



SCUOLA
ALTI STUDI
LUCCA

Piano di Comunicazione

2022

Introduzione	3
Contesto	4
Gli obiettivi	5
Organizzazione e funzioni della comunicazione	6
Le azioni	7
Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione	11

Introduzione

Il Piano di Comunicazione 2022 della Scuola IMT Alti Studi Lucca, in quanto primo documento prodotto ai sensi della Legge n.150 del 7 giugno 2000 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”, rappresenta una prima ricognizione delle attività di comunicazione svolte all’interno della Scuola, una loro analisi, e pone le basi per una programmazione dettagliata delle attività future.

In seguito alla pubblicazione del Piano di Comunicazione saranno inoltre redatte varie linee guida contenenti informazioni utili per chi usufruisce dei servizi, oltre che istruzioni e indicazioni metodologiche per chi collabora ai processi della comunicazione, con lo scopo di condividere le informazioni in modo chiaro, diffondere buone pratiche e ottenere una comunicazione efficace e coerente. Questi documenti operativi diventeranno parte integrante delle successive edizioni del Piano di Comunicazione.

Il Piano di Comunicazione è correlato al Piano Integrato della Performance 2022-2024, in particolare agli obiettivi delineati nella Programmazione Triennale 2022-2024, al fine di integrare gli obiettivi di comunicazione alle linee strategiche generali della Scuola.

Il Piano è organizzato per obiettivi che vengono poi declinati in azioni concrete, ovvero attività e strumenti progettati al fine di ottenere i risultati desiderati.

Le sue principali caratteristiche sono:

- *Supporto*: la strategia di comunicazione deve essere rivolta al potenziamento delle attività fondamentali svolte all’interno della Scuola;
- *Operatività*: il piano deve prevedere azioni fattive che possano essere valutate ed eventualmente migliorate nel tempo;
- *Sostenibilità*: tutte le iniziative di comunicazione devono essere valutate in base al rapporto costi/benefici per la Scuola e per la sua comunità.

Come la maggior parte degli altri enti accademici e di ricerca, la Scuola IMT ha la necessità (per obbligo istituzionale relativamente alle attività di Terza Missione) e la volontà (nell’ottica di

sviluppare e promuovere le relazioni con gli *stakeholder* e con i contesti territoriali di interesse) di impegnarsi strutturalmente e stabilmente nella comunicazione e nella divulgazione istituzionale e scientifica.

Questo primo Piano di Comunicazione ha il compito di identificare gli elementi distintivi e identitari della Scuola IMT, progettare azioni volte a rafforzare la sua reputazione e aumentare la consapevolezza dei suoi numerosi risultati. A questo scopo, questo documento dovrà:

- sottolineare la missione fondante della Scuola IMT di una ricerca d'eccellenza, a vocazione interdisciplinare, con una forte prospettiva verso l'internazionalizzazione e l'alta formazione;
- intercettare dottorandi e ricercatori di qualità;
- evidenziare la qualità e il rigore scientifico delle unità di ricerca della Scuola, l'approccio sperimentale collaborativo e interdisciplinare, la vivace vita studentesca all'interno della residenzialità del Campus, i contributi al territorio locale e al nostro Sistema Paese, l'impegno nel servizio accademico e i risultati complessivi della nostra vasta comunità universitaria, inclusi studenti, docenti, personale, ex-allievi e altri;
- condividere i valori e la storia della Scuola con le altre istituzioni accademiche e di ricerca con gli stakeholders istituzionali, pubblici e privati, con la cittadinanza e il pubblico generale, utilizzando i diversi canali istituzionali;
- sviluppare comunicazioni strategiche, contenuti e campagne di promozione che supportino le priorità delle azioni della Scuola.

Contesto

La Scuola IMT - *Istituzioni, Mercati, Tecnologie* - Alti Studi Lucca è una delle sette Scuole a ordinamento speciale previste dal sistema universitario pubblico italiano. Patrimonio culturale, neuroscienze, economia, informatica e ingegneria dei sistemi, fisica sono i settori scientifici di riferimento. Grandi sfide di ricerca, interdisciplinarietà, modello campus, internazionalizzazione e rapporto con il territorio sono i pilastri sui quali si fonda l'identità della Scuola. La Scuola IMT

svolge le proprie attività principali all'interno di varie dimensioni operative: locale (territorio lucchese e toscano), nazionale (per le collaborazioni interuniversitarie e con le istituzioni) e internazionale (relativamente alle comunità scientifiche di riferimento).

Gli obiettivi

Nel contesto appena descritto, obiettivi generali delle attività di comunicazione sono quelli descritti nella Programmazione Triennale 2022-2024, ovvero:

Obiettivo T.2 - Impegnarsi strutturalmente e stabilmente nella comunicazione e nella divulgazione istituzionale e scientifica;

Obiettivo T.3 - Consolidare e potenziare le iniziative di *public engagement*.

Relativamente all'obiettivo **T.2 - Impegnarsi strutturalmente e stabilmente nella comunicazione e nella divulgazione istituzionale e scientifica** gli obiettivi specifici delle attività di comunicazione sono:

- **valorizzare l'immagine della Scuola** sia come ente in grado di produrre **ricerca di qualità e innovazione**, sia dal punto di vista istituzionale;
- **accrescere la riconoscibilità e le specificità**, a partire dai suoi caratteri e valori distintivi: *eccellenza, interdisciplinarietà, internazionalizzazione, residenzialità e rapporti col territorio*;
- valorizzare il ruolo della **Scuola come ente in grado di offrire proposte culturali, informazione di qualità o approfondimento** su temi specifici della ricerca e sul suo ruolo nella società contemporanea;
- **valorizzare il ruolo delle proprie attività didattiche** per la formazione di eccellenza di dottorandi, e **accrescere la percezione positiva verso i temi di ricerca e la qualità didattica della Scuola**.

Relativamente all'obiettivo **T.3 - Consolidare e potenziare le iniziative di *public engagement***, nell'ottica di promuovere relazioni, dialogo e apertura con il territorio e con la società, si punta a:

- consolidare le proposte di eventi divulgativi già esistenti, arricchendole con **contenuti progettati specificamente con attenzione ai diversi aspetti della comunicazione**, anche attraverso la realizzazione di iniziative congiunte con le altre Scuole a Ordinamento Speciale;
- **potenziare la collaborazione con l'Ufficio Territoriale Scolastico, docenti e studenti** dei vari ordini di scuole, proseguendo nella progettazione e offerta di contenuti su tematiche di interesse scientifico, culturale e sociale;
- promuovere iniziative con altre realtà istituzionali e produttive territoriali.

Organizzazione e funzioni della comunicazione

Le linee e gli obiettivi strategici della comunicazione della Scuola sono definite in accordo tra il Rettore, il Prorettore alla Comunicazione, alla Terza Missione e alla Disabilità e condivise all'interno della Commissione Comunicazione della Scuola IMT Alti Studi Lucca, istituita con Decreto Direttoriale Prot IMT n. 11472(356)II.1 del 6 dicembre 2021. La Commissione Comunicazione, che ha funzione consultiva, è composta dai rappresentanti delle varie componenti della Scuola (allievi, ricercatori, docenti e personale tecnico amministrativo).

L'Ufficio Comunicazione ed Eventi cura le attività di comunicazione dal punto di vista operativo. In particolare, cura la comunicazione istituzionale, progetta e realizza presentazioni e pubblicazioni della Scuola, coordina i contenuti e la grafica del sito web, gestisce i social media, i rapporti con i media, le attività di ufficio stampa e si occupa della programmazione e gestione di tutti gli eventi promossi dalla Scuola.

Le azioni

1. Rafforzare l'identità della Scuola IMT

Il valore della Scuola e il suo patrimonio culturale e scientifico crescono quando gli *stakeholders* e il pubblico esterno riescono a percepirla pienamente. La Scuola IMT è un'istituzione di alto livello nella formazione e nella ricerca, il cui lavoro avvantaggia la società più ampia: dobbiamo essere efficaci nell'identificare, produrre e distribuire contenuti d'interesse che guidino la percezione positiva della Scuola e si allineino con gli obiettivi, le priorità e le iniziative delineate nel Piano Strategico. Per fare ciò, è fondamentale individuare e esaltare i temi centrali che sono rappresentati in tutta la Scuola: eccellenza, interdisciplinarietà, internazionalizzazione e residenzialità.

La comunità della Scuola e le attività di comunicazioni hanno quindi il compito di attrarre e sostenere i migliori studenti, docenti e personale, riconoscendo che il nostro successo dipende dalla qualità delle nostre persone. Dobbiamo anche prevedere sistemi efficienti ed efficaci che supportino il loro lavoro e coltivare una cultura che stimoli la loro crescita e sviluppo.

A sostegno di tale obiettivo istituzionale, le **priorità condivise** sono:

- ***Aumentare la portata e l'impatto della comunicazione***, con azioni specifiche per rafforzare la reputazione della Scuola IMT, a livello nazionale e internazionale;
- ***Accrescere la percezione positiva verso i temi di ricerca della Scuola*** e il valore della interdisciplinarietà;
- ***Accrescere la percezione positiva verso la didattica della Scuola e l'offerta dottorale***, identificando ed ***evidenziando le storie e i risultati più significative*** degli studenti, docenti e personale.

A sostegno di tale obiettivo istituzionale, le **azioni promosse** saranno:

1.1 Creazione e distribuzione di contenuti (es., comunicati stampa, social media, ecc.), che aumentino la consapevolezza delle attività, utilizzando dati e risultati che mostrino perché la

Scuola sia un eccellente luogo di studio, insegnamento, lavoro e ricerca e assicurando sempre una corretta narrazione e disseminazione delle informazioni.

1.2 Sviluppare una *media relations strategy* che rafforzi le relazioni, sia con i media tradizionali locali e nazionali, che con i nuovi canali digitali e social media, ed enfatizzi i punti di forza e i contributi della Scuola IMT.

1.3 Promuovere campagne e comunicazioni che supportino gli sforzi della Scuola per attrarre e sostenere allievi talentuosi; reclutare e mantenere un corpo docenti eccellente e diversificato; mettere in risalto le caratteristiche e valori della Scuola, in particolare il senso di comunità, la qualità della vita, il coinvolgimento e la stretta relazione tra allievi e docenti.

2. Promuovere una ricerca interdisciplinare

Oltre a mantenere un'elevata qualità scientifica, è compito della Scuola intensificare gli sforzi verso una ricerca sempre più interdisciplinare e applicativa, migliorare le infrastrutture di ricerca, facilitare il lavoro collaborativo dei docenti e tra ricercatori e studenti, soprattutto verso le sfide più attuali.

A sostegno di tale obiettivo istituzionale, le **priorità condivise** saranno:

- Promuovere **la comunicazione dell'eccellenza accademica** e delle iniziative di ricerca che **attraversano i confini disciplinari** o hanno un forte carattere **traslazionale**
- Evidenziare il **percorso verso la ricerca in aree chiave** e attuali, quali – a mero scopo esemplificativo - sicurezza informatica, *data analytics*, transizione digitale, automazione, materiali innovativi, neuroscienze per la società, valorizzazione del patrimonio culturale;
- Distribuire contenuti che mostrino **contributi positivi alla società** attraverso storie personali di crescita, insegnamento, ricerca.

A sostegno di tale obiettivo istituzionale, le **azioni promosse** saranno:

2.1 Garantire un continuum della narrazione verso testate giornalistiche, televisioni, social media e altre piattaforme digitali con una disseminazione di contenuti che parlino in particolare dell'eccellenza della Scuola nella ricerca, innovazione e contributi alla società;

- 2.2 Sviluppare un piano per migliorare ulteriormente lo storytelling relativo alle ricerche in ambito socio-economico, socio-tecnologico e scienze umane e alla ricerca interdisciplinare;
- 2.3 Costruire relazioni con giornalisti, esperti di comunicazione e social media che si interessano delle diverse aree tematiche della ricerca, punti di forza della Scuola IMT, e sviluppare un'interazione regolare per promuovere i ricercatori della Scuola come esperti di riferimento, anche in azioni coordinate con le altre Scuole.

3. Coltivare la comunità della Scuola e i rapporti con il territorio

Punto di forza della Scuola IMT sono i suoi studenti e ricercatori e l'esperienza che vivono nel Campus, le opportunità per scambi e interazioni significative dentro e fuori l'aula tra docenti, studenti e personale, in grado di sviluppare un senso di connessione e appartenenza. In aggiunta, il rapporto della Scuola con la città e con la Regione Toscana è fondamentale per il raggiungimento del potenziale della Scuola nell'ambito dell'alta formazione. In definitiva, dobbiamo ingaggiare gli *stakeholders* cittadini e regionali nel sostegno alla Scuola. Anche gli ex-allievi e ex-ricercatori sono parte fondamentale della comunità: dovrebbe essere prioritario coinvolgerli e fornire loro opportunità di formazione e ricerca lungo tutto l'arco della loro carriera.

A sostegno di tale obiettivo istituzionale, le **azioni promosse** saranno:

- 3.1 Mettere a conoscenza tutti i membri della comunità (studenti, docenti, ricercatori, ex-allievi e ex-ricercatori) delle sfaccettature principali dell'identità della Scuola IMT e del programma di comunicazione.
- 3.2 Potenziare l'interazione e il dialogo con il tessuto cittadino, mantenendo le attuali occasioni di *public engagement* (come BRIGHT - La notte europea delle ricercatrici e dei ricercatori), che ormai rappresentano un appuntamento di riferimento per Lucca, e incrementando le azioni di disseminazione scientifica rivolte al sistema scolastico territoriale (incluso il supporto per l'orientamento e l'alternanza scuola-lavoro degli studenti) e alla cittadinanza, anche attraverso convenzioni con associazioni a carattere sociale e culturale.

- 3.3 Incrementare la presenza della Scuola negli eventi che caratterizzano la città di Lucca (es., Lucca Comics and Games, Lucca Film Festival, ecc.) affinché la Scuola sia sempre più percepita come 'l'Università di Lucca'. Cercare opportunità per ottenere una copertura mediatica positiva su come la comunità IMT si integri nell'economia e nei sistemi sociali locali.
- 3.4 Mantenere e rafforzare le azioni congiunte con la Regione Toscana e gli altri Atenei regionali in tutte le azioni di Terza Missione, incluse le azioni di *public engagement* e le attività di trasferimento tecnologico e di conoscenze.
- 3.5 A livello nazionale, favorire un'azione coordinata di comunicazione con le altre Scuole, che esalti tuttavia le caratteristiche identitarie della Scuola, e supportare in qualità di soci fondatori le azioni dell'*Associazione Rete italiana degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement – APEnet*, partecipando anche ai gruppi di lavoro su temi specifici.

Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione

Obiettivo	Azione	Strumento	Target	Strutture Coinvolte	Descrizione	KPI <i>(Laddove non sia specificato, il KPI è ancora da individuare e definire)</i>
Impegnarsi stabilmente e strutturalmente nella comunicazione e nella divulgazione e istituzionale e scientifica	Media strategy	comunicati istituzionali, conferenze, note stampa, interviste, press tour, formazione	testate giornalistiche generaliste e di settore	Ufficio Comunicazione e Eventi, Commissione Comunicazione	-Rafforzare l'attività di relazione con giornalisti e testate specializzate - Organizzazione di press tour ed eventi per la stampa; stabilire relazione con Ordine dei Giornalisti per l'organizzazione di corsi di formazione -Corsi di formazione interna per ricercatori e studenti sulla comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - Preparazione di un press kit da fornire agli operatori dei media interessati a conoscere la Scuola e seguirne le attività - Creazione di un protocollo di intesa con l'Ordine dei Giornalisti della Toscana - Produzione di un vademecum per ricercatori per facilitare i rapporti tra ricercatori e l'Ufficio Comunicazione e Eventi - Produzione di linee guida interne sui processi di comunicazione
	Divulgazione scientifica	OpenIMT	Pubblico generale interessato, comunità interna della Scuola, stakeholder sul territorio, media	Comitato Editoriale della rivista OpenIMT, Ufficio Comunicazione e Eventi	Rafforzare il magazine OpenIMT, progettando nuove rubriche, promuovendo la diffusione dei contenuti sui canali social, coinvolgendo la community nella redazione di contenuti.	
	Promozione Scuola e divulgazione scientifica	Eventi culturali e festival			Ufficio Comunicazione e Eventi, Comunità della Scuola IMT	Partecipare alle 'call for proposals' di eventi culturali con conferenze di ricercatori della Scuola e festival con conferenze di ricercatori della Scuola

	Creazione e distribuzione di contenuti	Preparazione di materiale informativo della Scuola	Cittadinanza, scuole, pubblico generale, community della Scuola	Ufficio Comunicazione e Eventi, Comunità della Scuola IMT	Realizzazioni di nuovi materiali informativi, con l'obiettivo di fornire informazioni sulla Scuola, sulle sue attività e iniziative, sui suoi eventi. Su molti di questi materiali è spesso presente un QR code che permette di trasferire il pubblico interessato da offline (es. brochure) a online (es. sito).	Realizzazione della nuova brochure di presentazione della Scuola e progettazione di ulteriori materiali (inclusi quelli specifici sulla biblioteca)
Consolidare e potenziare le iniziative di <i>public engagement</i>		Iniziative di diffusione della cultura scientifica rivolte al pubblico generale (<i>public engagement</i>)		Ufficio Comunicazione e Eventi, Commissione Comunicazione, Comunità della Scuola IMT	Consolidare le proposte di eventi già esistenti, arricchendole con contenuti studiati e progettati specificamente con attenzione ai diversi aspetti della comunicazione, rafforzando i rapporti di collaborazione e le iniziative di co-progettazione tra l'Ufficio Comunicazione e i ricercatori della Scuola. Proseguire nelle iniziative di formazione già intraprese, migliorando la qualità delle azioni di comunicazione organizzate e gestite dalla Scuola.	
		Sito web istituzionale	Community della Scuola, potenziali nuovi dottorandi, giornalisti, persone interessate ai nostri eventi, staff di altre università o enti pubblici	Ufficio Comunicazione e Eventi e Ufficio IT	<p>Rendere chiara la <i>vision</i> e la <i>mission</i> della Scuola. Il sito web deve essere sia il biglietto da visita dell'ente sia un "portale di servizio" in grado di fornire i vari tipi di informazione all'utenza interessata.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riprogettare la sezione del sito dedicata alla comunicazione, favorendo la fruizione dei contenuti da parte dei diversi pubblici di riferimento. - Aggiornare le informazioni presenti nella sezione, integrandole con un press kit e con i contatti per i media. - Valutare una possibile gestione comune dei curricula dottorali e delle pagine delle Unità di Ricerca nell'ottica di uniformarle, renderle più facilmente fruibili da qualunque 	<ul style="list-style-type: none"> - Creazione e upload sul sito di un <i>press kit</i> aggiornato con informazioni di taglio giornalistico sulla Scuola, le sue attività, la governance, corredato di foto e video che i media possano scaricare - Realizzazione di una campagna fotografica e creazione di materiale video mirato che prenda in considerazione sia le strutture che le attività di ricerca della Scuola. Il materiale prodotto potrà essere utilizzato per

					tipo di utente, e inserirvi anche alcuni contenuti di carattere comunicativo.	brochure e altro materiale a stampa, sito web, social e condivisione con i media - Acquisto di stock fotografici con immagini che rimandano alle aree di ricerca e formazione all'interno delle quali opera la Scuola
	Rafforzamento identità visiva social	Canali social istituzionali: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram	Comunicazione interna ed esterna	Ufficio Comunicazione e Eventi, Commissione Comunicazione, Comunità della Scuola IMT	Proseguire con l'attività avviata nell'ultima parte del 2022, con particolare riferimento al miglioramento dell'immagine coordinata dei post sui social media.	
Promozione dei programmi di dottorato	Promuovere campagne e comunicazioni che supportino gli sforzi della Scuola per attrarre e sostenere allievi talentuosi	Stampa cartacea, canali social, digital ads e inserti a pagamento online, siti specializzati	Possibili candidati nazionali ed internazionali	Ufficio Comunicazione e Eventi, Ufficio Dottorato, Commissione Didattica, Commissione Comunicazione, Delegato alla Didattica, Delegato all'Internazionalizzazione, Delegato alla Comunicazione e Terza Missione	Definizione una strategia per la promozione dei programmi di dottorato della Scuola e di tutta l'offerta didattica, pianificando le azioni in maniera strutturata in vista dell'apertura della PhD call 2023/2024	
Organizzazioni interne	Regolamento per la gestione degli eventi scientifici	Spazi e location Scuola IMT	Comunicazione scientifica	Ufficio Comunicazione e Eventi, Commissione Comunicazione, Direttore Generale	Definizione di un regolamento per la gestione degli eventi scientifici (es., conferenze nazionali e internazionali, workshop, seasonal schools, ecc.) promossi dalla faculty della Scuola IMT	Realizzazione del nuovo regolamento