



**UNIVERSITÀ  
DI PARMA**

# **PIANO DI COMUNICAZIONE**

**2025-2030**



## **INTRODUZIONE**

**4**

### **LA COMUNICAZIONE DELLE QUATTRO MISSIONI DELL'ATENEO**

1.1	Missione Ricerca.....	7
1.2	Missione Didattica e Servizi a studentesse e studenti .....	8
1.3	Missione Società .....	9
1.4	Missione Persone, Patrimonio e Risorse .....	10

## INTRODUZIONE

In un contesto accademico e sociale in continua trasformazione, la comunicazione ha un ruolo sempre più cruciale. Questo vale in linea generale e anche naturalmente per le università, che attraverso canali, strumenti, forme e azioni diverse mirano a raggiungere i propri pubblici di riferimento interni ed esterni.

La valorizzazione di un Ateneo nel suo complesso, della qualità della sua offerta formativa e delle sue attività di ricerca, delle tante iniziative realizzate “con il”, “sul” e “per il” territorio passa dalle strategie di comunicazione, che negli ultimi anni hanno attraversato una significativa evoluzione. L’ecosistema comunicativo universitario è stato infatti fortemente trasformato da dinamiche sociali, digitali e culturali che hanno ridefinito le modalità con cui le istituzioni accademiche interagiscono con i loro pubblici e hanno rimodulato la natura stessa della comunicazione, concepita non più solo come attività/funzione informativa ma come azione relazionale, partecipativa e strategica. In un contesto sempre più complesso e competitivo, comunicare in modo efficace non significa soltanto trasmettere informazioni ma costruire relazioni, favorire l’ascolto, generare fiducia e promuovere identità condivise.

L’Università di Parma si propone di affrontare con dinamicità le sfide e le richieste dei tempi e della società che cambiano e assegna alla comunicazione una funzione strategica in questa chiave, nella convinzione che una comunicazione efficace possa contribuire in maniera determinante a rafforzare l’identità dell’Ateneo e la sua considerazione/reputazione, a valorizzare le sue azioni e a costruire relazioni efficaci con la comunità interna ed esterna e con i diversi stakeholder di riferimento.

Il Piano di comunicazione è lo strumento di pianificazione che l’Università di Parma elabora per programmare e gestire le azioni di comunicazione pensate per raggiungere gli obiettivi istituzionali dell’Ateneo e rappresenta una componente essenziale della sua strategia di sviluppo. Si configura come uno strumento vivo, flessibile e modulabile, in grado di accompagnare l’Ateneo nella costruzione di un’identità forte e riconoscibile, in dialogo costante con la società e le sfide del futuro.

La visione che guida il Piano di comunicazione dell’Università di Parma è quella di un’università pubblica moderna, radicata nel territorio ma aperta al mondo, in grado di ascoltare e coinvolgere le persone, promuovere il sapere, generare valore sociale e orientare la conoscenza verso il bene comune. La capacità di raccontare l’Università di Parma in modo autentico, coinvolgente e trasparente rappresenta una sfida ma anche un’opportunità: quella di rafforzare il legame tra l’Ateneo, la sua comunità e il mondo che cambia.

L’adozione di linguaggi mirati sui target di riferimento, l’utilizzo di media tradizionali e, sempre più, digitali, l’interazione diretta con le persone e la promozione della partecipazione attiva rappresentano alcuni dei punti fermi della strategia di comunicazione dell’Università di Parma, che anche in virtù della partecipazione dell’Ateneo all’Alleanza europea EU GREEN, è pensata con un orizzonte di riferimento sempre più internazionale.

**Il Piano promuove una comunicazione trasparente, accessibile, partecipativa e integrata**, facendo leva su strumenti tradizionali e digitali, processi innovativi e strategie inclusive, ed è in stretta continuità con il Piano Strategico 2025-2030 e con la comunicazione delle diverse Missioni di Ateneo lì delineate:

- Ricerca
- Didattica e Servizi a studentesse e studenti
- Società
- Persone, Patrimonio e Risorse.

Il tutto a sostegno di un Ateneo **accogliente e inclusivo, interdisciplinare, motore dell'innovazione, sempre più internazionale e aperto al mondo, sostenibile** e determinato a creare valore pubblico.

Va sottolineato che le **quattro Missioni** non sono da considerarsi come universi a sé stanti, totalmente impermeabili gli uni agli altri, ma **sono** invece naturalmente **caratterizzate da relazioni, tangenze e intersezioni, in una logica d'insieme**. Diversi dunque i progetti, le attività, **le linee d'indirizzo comuni e trasversali** (si pensi solo, ad esempio, all'internazionalizzazione, che le percorre tutte), a costituire un indiscusso valore aggiunto

**Ascoltare, attrarre, accogliere, accompagnare:** questi i pilastri su cui poggia la visione strategica dell'Ateneo. E anche il Piano di comunicazione si muove intorno a questi fondamentali.

Il Piano di Comunicazione 2025–2030 dell'Università di Parma si propone dunque di:

- rafforzare e promuovere l'identità, l'offerta, l'attività e i valori dell'Ateneo in coerenza con la sua storia e la sua visione futura
- rafforzare la trasparenza, l'accessibilità e la chiarezza dell'informazione pubblica
- sostenere l'attuazione delle quattro missioni delineate nel Piano Strategico 2025-2030:
  - Ricerca
  - Didattica e Servizi a studentesse e studenti
  - Società
  - Persone, Patrimonio e Risorse
- favorire l'interazione con i diversi pubblici e portatori di interesse, a livello locale, nazionale e internazionale, in una logica di apertura e di collaborazione reciproca
- sviluppare strumenti innovativi e misurabili per la gestione integrata della comunicazione.

Il **Piano è organizzato per obiettivi e azioni:** un approccio che consente di dettagliare e articolare le attività da svolgere modellandole inoltre sugli specifici target di riferimento, accuratamente individuati.

Il Piano è stato **redatto dalla Unità Organizzativa Comunicazione istituzionale e Cerimoniale d'intesa con il vertice di Ateneo**, e non può prescindere da un assunto di fondo: la comunicazione non è un'azione accessoria ma una responsabilità strategica, trasversale e integrata, che coinvolge tutti i soggetti dell'Università; solo con una comunicazione non soltanto coordinata ma anche partecipata si possono infatti raggiungere gli obiettivi prefissati. L'attuazione del Piano è coordinata dalla UO Comunicazione istituzionale e Cerimoniale, che assicura il presidio strategico, il coordinamento e la gestione delle attività di informazione e di comunicazione istituzionale con l'obiettivo di favorire la conoscenza omogenea e coerente dell'identità dell'Ateneo verso i diversi pubblici di riferimento e di valorizzarne il brand, illustrarne le attività, i servizi e il funzionamento, gestendo i rapporti con l'utenza esterna e interna, creando condivisione su valori, politiche, risultati raggiunti, migliorando la partecipazione, favorendo il dialogo e realizzando i principi di accessibilità totale e di trasparenza, grazie all'utilizzo dei mezzi di comunicazione tradizionali e digitali.

## FUNZIONI PRESIDATE

- Comunicazione esterna, anche attraverso l'URP – Ufficio Relazioni con il Pubblico e il ParmaUniverCity Info Point, punto di accoglienza e informazione di Ateneo
- Comunicazione interna
- Organizzazione eventi istituzionali e Cerimoniale
- Ufficio stampa
- Comunicazione digitale
- Social media communication

## OBIETTIVI STRATEGICI DELLA COMUNICAZIONE

- **Trasparenza e accessibilità** - Garantire informazioni chiare e facilmente accessibili a tutti gli stakeholder
- **Partecipazione e coinvolgimento** - Favorire la partecipazione attiva della comunità universitaria nelle decisioni e nelle attività dell'Ateneo e l'interazione tra Ateneo ed esterno, in una logica di apertura



- **Valorizzazione dell'identità** - Promuovere l'immagine dell'Università di Parma come centro di eccellenza nella didattica, nella ricerca e nell'impegno sociale e culturale
- **Innovazione e digitalizzazione** - Sfruttare le nuove tecnologie per migliorare la comunicazione interna ed esterna

### MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

- **Studentesse, studenti e famiglie** - Principali destinatari delle attività didattiche e dei servizi dell'Ateneo
- **Personale docente, ricercatore e tecnico amministrativo** - Soggetti chiave nella realizzazione delle missioni istituzionali
- **Alumni** – “Ambasciatori” dell'Università nel mondo del lavoro e nella società
- **Imprese e mondo produttivo** - Partner strategici per la ricerca applicata e l'innovazione, in una logica sinergica mirata allo sviluppo del territorio
- **Istituzioni** – Partner per progetti di varia natura, dal livello locale a quello nazionale e internazionale
- **Comunità locale** - Persone e organizzazioni del territorio
- **Stampa e Mass media** – Moltiplicatori d'informazione verso pubblici ampi

### CANALI E STRUMENTI

L'Ateneo utilizza un'ampia varietà di canali per la comunicazione:

- **Ecosistema web di Ateneo: sito web istituzionale e altri siti web a gestione centralizzata (es. siti di Dipartimento, siti dei corsi di Dottorato di Ricerca)** - Punti di riferimento per informazioni ufficiali su tutte le attività, sull'organizzazione, su ciò che viene prodotto dall'Ateneo nelle sue numerose articolazioni, con particolare attenzione ad accessibilità e fruibilità dei contenuti anche in chiave internazionale attraverso l'uso sempre più esteso della lingua inglese accanto all'italiano
- **Social media** - Presenza attiva e diversificata per target di riferimento su piattaforme come Facebook, X, Instagram, LinkedIn e YouTube, e anche, più recentemente, TikTok e Flickr, per raggiungere un pubblico più ampio e diversificato e anche in questo modo creare le condizioni per cui tutti gli stakeholder - studentesse e studenti in primis ma anche cittadine e cittadini e territorio in generale - possano sentirsi parte della comunità accademica
- **Notizie, comunicati stampa e testi/materiali per i media** - Attività di informazione istituzionale e rapporti con i media, elaborazione e diffusione di comunicati stampa, organizzazione di conferenze stampa e altri eventi stampa, realizzazione di testi e altri materiali (anche foto/video) da inviare agli organi di informazione
- **Cerimonie, eventi e incontri** - Organizzazione di cerimonie ed eventi istituzionali, tra cui anche conferenze, congressi, seminari, open day e altre iniziative per favorire l'interazione diretta con l'utenza e con il pubblico in genere, con relativa documentazione foto/video e spesso con l'utilizzo della diretta streaming per moltiplicare le opportunità di fruizione
- **Newsletter ed e-mail alle liste di personale e studentesse e studenti** - Invio periodico di aggiornamenti su eventi, opportunità e notizie rilevanti a pubblici mirati
- **Materiali informativi tradizionali e digitali** - Ideazione e progettazione anche grafica di guide, dépliant, locandine/manifesti, reportistica
- **Campagne informative e di comunicazione** - Ideazione e progettazione anche grafica di campagne periodiche di comunicazione, pubblicitarie e promozione dell'Ateneo e di iniziative specifiche
- **Marchio di Ateneo** – Attività di presidio sul corretto utilizzo del marchio, rappresentazione grafica e visiva dell'identità dell'Università di Parma
- **Merchandising di Ateneo** – Identificazione, personalizzazione e vendita di oggetti che riportano il marchio dell'Università di Parma, importanti veicoli in termini di brand identity e brand awareness oltre che per il senso di appartenenza all'Ateneo

- **Saloni di orientamento in Italia e all'estero** – Coordinamento della partecipazione a iniziative di orientamento mirate in territori considerati bacino d'utenza o potenziale bacino d'utenza, per far conoscere l'Ateneo e la sua offerta a tutti i livelli

## LA COMUNICAZIONE DELLE 4 MISSIONI DELL'ATENEO

### 1.1 Missione Ricerca

La comunicazione gioca un ruolo fondamentale nel rendere visibili i risultati ottenuti in tutti i campi della ricerca. Tanto più in un contesto in cui l'Università di Parma sarà impegnata a potenziare la progettualità competitiva, a sostenere i giovani ricercatori e le giovani ricercatrici e a rafforzare le infrastrutture.

Nei prossimi anni l'Ateneo intende infatti consolidare il proprio impatto nei settori strategici. L'obiettivo è rafforzare il proprio ruolo come polo di innovazione e sviluppo scientifico, valorizzando la ricerca interdisciplinare e le collaborazioni internazionali, creando un ambiente dinamico e stimolante, capace inoltre di attrarre talenti e finanziamenti, migliorando contemporaneamente la qualità e la visibilità della produzione scientifica a livello nazionale e internazionale.

Oggi l'Università di Parma può contare su tre Dipartimenti di Eccellenza e gruppi di ricerca dotati di grande attrattività nazionale e internazionale, una rete di collaborazioni di ricerca internazionali vasta e prestigiosa, un'elevata capacità di attrarre finanziamenti e collaborazioni con le aziende.

Il futuro prossimo parla di opportunità legate al potenziamento infrastrutturale e delle risorse umane post PNRR, a un ulteriore e più ampio consolidamento e incremento dei rapporti con le realtà pubbliche e private del territorio, a un miglioramento dell'integrazione della ricerca e del trasferimento tecnologico.

A sostegno di tutto ciò occorre una comunicazione efficace, tanto verso l'interno quanto verso l'esterno, che metta in evidenza gli obiettivi raggiunti, le collaborazioni eccellenti e le ricadute positive sulle persone e sulla società.

#### Azioni suggerite

**Obiettivo:** in occasione della pubblicazione di studi particolarmente significativi, promuovere l'eccellenza della ricerca di Ateneo evidenziandone l'impatto sulla società e sull'innovazione, attraverso l'utilizzo coordinato di strumenti tradizionali e digitali. Redazione di comunicati stampa per i media, news per il portale di Ateneo, attività social, comunicazioni mirate al personale e a studentesse e studenti, altre forme di comunicazione esterna: diversi gli strumenti che possono essere messi in campo, valutando di volta in volta le strategie e le forme di comunicazione più efficaci.

**Target:** studentesse e studenti, personale, cittadine e cittadini, imprese, comunità scientifica, media e mondo dell'informazione.

**Obiettivo:** rendere la sezione del sito di Ateneo dedicata alla ricerca sempre più chiara e fruibile da parte dell'utenza attraverso un aggiornamento costante dei contenuti

**Target:** studentesse e studenti, personale, cittadine e cittadini, imprese, comunità scientifica

## 1.2 Missione Didattica e Servizi a studentesse e studenti

Garantire una comunicazione chiara, inclusiva e continua e azioni mirate a supporto dei percorsi formativi è fondamentale per attrarre nuovi studenti e studentesse, ma anche per sostenere chi è già iscritto/a, accompagnare ogni fase del percorso accademico e valorizzare l'esperienza universitaria nel suo complesso.

Tra gli obiettivi principali dell'Ateneo nei prossimi anni c'è quello di introdurre una serie di azioni mirate che puntino alla riduzione della dispersione studentesca nel corso degli anni universitari, specialmente dei primi due.

Anche il potenziamento della comunicazione verso le studentesse e gli studenti iscritti è un punto fondamentale nelle strategie di intervento che si intendono attuare; una comunicazione che punti soprattutto su quegli strumenti digitali utilizzati dalle nuove generazioni e caratterizzati da un elevato livello di personalizzazione dell'esperienza.

Infine, "Parma come Città universitaria" è un concetto da sempre al centro degli interessi dell'Università, con una duplice valenza: da un lato rendere sempre più evidente agli occhi della cittadinanza e dei principali stakeholder del tessuto produttivo del territorio la risorsa preziosa rappresentata da giovani studenti e studentesse che vivono gli spazi urbani, si laureano e, in molti casi, decidono di cercare lavoro a Parma; dall'altro, il fatto di contribuire a rendere la Città sempre più a misura di studente/studentessa ha lo scopo di migliorare l'esperienza di chi studia a Parma, facendolo/a sentire parte di una comunità accogliente e propositiva, e anche di attrarre nuove persone fuori sede.

Obiettivi comunicativi sono quelli di

- migliorare l'orientamento e la comunicazione verso le matricole allo scopo di diminuire il tasso di dispersione
- migliorare l'efficacia della comunicazione verso gli studenti e le studentesse iscritti potenziando la personalizzazione degli strumenti digitali a loro disposizione e facilitando l'accesso ai servizi universitari
- accrescere l'integrazione del sostanzioso corpo studentesco all'interno del tessuto urbano di Parma, rendendo la città sempre più una "città universitaria"

### Azioni suggerite

**Obiettivo:** organizzazione di speciali Welcome Days all'inizio non solo del primo, ma anche del secondo e terzo anno, in modo da colmare eventuali vuoti informativi di chi ha appena iniziato o è nel pieno della carriera universitaria, al fine di ridurre il rischio di dispersione e migliorare il collegamento con il mondo del lavoro

**Target:** studentesse e studenti iscritti ai corsi di laurea

**Obiettivo:** rifacimento della app di Ateneo "UNIPR Mobile" al fine di migliorarne l'interfaccia grafica, le funzionalità e rendere più diretto l'accesso ai servizi più utilizzati dagli studenti e dalle studentesse

**Target:** studentesse e studenti iscritti ai corsi di laurea

**Obiettivo:** organizzazione all'inizio dell'anno accademico di una Welcome Night nel centro di Parma in collaborazione con il Comune

**Target:** matricole, studentesse e studenti iscritti ai corsi di laurea, future matricole, cittadinanza



### 1.3 Missione società

Negli ultimi anni le attività che a vario titolo favoriscono l'apertura dell'Ateneo verso la società e il territorio sono diventate uno snodo imprescindibile delle azioni di comunicazione messe in campo dalle università; l'obiettivo è quello di aprirsi all'esterno promuovendo, in un'ottica di dialogo e collaborazione con i diversi stakeholder, il trasferimento di conoscenze verso un pubblico non accademico e l'impegno civico, condividendo i risultati della ricerca e l'impatto sociale che questa può avere su tutta la società.

Un esempio virtuoso di collaborazione tra scienza e società è la Citizen Science (o "Scienza partecipata"), ambito in cui l'Università di Parma è tra gli atenei capofila in Italia. Si tratta di un approccio alla ricerca che coinvolge attivamente volontarie e volontari, anche non esperti, nella raccolta e analisi di dati scientifici, sotto la guida di ricercatori e ricercatrici e allo scopo di produrre nuova conoscenza scientifica. Grazie alla Citizen Science, i ricercatori e le ricercatrici possono raccogliere più dati in modo capillare; i volontari e le volontarie acquisiscono conoscenze e competenze scientifiche; le istituzioni rafforzano il dialogo con la società e promuovono decisioni più consapevoli. Attraverso specifici progetti, la partecipazione attiva della cittadinanza diventa così parte integrante del processo scientifico.

Inoltre, già da tempo l'Università di Parma collabora in modo stretto con le istituzioni del territorio nell'ambito del progetto "Parma Città Universitaria", che ha l'obiettivo di rendere Parma una città sempre più a misura di universitarie/i, creando un modello di comunità in cui studentesse e studenti sono al centro. Il progetto, avviato negli scorsi anni da Ateneo e Comune di Parma, si è via via arricchito con l'adesione, ad ora, di 32 Comuni della provincia e di accordi con numerosi partner. La presenza dell'Ateneo in un territorio è infatti un valore aggiunto indiscusso, su cui basarsi per pensare e progettare insieme percorsi di futuro.

Il momento è particolarmente favorevole perché, nel corso dell'orizzonte 2025-2030 del Piano strategico di Ateneo, la città di Parma sarà, nel 2027, Capitale Europea dei Giovani. Questo riconoscimento è il frutto di un ampio processo partecipativo che ha coinvolto centinaia di ragazze e ragazzi under 30 e più di duecento associazioni locali e nazionali. Lo stile scelto è quello di un approccio collaborativo e inclusivo per creare una piattaforma permanente di dialogo e partecipazione tra giovani e società, in grado di concretizzare il protagonismo della comunità giovanile della città. Tutto ciò rappresenta una grande occasione anche per l'Università di Parma.

Obiettivo di questa Missione è rendere l'Ateneo un vero e proprio motore culturale, civile ed economico del territorio, attraverso le parole chiave della sostenibilità e dell'innovazione sociale.

#### Azioni suggerite

**Obiettivo:** mettere in atto campagne di crowdfunding per promuovere progetti innovativi e di impatto che rafforzino la comunità universitaria e il territorio. In questo modo la comunità universitaria e la cittadinanza possono insieme contribuire a realizzare iniziative accademiche, culturali, sociali e di ricerca, per costruire un futuro più solido e inclusivo.

**Target:** studentesse e studenti, docenti, ricercatori e ricercatrici, personale tecnico amministrativo, assegniste/i, borsiste/i, famiglie della comunità studentesca, cittadine e cittadini, media e mondo dell'informazione.

**Obiettivo:** promuovere all'interno della comunità universitaria la progettualità e le attività legate a Parma Capitale Europea dei Giovani 2027, in un'ottica di collaborazione con il territorio.

**Target:** studentesse e studenti, docenti, ricercatori e ricercatrici, personale tecnico amministrativo, assegniste/i, borsiste/i.

## 1.4 Missione Persone, Patrimonio e Risorse

Nel Piano strategico 2025/2030 l'Ateneo di Parma assegna un ruolo significativo alle azioni volte al rispetto reciproco e alla promozione delle potenzialità di ogni sua componente, in particolare quella umana.

Per questo è prevista l'attivazione di percorsi formativi mirati con sviluppo e costante aggiornamento di competenze per il personale docente e tecnico amministrativo. In particolare, sono già state avviate iniziative di sviluppo della docenza universitaria in prospettiva interdisciplinare e in futuro si innesterà anche un percorso di premialità per la docenza innovativa attraverso un gruppo interdisciplinare stabile di 'formatori e mentori'.

La crescita dell'Ateneo non può inoltre prescindere dalla sua capacità di cercare competenze ed eccellenze all'esterno anche attraverso il possibile arrivo di personale "di elevato profilo" docente, ricercatore e tecnico amministrativo, dall'estero o dall'Italia. Tutto ciò andrebbe affiancato a un processo di snellimento e semplificazione delle procedure concorsuali.

La cura e la tutela delle persone in Ateneo avvengono anche con il rafforzamento di politiche di benessere organizzativo, di conciliazione vita-lavoro e di "welfare". Sono state attivate e promosse diverse attività nell'ambito del progetto "Unipr4Life" che insistono su ambiti cruciali per la salute delle persone, come la app per promuovere abitudini alimentari sane, le tante iniziative di attività motoria realizzate in collaborazione con il CUS Parma e il servizio di counseling psicologico. Questo potrà contribuire a migliorare il clima interno, rafforzare il senso di appartenenza, consolidare la fiducia degli stakeholder esterni, potenziare l'immagine pubblica dell'Ateneo e, in ultima analisi, aumentare l'attrattività dell'Ateneo anche in termini occupazionali.

A seguito del progressivo aumento del carico amministrativo, risulta anche imperativo cercare di ridurre e snellire le procedure, anche e soprattutto mediante la digitalizzazione dei processi amministrativi per migrare progressivamente verso procedure adeguate ai tempi e alle esigenze dell'utenza.

### Azioni suggerite

**Obiettivo:** promuovere attraverso attività di comunicazione mirate l'accesso del personale e delle studentesse e studenti alle iniziative sociali, culturali e sportive per la promozione di benessere psicofisico, inclusività, sport, corretti stili di vita e alimentazione, allo scopo di migliorare il clima organizzativo, rafforzare il senso di appartenenza e la partecipazione attiva, favorendo un ambiente di lavoro motivante, rispettoso e orientato alla qualità.

**Target:** studentesse e studenti, docenti, ricercatori e ricercatrici, personale tecnico amministrativo, assegniste/i, borsiste/i

**Obiettivo:** migliorare l'attrattività dell'Ateneo attraverso attività di comunicazione mirate legate alle procedure di reclutamento sia del personale docente e ricercatore sia tecnico amministrativo, al fine di aumentare la qualità delle risorse umane dell'Ateneo.

**Target:** stakeholder esterni all'Ateneo, media e mondo dell'informazione, cittadinanza.



**UNIVERSITÀ  
DI PARMA**

[www.unipr.it](http://www.unipr.it)