delle azioni di comunicazione realizzate dall'Area comunicazione e public engagement guidata dalla delegata alla comunicazione e ai rapporti istituzionali prof.ssa Nicoletta Zerman in collaborazione, per la parte strategica inerente la comunicazione degli eventi di ateneo di Public Engagement con la delegata al PE prof.ssa Olivia Guaraldo.

Il piano si basa prevalentemente sugli obiettivi strategici indicati nel Piano Strategico di Ateneo (PSA <https://docs.univr.it/documenti/Documento/allegati/allegati124597.pdf>) e declinate operativamente nel Piano integrato di attività e organizzazione (PIAO <https://docs.univr.it/documenti/Documento/allegati/allegati881768.pdf>).

La comunicazione istituzionale, nei documenti strategici di ateneo, ricade nella cosiddetta "Area Trasversale" (Ambito di intervento T.5) secondo la Linea Strategica dell'Accoglienza e con l'obiettivo strategico primario di "**POTENZIARE LA VISIBILITÀ ESTERNA DELL'ATENEO E MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE INTERNA**".

In questa prospettiva anche le azioni di Public Engagement si orientano alla Linea Strategica dell'Accoglienza e hanno come obiettivo principale "Rafforzare e valorizzare il ruolo pubblico e civico dell'università attraverso attività di natura divulgativa e di co-progettazione con attori e stakeholders del territorio, della società civile, del terzo settore, per favorire sia la promozione di una cultura scientifica qualificata, sia la coesione civile, nell'ottica di un impatto sociale e culturale dell'università". In questo scenario, la comunicazione in ottica di public engagement si aggiunge e rafforza le attività di comunicazione istituzionale.

Nel PIAO 2024-2025 la comunicazione segue, inoltre, linee strategiche orientate soprattutto al **potenziamento del raccordo con gli e le incaricati alla comunicazione di Dipartimento** che costituiscono le 'antenne' di comunicazione diffuse in tutti e 13 i dipartimenti e sono lo scheletro comunicazionale dell'ateneo dal punto di vista delle news ed eventi dai dipartimenti (coordinati dalla delegata alla comunicazione). E, in questa prospettiva, per il biennio 2024 e 2025 nasce il progetto di punta, inserito nel PIAO 2024-2025, denominato "Univr_Social" che si prefigge di analizzare, nel 2024, la reputazione digitale, quindi anche social, dell'ateneo stesso fornendo dati utili alla composizione di una rinnovata strategia social per l'anno 2025.

ASSET STRATEGICI

La comunicazione per l'ateneo è chiave strategica per raggiungere obiettivi sia di performance sia di reputazione e copre un ruolo importante anche per raggiungere il territorio e i suoi principali stakeholder con informazioni aggiornate, professionali e di interesse collettivo. Compito dell'Area che presiede questa comunicazione è fornire servizi (media relations, social ed eventi e PE) efficienti e capaci di rispondere alle esigenze interne ma anche esterne. Nel diciannovesimo Rapporto sulla Comunicazione (<https://www.censis.it/comunicazione/il-vero-e-il-falso>) redatto da **Censis** (marzo 2024) si registra un consolidamento – nella dieta mediatica degli italiani – dell'uso di **internet** (89,1%) mostrando una forte sovrapposizione con quanti utilizzano gli smartphone (88,2%) e i **social network** (82,0%). Chi utilizza i **siti web di informazione** è cresciuto – dato molto significativo per l'ateneo che da oltre 10 anni utilizza come principale veicolo di divulgazione esterna un magazine online, Univrmagazine – del 21,6% dal 2011 mentre i **media a stampa** perdono sempre più punti con un 22% di italiani che li legge nel 2023 a fronte del 67 % nel 2007. La **radio**, poi, ha una buona tenuta generale e si conferma un medium di grande interesse per raccontare storie di ricerca e veicolare informazioni anche di servizio. Da segnalare, sempre in questo Rapporto, il boom della **mobile tv** passata dall'1% del 2027 al 33,6 % di oggi (medium da attenzionare per progetti di comunicazione digitale futuri).

Le **fonti di informazioni tradizionali** lasciano il passo a favore di quelle digital: calano i telegiornali ma cala anche Facebook (che si assesta comunque sul 29,7% perdendo un 5,5% rispetto al 2022) mentre crescono i motori di ricerca. Parlando di social Youtube la fa da padrone (con utenza pari al 18,5%, secondo dopo Facebook) insieme anche a Instagram (15,3%). Tra le notizie preferite al primo posto la politica nazionale ma nel 2023 recupera punti la passione medico-scientifica con un aumento del 3,5% rispetto al 2022: gli interessati a temi di medicina e scienze sono il 29% (25,5% nel 2022).



Infine, quasi la metà degli intervistati (48,1%) ammette di fidarsi solo delle informazioni diffuse da soggetti non riconducibili ai grandi media e il 73,4% ritiene che **le opinioni degli esperti sono importanti per l'interpretazione delle notizie** perché permettono di capire meglio il senso di ciò che accade.

In questa prospettiva il ruolo della comunicazione e informazione universitaria – anche e soprattutto nella valorizzazione della ricerca scientifica – può e deve conquistare un ruolo di fiducia nel pubblico generalista cui la divulgazione si rivolge.

ORGANIZZAZIONE, RISORSE E SERVIZI DELL'AREA COMUNICAZIONE E PUBLIC ENGAGEMENT

L'Area presidia la comunicazione istituzionale fornendo consulenza strategica, strumenti e servizi di comunicazione alle strutture e al personale dell'Ateneo, elaborando anche piani di comunicazione generali e di prodotto. Presidia le relazioni con i media (ufficio stampa) e cura il magazine online, volano delle iniziative di ricerca, didattica e terza missione e anche altri progetti editoriali di stampo giornalistico.

Gestisce i social di ateneo e coordina le campagne pubblicitarie per le immatricolazioni e i piani media delle attività attribuite all'Area stessa.

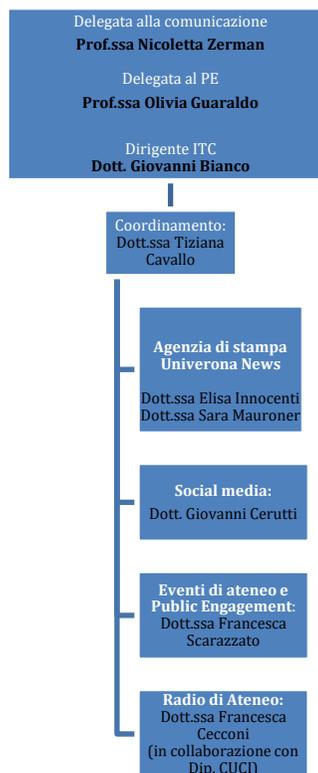
Progetta e organizza gli eventi di ateneo di public engagement.

Inoltre, gestisce – in sinergia con il Dipartimento di culture e civiltà - il progetto FuoriAulaNetwork, web-radio di ateneo, laboratorio e redazione con studenti e studentesse.

L'Area, nel contesto organizzativo, si inserisce nella Direzione Sistemi Informativi e Tecnologie.

Fanno parte dell'Area una coordinatrice, due addette stampa (una terza addetta stampa è in staff al Dirigente e collabora con l'Area occupandosi di comunicazione diretta del Rettore, Pro Rettore e delegata alla comunicazione), una event manager, un social media manager e una station manager.

L'Area fa riferimento a due delegate, alla comunicazione e al public engagement nonché al responsabile della Commissione di ateneo "Contemporanea". L'Area supporta i direttori e le direttrici dei dipartimenti e si rapporta con i e le referenti alla comunicazione dipartimentale.



SERVIZI DI ATENEO	PSA-PIAO (AMBITO E OBIETTIVO STRATEGICO)	STRUMENTI	CONTENUTI	DESCRIZIONE
COMUNICAZIONE ESTERNA DI SERVIZIO E ISTITUZIONALE		Primi Piani Myunivr Magazine Ufficio stampa verso media esterni Social di ateneo	Notizie ed eventi dai dipartimenti Notizie ed eventi dalle strutture centrali e decentrate Piani di comunicazione specifici per progetti, attività, eventi per rispondere alle esigenze mirate di uffici, docenti, strutture, collaborazioni etc.. Campagne istituzionali	Supporto alle strategie di comunicazione dei diversi settori tra cui: Dipartimenti Amministrazione Centrale Direzioni Centri Corsi di laurea Post lauream



			Tra cui 5x1000, ambiente, Mitirispetto, sociale...)	
COMUNICAZIONE DELLA RICERCA		Magazine Social	News dai bandi e progetti di ricerca di ateneo (PNRR, PRIN, MARIE CURIE etc..)	Servizio di ufficio stampa e social per comunicare la ricerca scientifica anche attraverso video interviste o progetti specifici di narrazione scientifica
COMUNICAZIONE ESTERNA EVENTI DI PE	TM 3 – TM 3.1 Progetto Contemporanea Verona città universitaria	Veronetta Contemporanea Festival e altri appuntamenti durante l'anno tra cui anche E'VRGreen week	Eventi di public engagement	<p>Progetto PIAO. Dal 2022 serie di eventi culturali a Santa Marta con oltre 30 appuntamenti e 2000 partecipanti in collaborazione con realtà come Comune di Verona, Accademia Filarmonica, Esu etc... in ottica di PE</p> <p>Eventi di PE e visite guidate in linea con gli obiettivi del progetto istituzionale che mira a creare una piattaforma interdisciplinare sui linguaggi della contemporaneità. In particolare, supporto alla promozione delle mostre di opere di arte contemporanea della collezione Fasol (Agiverona).</p> <p>Dal 2023 eventi per diffondere il tema della sostenibilità ambientale. Dal 2024 eventi nell'ambito del progetto E'VRGreen.</p>
COMUNICAZIONE ESTERNA E INTERNA	TM 5 – TM 5.1 Rafforzamento rete interna referenti comunicazione dipartimenti	Social Ufficio stampa Intranet Rassegna stampa	Consulenza ai dipartimenti per una narrazione decentrata. News dagli Organi collegiali e informazioni finalizzate alla comunità interna in ottica giornalistico informativa	<p>A sostegno e consulenza di piani di comunicazione e divulgazione dei dipartimenti finalizzati al potenziamento della rete informativa basata sulla presenza in ogni Dipartimento di referenti della comunicazione.</p> <p>In particolare da settembre 2024: News dagli organi collegiali, ogni</p>



				mese pubblicazione di sintesi di delibere degli Organi (Senato e CDA) per informare le comunità interne delle decisioni della governance
SOCIAL MEDIA	TM 5 – TM 5.1 Rafforzamento rete interna referenti comunicazione dipartimenti	Indagine social reputation mediante strumenti professionali e grazie ad azienda esterna specializzata	Analisi social reputation e posizionamento digitale	Progetto Piao Univ Social 2024-2025 per analizzare la reputazione digital e social e costruire una nuova strategia social per migliorare le performance online
SOCIAL MEDIA		Post e video social	Storie che permettano di raccontare l'ateneo e i suoi eventi.	Mirato al miglioramento del racconto istituzionale Piani media social per Cds, Master, Progetti di ricerca e altre aree di ateneo con l'obiettivo di investire in modo efficace budget adv digital od ottimizzare campagne già in corso
EDUCATIONAL MARKETING		Piano adv immatricolazioni	Acquisto spazi adv in base a a legge 150/2000 e consulenza su piani adv dipartimentali o di cds.	Piano di ateneo per investimento budget mirato alla promozione e diffusione della completa offerta didattica di ateneo, basato su claim istituzionali e di anno in anno con aggiustamenti in base alle indicazioni di governance su nuovi corsi e nuovi progetti didattici strategici. Piani mirati alla promozione specifica di Cds o altri corsi che siano non compresi nel Piano di ateneo o resisi necessari per raggiungere obiettivi strategici di corso.



PROGETTI DI COMUNICAZIONE	DESCRIZIONE	TIMING
FORMAZIONE INTERNA AI SERVIZI	Seminari in presenza e/o online (anche sotto forma di tutorial) con l'obiettivo di individuare le strategie e tattiche comunicazionali più efficaci per divulgare la ricerca, la didattica e la terza missione.	Novembre 2024- dicembre 2025
PODCASTING – WEB RADIO	Valorizzazione del laboratorio e redazione web radiofonica in ateneo dal 2003 anche attraverso momenti di divulgazione su temi come radio e podcasting. Inoltre costituzione di un Centro interdipartimentale utile a sviluppare progetti di divulgazione scientifica di docenti mediante lo strumento del podcast.	2024 -2025
SIGEF FORMAZIONE GIORNALISTI	Univerona si conferma Ente terzo formatore e organizza annualmente appuntamenti di formazione per giornalisti utilizzando docenti in base ai temi e alle aree di ricerca.	2024-2025
UNIVR DA NUOVI PUNTI DI VISTA	Progetto basato sull'uso di tecnologia immersiva (foto e video) mirato a raccontare con immagini, testi e interviste la ricerca e gli eventi di ateneo per permettere una visione completa anche di edifici e sedi istituzionali nonché valorizzando progetti come le mostre di arte contemporanea ospitate nelle sedi universitarie.	Ottobre 2024 – Settembre 2025