



# Premesse

Viviamo in un'era caratterizzata da rapidi cambiamenti, un'epoca in cui la tecnologia e l'informazione svolgono un ruolo centrale. Questi aspetti, che permeano tutti i settori della nostra società, non escludono l'ambito dell'Università. L'importanza della comunicazione, sia interna sia esterna, è ora più che mai fondamentale per le istituzioni accademiche. La valorizzazione della qualità dei percorsi formativi offerti, la reputazione e l'identità dell'Ateneo, l'interazione con il pubblico e il coinvolgimento della comunità accademica dipendono in larga misura dalle strategie e dai piani di comunicazione adottati.

In tale contesto, nel presente documento sono delineate le linee guida del Piano di Comunicazione, volto a un'efficace gestione dei processi di comunicazione da parte dell'Ateneo e di tutte le sue articolazioni.

Il Piano ha lo scopo di sostenere e valorizzare l'identità dell'Università di Modena e Reggio Emilia (Unimore), potenziare la qualità del messaggio trasmesso e, in definitiva, rispondere alle attese dei tanti enti e soggetti che con l'Ateneo collaborano o sono in dialogo.

Per raggiungere gli obiettivi prefissati, il piano è strutturato in diverse azioni che riguardano diversi ambiti, tra cui il rafforzamento dell'identità di Unimore e l'implementazione di un linguaggio di comunicazione efficace.

Queste azioni verranno attuate in diversi periodi di tempo, in base alla priorità e alle risorse disponibili, e saranno monitorate da specifici responsabili.

## **Struttura e contenuti del Piano di Comunicazione**

Il Piano di comunicazione è lo strumento di pianificazione che consente di programmare e gestire le azioni di comunicazione volte a raggiungere gli obiettivi istituzionali di Unimore indicati nel Piano strategico.

In ottemperanza alle disposizioni normative, in particolare alla legge 150 del 2000 che disciplina le attività di comunicazione delle amministrazioni pubbliche, Unimore s'impegna a rispettare i principi di trasparenza, chiarezza, tempestività, accuratezza e accessibilità nelle sue attività informative e di condivisione di notizie.

Ogni azione di comunicazione deve essere attentamente programmata, alla luce di una strategia chiara e definita, con un'unica regia che si nutre e sostiene grazie alle diverse componenti, realtà e articolazioni proprie di Unimore (così come previsto dalle *Linee guida per la comunicazione in Unimore*

<https://www.unimore.it/comunicazione/docs/LineeGuidaComunicazioneAteneo.pdf>).

Il Piano è stato redatto dallo Staff di Direzione, all'interno del quale si articolano le attività di comunicazione interna ed esterna, svolte dagli uffici:

**URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico)**, il cui compito è fornire informazioni a utenti e cittadinanza, ascoltare le loro esigenze, suggerimenti e reclami, nonché promuovere la loro partecipazione attiva alle attività dell'Ateneo;

**Ufficio Stampa**, responsabile della produzione e diffusione di contenuti informativi e comunicati stampa riguardanti Unimore, il suo operato e le sue iniziative; è inoltre incaricato della gestione delle relazioni con i media e della risposta alle loro richieste;

**Ufficio Comunicazione e Relazioni esterne**, che coordina le strategie di comunicazione a livello istituzionale, promuovendo e rafforzando l'immagine e la reputazione di Unimore; gestisce inoltre le relazioni con le istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali e la realizzazione di eventi.

Il Piano è organizzato per obiettivi, ognuno dei quali è declinato in una serie di azioni specifiche, cioè in attività concrete da realizzare.

Questo approccio consente non solo di dettagliare le attività da svolgere, ma anche di definire i responsabili di ciascuna azione, di stabilire i tempi di realizzazione e di prevedere le risorse necessarie, nonché di favorire periodiche verifiche sui percorsi di realizzazione.

Ogni azione è progettata per contribuire al raggiungimento di un obiettivo specifico e ha un suo proprio arco temporale, stabilito in funzione della sua complessità, delle risorse disponibili e delle priorità stabilite. In questo modo, il progresso verso il raggiungimento dell'obiettivo può essere monitorato e misurato e le eventuali correzioni possono essere apportate in modo tempestivo se necessario.

Vale la pena sottolineare che il Piano non si occupa delle attività di routine o consolidate che, pur essendo di grande importanza, sono già parte integrante dell'operatività quotidiana degli uffici responsabili. e non necessitano quindi di una specifica pianificazione.

Il Piano, invece, pone l'accento su "attività innovative", ovvero quelle attività che rappresentano un cambiamento o un miglioramento rispetto a ciò che è stato fatto in precedenza. Queste possono includere nuove strategie di comunicazione, l'uso di nuovi canali o tecnologie, o l'implementazione di nuovi processi o procedure.

Le attività innovative richiedono un'attenzione particolare nella pianificazione e gestione, poiché comportano un grado maggiore di incertezza rispetto alle attività di routine. Inoltre, possono richiedere risorse aggiuntive, formazione o competenze specifiche.

Il Piano verrà sottoposto ad aggiornamento semestrale, per poter inserire nuove azioni o modifiche di quelle già previste alla luce dei risultati ottenuti.

# Obiettivo 1

## Rafforzare l'identità di Unimore

In linea con le scelte strategiche effettuate ormai dieci anni orsono di rafforzare il brand di Unimore, si rende ora necessario proseguire con attività che consolidino la brand reputation.

### Azione a)

Aggiornamento del Regolamento per la concessione della licenza d'uso del nome, del logo e del patrocinio dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Personale Unimore, Istituzioni, Enti, Aziende ed Imprese che collaborano con l'Ateneo

Tempistica:

Entro dicembre 2023

### Azione b)

Valorizzazione del patrimonio artistico/architettonico/museale mediante comunicati ed eventi, anche al fine di sensibilizzare donazioni e lasciti, nonché la destinazione del 5x1000 ad Unimore. Questa azione verrà svolta durante tutti e tre gli anni di riferimento del piano strategico (2023-24-25)

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Personale Unimore e cittadini

Tempistica:

Entro Dicembre 2025

### Azione c)

Realizzazione nuovo sito di Ateneo: Supporto alla Direzione informatica responsabile del progetto nella realizzazione della struttura del nuovo sito di Ateneo e dei siti di Dipartimento e di Corsi di Studio

Responsabile: Direzione informatica

Target di riferimento:

Personale Unimore, studenti e studentesse, Istituzioni, Enti, Aziende ed Imprese

Tempistica:  
Entro dicembre 2023 per il sito di Ateneo

Entro giugno 2024 per i siti di Dipartimento e corsi di laurea

**Azione d)**

Istituire l'attività di merchandising di Unimore mediante affidamento di servizio

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Studenti e studentesse, nonché personale dell'Ateneo

Tempistica: entro dicembre 2023

**Azione e)**

Modificare la segnaletica Unimore nel rispetto del brand book di Ateneo

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Cittadini

Tempistica: entro dicembre 2025



# Obiettivo 2

## Il linguaggio di Unimore

Unimore mira ad adottare in tutte le sue articolazioni, a partire dalla sua struttura organizzativa interna, una comunicazione semplice e diretta, in grado di trasmettere i valori istituzionali propri della nostra comunità: trasparenza, inclusione e valorizzazione delle differenze, cooperazione (come previsto dalle Linee guida per la comunicazione in Unimore).

Tutti i testi prodotti da Unimore devono essere pensati e scritti per essere compresi da chi li riceve e rendere trasparente l'azione amministrativa. Ogni atto scritto, rivolto all'esterno o all'interno, dovrà prevedere l'utilizzo di un linguaggio comprensibile, evitando espressioni burocratiche e termini eccessivamente tecnici, e sempre inclusivo.

### Azione 1)

Redazione di un manuale operativo per redigere i testi

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Personale amministrativo

Tempistica: entro dicembre 2023

### Azione 2)

Realizzazione di attività formativa in merito al linguaggio della comunicazione

Responsabile: Ufficio formazione

Target di riferimento:

Personale amministrativo

Tempistica: entro giugno 2024

### Azione 3)

Redazione di un manuale operativo di redazione per web

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Personale tecnico amministrativo

Tempistica: entro giugno 2025

# Obiettivo 3

## Un Ateneo di qualità

Durante la prima metà del mandato, la Governance di Unimore ha perseguito con determinazione, come previsto nel piano strategico, l'obiettivo di accrescere il livello qualitativo dell'Ateneo attraverso numerose iniziative (si pensi, ad esempio, ai consistenti investimenti nell'edilizia e nel reclutamento di personale sia docente e ricercatore sia tecnico-amministrativo).

È pertanto fondamentale che le attività della comunicazione, soprattutto rivolte all'esterno, evidenzino lo sforzo fatto per raggiungere un obiettivo così ambizioso.

### Azione 1)

Redazione di almeno un comunicato al mese che, nell'ambito di uno storytelling accuratamente progettato, sottolinei al pubblico esterno i miglioramenti di livello qualitativo di Unimore.

Responsabile: Staff di direzione

Target di riferimento:

Cittadinanza, enti ed istituzioni, imprese, organizzazioni datoriali e sindacali, mondi associativi e del terzo settore

Tempistica: giugno 2023 - giugno 2024