



**UNIVERSITÀ  
DI TRENTO**

**Lo sviluppo della comunicazione di Ateneo nel medio periodo  
(2017-2021)**

**e Programma operativo 2018**

Senato Accademico 22 gennaio 2018

## 1) LA COMUNICAZIONE DI ATENEO OGGI

L'Ateneo pone da anni attenzione alla funzione di comunicazione ed in generale al presidio dei servizi e delle relazioni con i diversi pubblici. Ha investito nello sviluppo di competenze e professionalità interne ed oggi dispone di una struttura dedicata alla comunicazione.

Oggi la comunicazione d'Ateneo si caratterizza per due aspetti principali:

- a) Il **presidio della comunicazione istituzionale** verso i diversi pubblici di riferimento. Ciò viene attuato attraverso la gestione di molteplici strumenti: il sito web, le pagine sui social media, gli eventi, le pubblicazioni e i materiali promozionali, i periodici istituzionali, comunicati e conferenze stampa, ecc.)
- b) La dimensione di **servizio ai Dipartimenti e ai Centri in particolare** che si realizza nel supporto della struttura centrale alla progettazione e organizzazione di eventi (es. convegni scientifici) e di altre iniziative di comunicazione.

Questo secondo aspetto costituisce **un'unicità nel panorama delle università italiane** e, grazie ad un efficace raccordo della gestione dei diversi canali e strumenti disponibili online e offline (comunicazione integrata), offre ampie opportunità di visibilità e di valorizzazione delle numerose iniziative dei Dipartimenti e dei Centri.

Due i riconoscimenti conseguiti recentemente dall'Ateneo nell'ambito della comunicazione:

### - **Ranking Censis 2017**

Alla voce "*comunicazione web*" Trento ottiene un punteggio di 110 su 110, migliorando da un già buon 108 dell'anno precedente. Questa voce pesa per il 20% del punteggio totale riconosciuto all'Ateneo (oltre a comunicazione, sono valutati: borse, internazionalizzazione, servizi, strutture). Il punteggio della voce comunicazione è il più alto tra quelli ottenuti da Trento e consente all'Ateneo di posizionarsi al 2<sup>a</sup> posto nella classifica generale Censis.

### - **Prima valutazione del Public Engagement** (dati VQR)

Trento si posiziona al 4° posto nella prima valutazione del Public Engagement da parte dell'ANVUR (dati VQR rilasciati nel febbraio 2016).

## 2) I PUBBLICI DI RIFERIMENTO DELL'UNIVERSITÀ

La comunicazione di Ateneo è orientata per sua natura a pubblici diversi. Tali pubblici nel corso del tempo si sono definiti progressivamente in maniera più chiara e segmentata. Oggi i pubblici di riferimento dell'Ateneo sono molto numerosi; sono tra loro eterogenei, per aspettative e relazioni con le strutture ed in quanto tali necessitano di un raccordo che spesso implica la scelta di strumenti di comunicazione differenti, calibrati nei messaggi e nei linguaggi.

Gli obiettivi di comunicazione coinvolgono e si rivolgono a uno o più pubblici.



È vero peraltro che non tutti i pubblici sono destinatari di una comunicazione pianificata e strutturata da parte dell'Ateneo. Improntare una comunicazione specifica necessita infatti di chiarezza di obiettivi, contenuti informativi e risorse.

Per praticità i pubblici di riferimento sono raggruppati in due macro-categorie: pubblici esterni e pubblici interni.

Sono **pubblici esterni** alla comunità universitaria

- la comunità locale,
- gli organi di informazione
- gli enti pubblici locali e nazionali (compresi organi dello Stato come MIUR e altri ministeri)
- gli insegnanti delle scuole superiori
- gli studenti delle scuole superiori
- le famiglie
- le altre università
- gli studenti di altre università
- le imprese e le associazioni di categoria
- i sindacati
- il mondo della ricerca a livello nazionale e internazionale
- i potenziali soggetti finanziatori
- i partner italiani e internazionali
- il mondo della cultura in generale
- il mondo della politica
- l'opinione pubblica in generale

Sono **pubblici interni** alla comunità universitaria

- i docenti
- i ricercatori
- i contrattisti
- i dottorandi
- gli studenti
- i laureati
- gli Alumni UniTrento
- il personale tecnico amministrativo
- i collaboratori
- il Rettore
- il Direttore generale
- il Senato accademico
- i prorettori/le prorettrici, i delegati e le delegate del Rettore
- il Consiglio di amministrazione
- il Consiglio degli studenti
- le Commissioni ed i comitati di Ateneo attivati a vario titolo
- i Dipartimenti e i Centri
- le altre strutture dell'Ateneo (centri di servizio, ecc)

### 3) GLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE NEL MEDIO PERIODO

Le linee di indirizzo e gli obiettivi strategici stabiliti nel Piano Strategico di Ateneo 2017-2021 sono punto di riferimento nella pianificazione e nello sviluppo della comunicazione. La principale funzione della comunicazione è infatti veicolare presso i diversi pubblici la politica dell'Ateneo.

Nell'ottica di medio periodo, cinque sono le direzioni di sviluppo per la comunicazione:

#### A) Rilanciare il brand dell'Ateneo e valorizzarlo in binomio al territorio

L'Università di Trento è inserita in un territorio che si caratterizza per l'ambiente naturale unico, per l'essere terra di sport, crocevia di culture e luogo ideale dove studiare e fare ricerca. Questi aspetti sono fattori abilitanti per lo sviluppo dell'internazionalizzazione, ma anche specificità che sostengono **il senso di appartenenza** all'Ateneo e la sua **identità**. Si tenderà a valorizzare meglio e di più il territorio a livello di messaggio, nei diversi ambiti e strumenti utilizzati.

Saranno inoltre implementate alcune iniziative:

- Sarà sviluppata **l'identità visiva coordinata** e messo a punto un nuovo **manuale di identità visiva**.
- Verrà sviluppato un sistema di segnaletica in doppia lingua in chiave di **valorizzazione degli edifici e rispetto delle diversità**.
- Sarà valorizzata la dimensione sportiva dell'Ateneo (**UniTrentosport**) all'interno delle sedi universitarie (es. Corner UniTrentosport)
- Verrà messo a punto un **sistema di Wayfinding territoriale** (progetto in collaborazione con il Comune di Trento),
- Sarà implementato il **merchandising**, basato sull'acquisto online con punto espositivo/vendita all'interno dell'Ateneo.
- Verranno realizzati **set di video e prodotti promozionali** orientati a pubblici diversi in grado di veicolare la mission e le specificità dell'Ateneo nei diversi media (web e social in particolare)

#### B) Rafforzare il Public Engagement.

Oggi l'Ateneo è molto attento alla dimensione del Public Engagement.

Questa attività viene però condotta in maniera disomogenea da parte delle strutture decentrate (alcuni Dipartimenti/Centri sono sensibilmente più attivi di altri) e riguarda essenzialmente il pubblico esterno (cittadini e comunità locale).

In questo ambito gli interventi di comunicazione riguarderanno:

- **la pianificazione e raccordo delle iniziative di public engagement promosse dai Dipartimenti e Centri** al fine di evitare sovrapposizioni e favorire coerenza tra format e



specificità delle strutture, stimolando al contempo le iniziative da parte delle strutture meno attive e la condivisione di best practices, utili alla valutazione ANVUR.

- Il rafforzamento della **comunicazione relativa alla sostenibilità ambientale**. In raccordo con il Piano di Sostenibilità ambientale sarà creato un **nuovo sito web UniTrento Sostenibile**, organizzata la **giornata della Sostenibilità** e realizzati **messaggi di sensibilizzazione** all'uso responsabile delle risorse e ai comportamenti virtuosi.
- Il **completamento degli strumenti informativo/promozionali per il fundraising** (in particolare sito web dedicato con possibilità di donazione online e contenuti informativi sui diversi progetti finanziabili)
- L'estensione delle collaborazioni con altri enti al fine della **valorizzazione del patrimonio culturale dell'Ateneo** (es. Palazzi aperti).

### **C) Sostenere la comunicazione, favorendo l'azione autonoma all'interno di linee guida di Ateneo.**

Saranno sviluppati:

- **Percorsi formativi modulari per sostenere la comunicazione dei ricercatori e dei dottorandi** al fine di favorire la comunicazione dei progetti di ricerca e la divulgazione scientifica.
- **Un programma di formazione continua rivolto al personale tecnico amministrativo** afferente alle strutture decentrate. La formazione sarà tesa a far conoscere maggiormente le linee guida adottate dall'ateneo nei diversi ambiti (comunicazione web, gestione dell'identità visiva, adempimenti organizzazione eventi), nonché all'adozione di strumenti operativi per facilitare e rendere più efficiente il raccordo operativo centro-periferia.

### **D) Sviluppare la comunicazione online e le forme dell'esperienza.**

Oggi l'Ateneo può vantare un sistema di comunicazione fortemente integrato. Basta andare sul sito di Ateneo e visualizzare il calendario eventi settimanale per rendersi conto che tutta l'Università comunica e lo fa in modo piuttosto efficace.

Ma la carta è ancora molta, troppa: nel prossimo futuro intendiamo spostare ancora di più la comunicazione d'ateneo sul web e verso le iniziative che favoriscono l'esperienza diretta.

- **Sviluppare la comunicazione online**  
Sarà progettato e realizzato il **nuovo sito web di Ateneo** (in raccordo al Piano dei Sistemi di Ateneo), con attenzione al multilingua, all'usabilità, all'accessibilità e alle piattaforme più evolute.  
Verrà altresì data continuità alla **comunicazione social**, rafforzando le analisi di uso e tendenza dei diversi strumenti al fine di individuare i canali più innovativi rispetto ai



target di età di interesse dell'Ateneo, abbandonando quelli di minor penetrazione comunicativa.

- **Realizzare iniziative volte alla valorizzazione dell'esperienza diretta**

La dimensione dell'esperienza diretta (laboratori divulgativi/esposizioni-demo), costituisce oggi una delle forme più adatte per trasferire conoscenza e promuovere vicinanza.

Più efficaci di conferenze e seminari gli eventi di questo tipo richiedono però il coinvolgimento diretto di un numero elevato di persone competenti della materia che si vuole divulgare. In queste attività potranno essere coinvolti gruppi di studenti e potranno essere sperimentate nuove piattaforme e modalità comunicative.

**E) Supportare la comunicazione dei 35 progetti inseriti nel Piano Strategico di Ateneo (2017-2021)**

Sarà offerto supporto nella comunicazione dei Progetti strategici di Ateneo attraverso l'uso degli strumenti di Ateneo disponibili (sito web di Ateneo, periodico UniTrentoMag, social media istituzionali, eventuali iniziative per la promozione di eventi ad hoc) e data visibilità ai singoli progetti e al loro avanzamento all'interno del sito dedicato del Piano Strategico.

**Il Programma di Comunicazione 2018**

La programmazione delle attività per il 2018 è indicata qui in forma molto sintetica. Comprende la realizzazione di nuove azioni e la gestione di iniziative e strumenti che impegnano la comunicazione in continuità.

Per comodità espositiva le iniziative in programma vengono accorpate in tre aree: eventi, comunicazione, web.

**Eventi** (sono riportati solo i grandi eventi di Ateneo già programmati che prevedono un coinvolgimento organizzativo dell'Ateneo nel suo insieme in modo sostanziale)

- Inaugurazione anno accademico (febbraio)
- Career Day di Ateneo (marzo)
- Giornata sostenibilità ambientale (in Green Week – marzo)
- Assemblea di Ateneo (giugno)
- Festival dell'Economia (giugno)
- Palazzi aperti (maggio)
- Cerimonie di laurea in Piazza (giugno/ottobre)
- Notte dei ricercatori (settembre)
- TedxTrento (rafforzamento collaborazione)
- Giornate Porte Aperte (gennaio, febbraio, marzo, ottobre)

**Comunicazione**

- Nuovo manuale di identità visiva
- Avvio merchandising
- Sviluppo segnaletica interna sedi (doppia lingua)
- Progetto di wayfinding (concorso di idee)



- Identità Corner UniTrentoSport
- Campagna 5xmille (marzo/settembre)
- Campagna test di ammissione (febbraio/marzo)
- Rapporto Annuale (luglio)
- Bilancio di Previsione (dicembre)
- Periodico Knowtransfer (3 numeri all'anno ita/eng)
- Aggiornamento brochure informative (orientamento, internazionale, varie)
- Programma formativo personale Dipartimenti/Centri (2 incontri)
- Progettazione programma formativo per ricercatori/dottorandi
- Materiali promozionali eventi di Dipartimento/Centro
- Attività di supporto ai progetti strategici di Ateneo
- Attività di ufficio stampa

## Web

- Analisi per nuovo sito di Ateneo
- Sito fundraising
- Sito UniTrentoSostenibile
- Nuovo sito UniTrentoSport
- Sviluppo siti gruppi di ricerca
- Sviluppo siti "eventi"
- Formazione editors di Dipartimento/Centro
- Sperimentazione video
- Periodico UniTrentoMag (settimanale)
- Gestione social media (twitter, FB, instagram, youtube)