



# **PIANO DI COMUNICAZIONE 2020**

Gennaio 2020

A cura di: dott.ssa Alessia del Noce  
Ufficio Comunicazione

## INDICE

Premessa	3
Le ragioni del Piano di comunicazione	3
Analisi del contesto e genesi del piano	4
<i>Target</i>	
<i>Reputazione</i>	
Tabella	8
Un anno di comunicazione: obiettivi e azioni	9
A) Attrarre nuovi studenti, anche stranieri, garantire il loro accesso e valorizzarne il merito	
B) Eventi di Ateneo e partecipazione ad eventi esterni	
C) Sviluppo della comunicazione digitale e social	
D) Relazioni con i media	
E) Promozione delle attività di ricerca	
F) Sviluppare percorsi di training, incubazione e open innovation per startup	
G) Stakeholder e company engagement	
H) Sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio	
I) Implementazione dei media di Ateneo	
L) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione	
Allegati	
• All. 1 Linee guida per la redazione dei contenuti digitali	
• All. 2 Vademecum Social	

## **Premessa**

Nato nel 1992, Roma Tre è tra gli Atenei più giovani nel sistema universitario italiano. Questa giovinezza è anche il suo punto di forza, perché è stata e rimane un forte stimolo per una crescita rapida e dinamica. La sua triplice missione – formativa, scientifica e culturale – la rende una realtà complessa e impone, quindi, un’attività di comunicazione efficace e ben strutturata, sia in termini di servizio che di valorizzazione dell’immagine istituzionale.

Il Piano di comunicazione 2020 è un documento che dà attuazione al dettato normativo in materia di comunicazione degli enti pubblici (legge 150/2000 e successivi provvedimenti applicativi), e si pone a tutti gli effetti come utile strumento di programmazione concreta e coordinamento delle azioni di tutti coloro che, nell’Ateneo, operano a vario titolo nella comunicazione.

Il piano, pur essendo principalmente uno strumento operativo per la pianificazione del lavoro, è parte integrante del più ampio insieme di documenti di programmazione e valutazione dell’Ateneo che contribuiscono a garantire, diffondere e consolidare la cultura della trasparenza, gli indirizzi e le strategie di Roma Tre. In questo senso, infatti, si relaziona con il Documento di Programmazione Triennale di Ateneo 2017-2020<sup>1</sup> e con il Piano Strategico<sup>2</sup> di cui assume le indicazioni di carattere generale e quelle più strettamente legate alla comunicazione, declinandole attraverso obiettivi operativi e azioni specifiche di promozione, divulgazione e valorizzazione delle attività istituzionali. Da questa stretta correlazione deriva anche il carattere “in divenire” del piano, nonché l’opportunità di garantire coerenza tra gli obiettivi dell’Ateneo e le azioni di comunicazione: un allineamento volto alla creazione di un sistema integrato di comunicazione che punti a superare la frammentazione e l’episodicità delle attività, a favorire una divulgazione coordinata dei programmi di sviluppo dell’Ateneo e a promuoverne organicamente le attività, i risultati e i servizi offerti.

## **Le ragioni del piano di comunicazione**

Attualmente all’interno di Roma Tre sono impegnati nella comunicazione delle attività di Ateneo soggetti diversi e non necessariamente in relazione fra loro. Indipendentemente dai risultati soddisfacenti fino a ora conseguiti, una realtà così complessa, in cui si organizzano

---

<sup>1</sup> Approvato con delibere del Senato Accademico del 20/03/2018 e del Consiglio di Amministrazione del 27/03/2018.

<sup>2</sup> Approvato con delibere del Senato Accademico del 17/07/2018 e del Consiglio di Amministrazione del 23/07/2018

e propongono numerose attività e iniziative – per ciascuna delle quali sono richieste, da più attori, interventi di comunicazione (valorizzazione sui media, campagne social, sviluppo grafica, riprese audio e video, ecc.) – rischia spesso di non riuscire ad esprimere pienamente la portata del proprio contributo. La molteplicità dei soggetti coinvolti, la numerosità dei prodotti e, non da ultimo, la non totale conoscenza da parte del personale docente e tab degli strumenti che l'Ateneo mette a disposizione sul piano comunicativo, comportano che solo una parte di queste attività possa essere soggetta ad una regia preventiva capace di esprimere una continuità di visione e di intervento. Attività di comunicazione così destrutturate e non sufficientemente programmate, comportano un dispendio maggiore di energie e moltiplicano i rischi di autoreferenzialità, di ridondanza e sovrapposizione dei messaggi, nonché di superflua competizione fra contenuti simili. L'immagine complessiva delle stesse attività rischia in questo modo di apparire, quindi, frammentata e non necessariamente coerente con un'unica filosofia identitaria.

Da questa situazione deriva da un lato una problematica interna relativa allo stesso sentimento di appartenenza alla comunità accademica, dall'altro una problematica legata alla percezione dell'Ateneo per tutti coloro che lo vivono dall'esterno. Sebbene sovente tali problematiche non abbiano determinato ricadute negative in termini di immagine di Ateneo o di risultato della singola manifestazione, hanno sicuramente enfatizzato la ricerca di risposte individuali e portato alla luce l'assenza di una programmazione, e di conseguenza l'eterogeneità degli stili e dei toni della comunicazione.

Una soluzione a quanto sopra esposto viene ipotizzata e offerta attraverso la stesura del presente piano di comunicazione che si pone come principale obiettivo la costruzione – e la conseguente condivisione - di una narrazione comune che abbia una forza e coerenza tali da rappresentare un riferimento significativo per tutti i soggetti predisposti operativamente alla Comunicazione.

Nel corso degli ultimi due anni il sistema di comunicazione dell'Ateneo ha conosciuto un'importante rimodulazione volta a dare il massimo rilievo alle numerose e qualitativamente alte manifestazioni della vitalità scientifica, didattica, territoriale e internazionale di Roma Tre. In questa direzione, anche la costituzione di un Ufficio Comunicazione e di un'Area di supporto tecnologico alla comunicazione e alle relazioni con i media, rappresentano la volontà dell'amministrazione dell'Ateneo di investire su un uso integrato, razionale e più efficace della comunicazione. A questo si aggiunge la collaborazione la Comin and Partners, una delle realtà più affermate nel settore della comunicazione in Italia. La Comin and Partner supporta le azioni e le attività dell'Ufficio Comunicazione di Ateneo con particolare riguardo alle relazioni con i media, con le aziende e la comunicazione social.

## **Analisi del contesto e genesi del piano**

Negli anni 2018 e 2019 è stato avviato un percorso di comunicazione integrata dal quale è emersa la necessità di rafforzare le forme e i canali di comunicazione interna ed esterna all'Ateneo. Le azioni intraprese in entrambe le direzioni, infatti, oltre ad avere dei vantaggi in termini di circolazione delle informazioni, assumono un ruolo fondamentale nel processo di rafforzamento dell'immagine di Roma Tre, con ricadute inevitabilmente positive rispetto agli obiettivi strategici individuati dagli organi di Ateneo.

Il piano di comunicazione 2020, nato dall'esigenza di consolidare il posizionamento strategico dell'Ateneo, propone obiettivi che si articolano su tre direttrici che rappresentano i campi di azione su cui Roma Tre si muove: didattica, ricerca e terza missione; direttrici a loro volta declinate in diverse azioni operative che mirano a rispondere principalmente alle seguenti esigenze:

- Elevare il posizionamento competitivo di Roma Tre attraverso azioni specifiche che rendano l'Ateneo riconoscibile come un'Eccellenza a livello nazionale.
- Potenziare la singolarità e la reputazione di Roma Tre come Ateneo in grado di offrire, non soltanto una formazione di qualità e al passo con la richiesta del mondo del lavoro, ma anche una serie di importanti attività e servizi che completano la formazione degli studenti di Roma Tre: pensiamo al radicamento culturale nel territorio con il cartellone e i laboratori del Teatro Palladium; all'elaborazione e restituzione autonoma della realtà sociale e culturale attraverso lo strumento di Roma Tre Radio; all'espressione artistica come testimonia la vitalità della Roma Tre Orchestra; all'organizzazione di incontri volti a consolidare una relazione diretta e virtuosa con il mondo del lavoro così come si manifesta nel progetto in corso "Roma Tre incontra le aziende"; e via dicendo.
- Ottimizzare la comunicazione di eventi, progetti, iniziative sia all'interno che all'esterno dell'Ateneo, mediante la realizzazione di una strategia di comunicazione integrata.

Per realizzare questi macro-obiettivi si ritiene più che mai necessario lavorare sull'immagine dell'Ateneo, facendo della comunicazione un vero e proprio punto di forza mirato ad alimentare all'interno di Roma Tre il sentimento di appartenenza ad una comunità accademica vivace e attiva, e all'esterno la percezione di un Ateneo fortemente connotato e immediatamente riconoscibile.

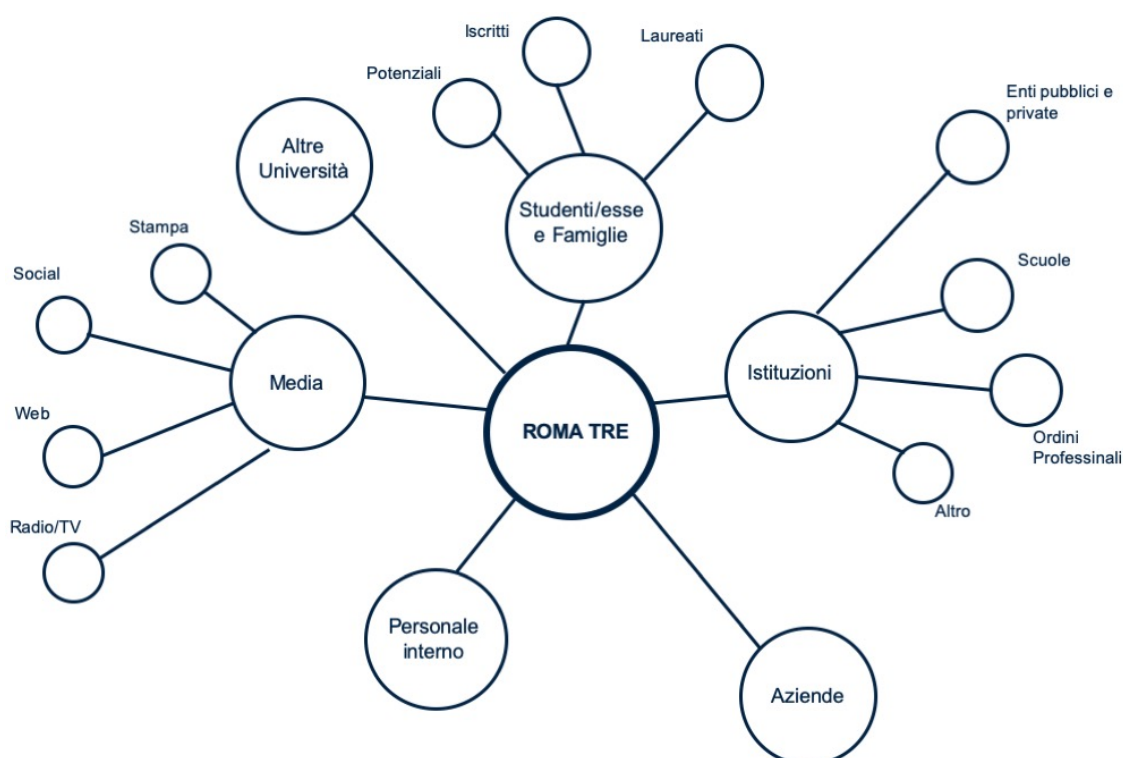
Il piano di comunicazione, così articolato, si colloca in un contesto che presenta punti di forza e criticità e nel quale i portatori di interesse e i pubblici di riferimento, nonché la struttura organizzativa interna dell'ateneo, assumono un ruolo di primaria importanza.

### *Target*

Roma Tre si trova quotidianamente a confrontarsi con una serie di pubblici eterogenei per composizione, aspettative e relazioni con la struttura; pubblici diversi che, di conseguenza, necessitano di strumenti differenti e linguaggi articolati per essere raggiunti al meglio. Inoltre, rispetto a questi pubblici è possibile rintracciare obiettivi eterogenei da perseguire e il loro raggiungimento comporterà una diversa percezione della reputazione dell'Ateneo. I primi – e naturali – interlocutori delle attività di comunicazione sono sicuramente coloro che compongono la comunità accademica di Roma Tre (studenti, docenti e personale tecnico amministrativo e bibliotecario): alimentare il senso di appartenenza ad una realtà solida e attiva è quindi di primaria importanza.

I portatori di interesse individuati sono:

- Studentesse/Studenti e famiglie
- Istituzioni pubbliche e private
- Personale interno all'Ateneo
- Media
- Aziende
- Altri Atenei



## ***Reputazione***

Grazie al lavoro di analisi (*assessment*) effettuato, è stato possibile evidenziare i punti di forza, le criticità e gli assi strategici lungo i quali è opportuno continuare a lavorare per valorizzare la reputazione dell'Ateneo.

## ***Punti di forza***

- Ateneo giovane e a misura di studente
- Riconosciuta eccellenza di 4 Dipartimenti (Giurisprudenza, Ingegneria, Matematica e Fisica, Scienze)
- Posizione logistica, disponibilità di spazi, architettura delle strutture
- Attenzione alle iniziative extracurricolari e soft skill
- Vocazione sociale e valorizzazione del territorio
- Trasparenza e qualità nella gestione

## ***Criticità***

- Riduzione fondi e risorse a disposizione (criticità riconducibile allo scenario nazionale del mondo accademico)
- Comunicazione autoreferenziale
- Scarsa consapevolezza degli strumenti di comunicazione di Ateneo
- Frammentazione e dispersione degli interventi
- Forte personalizzazione dei progetti e delle iniziative

A seguito della fase di analisi, è stato avviato ad un processo di riorganizzazione della gestione delle notizie al fine di migliorare e ottimizzare i flussi comunicativi e garantire il massimo risultato alle azioni messe in campo. In questo senso, per il 2020 si auspica che la già sperimentata collaborazione tra le strutture di Ateneo prosegua il percorso già avviato con buoni risultati nel corso del 2019.

**Piano Strategico 2018-2020 e Piano di comunicazione 2020**

AREA DI AZIONE	Obiettivi strategici Piano Strategico 2018-2020	Obiettivi operativi di comunicazione Piano di Comunicazione 2020
<b>DIDATTICA</b>	Promuovere l'offerta formativa, la sua qualità e la sua dimensione internazionale, assicurando attività di orientamento e valorizzando la reputazione dell'Ateneo	A) Attrarre nuovi studenti, anche stranieri, garantire il loro accesso e valorizzarne il merito B) Eventi di Ateneo e partecipazione ad eventi esterni C) Sviluppo della comunicazione digitale e social D) Relazioni con i media
<b>RICERCA</b>	Migliorare la qualità e la quantità della ricerca, promuovendone gli aspetti internazionali, le aree di eccellenza e dell'alta formazione.	B) Eventi di Ateneo e partecipazione ad eventi esterni C) Sviluppo della comunicazione digitale e social D) Relazioni con i media E) Promozione delle attività di ricerca F) Sviluppare percorsi di training, incubazione e open innovation per startup
<b>TERZA MISSIONE</b>	Promuovere i rapporti con il mondo del lavoro, con le scuole, le società e le istituzioni, e favorire l'innovazione e il trasferimento tecnologico	B) Eventi di Ateneo e partecipazione ad eventi esterni C) Sviluppo della comunicazione digitale e social D) Relazioni con i media F) Sviluppare percorsi di training, incubazione e open innovation per startup G) Stakeholder e company engagement H) Sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio I) Implementazione dei media di Ateneo L) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione



## **Un anno di comunicazione: obiettivi e azioni**

### **A) Attrarre nuovi studenti, anche stranieri, garantire il loro accesso e valorizzarne il merito**

Nell'anno 2019 Roma Tre ha rafforzato il modello virtuoso già avviato dal 2011 con il blocco delle tasse di iscrizione e con numerosi interventi in favore degli studenti. Tra questi: estesa sino a 13.500 euro di ISEE la fascia di esenzione totale per gli studenti meritevoli; ulteriori esenzioni sono state destinate a favorire l'accesso e la prosecuzione degli studi a diverse categorie di studenti, quali ad esempio gli studenti con disabilità, i residenti o domiciliati nei comuni interessati dagli eventi sismici del 2016/17, i figli di vittime del terrorismo, della criminalità organizzata e del dovere, gli studenti sottoposti a misure restrittive della libertà personale, e altri ancora; riduzioni delle tasse per gli studenti in regola con gli studi e con ISEE sino a 30.000 euro; riduzione del 50% delle tasse di iscrizione per gli studenti con voto di maturità compreso tra 95 e 100 o con voto di laurea compreso tra 106 e 110; iscrizione gratuita al primo anno di un corso di laurea magistrale per gli studenti che concludono il percorso formativo di primo ciclo entro la durata normale del corso di studio; rimborso delle tasse dell'ultimo anno, per coloro che concludono il percorso formativo di ciclo unico entro la durata normale del corso.

A sostegno di queste politiche l'Ateneo ha realizzato una comunicazione integrata espressamente dedicata con pubblicazioni sul sito di Ateneo e sul Portale dello Studente, sui canali social di Ateneo e durante le giornate di orientamento.

Nella stessa direzione si proietta la campagna di promozione a supporto delle immatricolazioni, gestita dall'Ufficio Cerimoniale di Ateneo, attraverso pubblicità su testate nazionali, portali web ed emittenti radiofoniche.

Per il 2020 la comunicazione a supporto delle immatricolazioni e delle politiche di Ateneo per le agevolazioni e a favore degli studenti meritevoli proseguirà con azioni mirate sul sito web sui canali social di Ateneo; il budget per le campagne pubblicitarie, sarà gestito come di consueto dall'Ufficio Cerimoniale, secondo le indicazioni fissate per gli enti pubblici dall'AGCOM.

## B) Eventi di Ateneo e partecipazione ad eventi esterni

Nel corso del 2019 Roma Tre ha organizzato eventi di grande rilievo comunicativo, rivolti per lo più al pubblico e pertanto riconducibili alla cosiddetta "Terza Missione". A titolo di esempio si possono segnalare:

- "Dall'alba al tramonto". Lettura integrale e continuativa di "Se questo è un uomo" di Primo Levi, in occasione del Giorno della Memoria;
- Cerimonia d'inaugurazione dell'anno accademico 2018-2019 con il cardinale Gianfranco Ravasi;
- Ciclo di "Lezioni aperte sull'Europa", in collaborazione con Sapienza e Tor Vergata;
- Festival delle Radio Universitarie (FRU);
- "Notte Europea dei Ricercatori";
- Lezione di Don Luigi Ciotti in occasione dell'inaugurazione del Corso di laurea di giurisprudenza a Ostia in Servizi giuridici per la sicurezza territoriale e informatica;
- Laura Honoris Causa in Giurisprudenza a Mauro Palma, Garante nazionale dei diritti delle persone detenute o private della libertà personale;
- Mostra "In difesa della bellezza. Diagnostica umanistica e tecnico-scientifica per lo svelamento del falso nell'arte", in collaborazione con il Comando Carabinieri per la Tutela del patrimonio Culturale;
- Presentazione della nuova edizione a cura di Roma TrE-Press delle "Opere Giuridiche" di Pietro Calamandrei;
- Convegno "Università, Disabilità, Inclusione. Vent'anni dalla legge 17/1999: tra passato e futuro" alla presenza del Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella.

Una menzione particolare per l'evento "The message is the bottle" con il quale il nostro Ateneo ha avviato la campagna di distribuzione gratuita a tutti i suoi studenti di 36.000 borracce di acciaio di Roma Tre in sostituzione delle bottigliette di plastica monouso.

Il nostro Ateneo è da sempre impegnato affinché la sostenibilità sia parte integrante delle sue politiche di gestione e sono numerosi i progetti e le iniziative avviate in questi anni per responsabilizzare tutta la nostra comunità accademica alle tematiche relative all'impatto ambientale. "The message is the bottle" va nella stessa direzione: ribadire che la sostenibilità per Roma Tre non è solo un valore da difendere, ma una pratica da diffondere.

Protagonisti dell'evento, oltre agli studenti, testimoni eccellenti come Neri Marcorè da sempre sensibile alle tematiche ambientali, e il direttore di Greenpeace Italia, Giuseppe Onufrio, che ha illustrato l'iniziativa "Plastic radar", seguito dalla proiezione del video "Emergenza plastica".

Roma Tre è stata inoltre co-organizzatrice del "Data Driven Innovation", la più grande conferenza italiana gratuita sul mondo dei dati e dell'innovazione organizzata da Roma Tre in collaborazione con "Maker Faire Rome – The European Edition".

Per quanto riguarda gli eventi di orientamento, nel 2019 si è tenuto il consueto appuntamento con "Orientarsi a Roma Tre", l'open day dedicato alle future matricole e

organizzato per presentare l'offerta didattica, i servizi e le novità di questo anno accademico. Inoltre, l'Ufficio Orientamento ha curato l'organizzazione delle 12 "Giornate di Vita Universitaria" (GVU) che hanno visto la partecipazione di quasi 4000 studenti degli ultimi due anni della scuola secondaria superiore e dei 28 incontri del "Progetto di auto-orientamento" realizzati in 15 scuole dislocate nei vari quadranti del territorio romano, coinvolgendo circa 750 studenti.

Per quanto riguarda l'orientamento in uscita si sono tenuti nel 2019: due career day ("Humanities at Work" e "Business and Economics at Work") organizzati dall'Ufficio Job Placement rispettivamente alla Scuola di Lettere Filosofia Lingue e alla Scuola di Economia e Studi Aziendali; gli incontri del progetto "Roma Tre incontra le aziende"; gli eventi legati al progetto "Dock3 – The Startup Lab" e gli appuntamenti organizzati dai singoli dipartimenti (es. "CV at lunch" del Dipartimento di Ingegneria).

Sempre rivolti alle scuole (a studenti e famiglie) ricordiamo infine "La Costituzione... aperta a tutti", 3 lezioni sui diritti e doveri costituzionali volte a favorire la maturazione di una consapevole cultura costituzionale e il progetto "Soltanto il proprio dovere" con cui Roma Tre ha aderito all'iniziativa "Le Università per la legalità" promossa dalla Fondazione Falcone.

Roma Tre è stata presente: al "Salone dello Studente" con conferenze di presentazione dell'offerta formativa, uno spazio espositivo presso il quale sono stati distribuiti brochure e materiale di promozione dell'Ateneo, e l'area "Youth for the future" all'interno della quale sono stati organizzati esperimenti di laboratorio per promuovere l'interesse alle materie scientifiche; alla "Maker Faire", dove sono stati presentati progetti e creazioni dei ricercatori e degli studenti dell'Ateneo; e ad altre fiere dedicate all'orientamento universitario.

Per l'anno 2020 è confermato l'appuntamento con "Orientarsi a Roma Tre" e con le GVU, cui si aggiungeranno altri eventi di rilievo. Tra questi la cerimonia di inaugurazione dell'anno accademico 2019/2020 che vedrà la partecipazione, con una lectio magistralis, della prof.ssa Marta Cartabia, Presidente della Corte Costituzionale.

## C) Sviluppo della comunicazione digitale e social

Al fine di presentare un'identità visiva solida e riconoscibile e comunicare un nuovo posizionamento d'immagine dell'Ateneo, Roma Tre si è dotata di un nuovo sito web che presenta, rispetto al precedente, una veste grafica più accattivante e una presentazione dei contenuti più funzionale e innovativa.

Il Gruppo di lavoro comunicazione su internet, istituito nei primi mesi del 2017 con il compito di avviare un lungo lavoro di uniformazione dei siti web di Roma Tre e della comunicazione digitale, prendendo atto della presenza di una redazione diffusa e capillare all'interno delle strutture e degli uffici, e della necessità di armonizzare la comunicazione web, ha:

- redatto le Linee Guida per la redazione dei contenuti dei siti web istituzionali per definire regole di redazione e comunicazione che recepiscono le indicazioni dell'AgID al fine di migliorare l'efficienza, l'efficacia e la coerenza comunicativa;
- definito l'attuale struttura di navigazione del nuovo sito web di Ateneo, verificandone usabilità e accessibilità;
- censito più di 70 siti riferibili al dominio uniroma3.it completamente difformi nella grafica e nell'organizzazione dei contenuti e ha quindi:
  - predisposto un prototipo unico per le pagine web dipartimentali con una grafica e un'organizzazione delle informazioni compatibile graficamente con le caratteristiche logico-cognitive adottate per il sito web di Ateneo. Al momento sono online 8 siti su 12.
  - avviato un processo di riversamento dei contenuti nel sito web di Ateneo con l'obiettivo di ribaltare la logica di accesso alle informazioni (per argomento e non per competenze amministrative) mettendo l'utente al centro della comunicazione.  
L'Area di supporto tecnologico alla comunicazione e alle relazioni con i media ha quindi iniziato il lavoro di analisi e di progettazione di nuove sezioni del sito di Ateneo e nuovi portali che ha portato all'oscuramento e al riversamento delle informazioni di ben 15 siti di Aree e uffici, oltre al complesso lavoro di ridefinizione del Portale dello Studente.
  - organizzato 9 corsi di formazione dedicati ai redattori per facilitare la nuova organizzazione delle pubblicazioni relativamente ad un'ottimale fruibilità e accessibilità dei contenuti nel rispetto delle norme vigenti. A questo scopo l'Ufficio di Coordinamento delle Redazioni digitali ha redatto la "Guida per una redazione diffusa, consapevole e responsabile" che è stata consegnata a tutti i redattori.

Nel corso del 2020 è previsto il completamento del lavoro di predisposizione e pubblicazione online dei siti di Dipartimento. Inoltre verranno riorganizzati e uniformati i siti del Sistema Bibliotecario di Ateneo e delle due Scuole, e continuerà il lavoro di studio e riversamento delle informazioni presenti nei siti di aree e uffici.

Sempre nel 2019 è stato creato sul sito di Ateneo il “Career Service”, uno spazio che riunisce l’insieme delle attività, dei servizi e delle iniziative che l’Ateneo realizza a favore degli studenti e dei laureati al fine di favorire il migliore raccordo tra università e mondo del lavoro e di accompagnare i giovani nella transizione verso il proprio futuro professionale. Il Career Service si rivolge agli studenti, ai laureati, alle imprese, alle istituzioni come punto di informazione e di accesso ai numerosi servizi offerti da Roma Tre nell’ambito dell’orientamento professionale, dei tirocini extracurricolari, del placement e intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, del sostegno alle start up e all’autoimprenditorialità, del potenziamento dell’occupabilità degli studenti.

Attraverso il Career Service viene presentato, suddiviso per macro aree tematiche, il complesso delle attività che fanno capo a diversi uffici dell’Ateneo, nonché le iniziative che Roma Tre sviluppa in accordo con soggetti esterni pubblici e privati con lo scopo di arricchire continuamente l’offerta di opportunità e servizi proposta a studenti e laureati.

Inoltre è stata creata, in collaborazione con Porta Futuro Lazio, la nuova piattaforma GOMP che ha sostituito il portale Jobsoul per la gestione dei tirocini e degli stage post laurea. La piattaforma, che integra le funzioni di gestione per studenti e docenti tutor all’interno dei loro profili già esistenti su GOMP, ha un suo accesso dedicato per le aziende che intendono convenzionarsi con il nostro Ateneo.

Nel corso del 2019, parallelamente al lavoro svolto per i nuovi siti dei Dipartimenti, l’Area Sistemi Informativi ha progettato una nuova versione di MeMo, il sistema di gestione integrata delle news di Ateneo. La piattaforma permette una più efficace organizzazione delle comunicazioni e un migliore coordinamento delle stesse, anche grazie alla possibilità di sfruttare la stessa segnalazione per diversi canali comunicativi, permettendo così anche una razionalizzazione delle risorse e delle energie messe in campo.

Nel 2019 la piattaforma è stata usata dai Dipartimenti che sono già passati alla nuova versione dei propri siti web; nel 2020 verrà completato il passaggio al nuovo “MeMo” per i restanti Dipartimenti e per le strutture dell’Amministrazione centrale.

In ambito “social” è stata registrata nel 2019 una buona espansione, grazie ad una programmazione editoriale più sistematica che ha privilegiato contenuti di interesse per gli studenti. Sui canali di Ateneo (Facebook, Twitter, Instagram) sono state pubblicate, con una risposta positiva da parte del pubblico, notizie di diversa natura: eventi e iniziative organizzate in Ateneo, risultati scientifici ottenuti da docenti e ricercatori, campagne di informazione, comunicazioni di servizio. Al palinsesto di contenuti proposti, si aggiungono le campagne volte a promuovere le iniziative che l’Ateneo ha messo in campo per garantire pari opportunità di accesso alla formazione universitaria e premiare il merito degli studenti migliori (agevolazioni, esenzioni, borse di studio, ecc.) e quelle relative all’orientamento come la rubrica “Le storie che orientano”, realizzata dall’Ufficio Orientamento e promossa dal GLOA con lo scopo di fidelizzare gli studenti in ingresso attraverso la pubblicazione/condivisione di contenuti di esperienze utili per una scelta ragionata e

consapevole. Sono state inoltre valorizzate le attività sportive dell'Ateneo, rivolte agli studenti e a tutto il personale.

Ottimi risultati sono stati raggiunti dalla campagna "The message is the bottle" per la quale sono stati pubblicati post corredati dall'hashtag #roma3noplastic, utile ad identificare tutte le iniziative di Ateneo legate al tema della sostenibilità.

<b>I numeri social di Roma Tre</b>			
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>
"Mi piace" Facebook	20.582	24.007	+ 16,6
Follower Twitter	3.402	4.119	+ 21
Follower Instagram		7.640	

Sull'impulso della redazione da parte del Gruppo di lavoro comunicazione su internet del Vademecum di Ateneo sull'utilizzo dei Social media, che definisce le linee guida di comportamento interno ed esterno per l'utilizzo dei canali social ufficiali di Ateneo, l'obiettivo del 2020 è procedere ad una ricognizione dei profili social delle varie strutture di Roma Tre (amministrazione centrale e dipartimenti), per avviare un'operazione di sistematizzazione dei contenuti e un coordinamento delle pubblicazioni.

#### **D) Relazioni con i media**

Nel 2019 le attività riconducibili alle relazioni con i media hanno avuto risultati molto positivi, con una buona presenza sui media nazionali (stampa, radio e tv), grazie alla valorizzazione di contenuti legati alle iniziative culturali e scientifiche dell'Ateneo e ai risultati della ricerca e della didattica.

In particolare tra gli eventi organizzati in Ateneo, hanno avuto rilievo mediatico la già citata iniziativa di sostenibilità "The message is the bottle", il ciclo di "Lezioni aperte sull'Europa", l'inaugurazione del Corso di laurea di giurisprudenza in Servizi giuridici per la sicurezza territoriale e informatica presso il Polo di Roma Tre ad Ostia con una lectio magistralis di Don Luigi Ciotti e la Laurea Honoris Causa a Mauro Palma.

Tra le diverse attività avviate sono state realizzate interviste ai vertici e ai docenti dell'Ateneo con l'obiettivo di rafforzare la presenza di Roma Tre sui principali media on e off line.

Questo lavoro di valorizzazione attraverso i media assume un ruolo fondamentale nel processo di rafforzamento dell'immagine di Roma Tre a livello nazionale, pertanto dovrà essere portato avanti anche nel corso del 2020.

## **E) Promozione delle attività di ricerca**

Nel 2019 le azioni realizzate per la promozione della ricerca sono state diverse.

Innanzitutto sono state organizzate due “Giornate delle Ricerca” che, come previsto dal Piano strategico di Ateneo per la Ricerca 2018-2020, hanno offerto l’occasione per presentare i risultati, in itinere e finali, dei progetti di ricerca finanziati, con l’obiettivo di dare ad essi ampia diffusione, promuovendone la disseminazione e l’impatto. Entrambe le Giornate (la prima tenutasi nel maggio in occasione della chiusura delle operazioni di valutazione nazionale relative al PRIN 2017 e la seconda nel mese di ottobre per presentare lo stato di avanzamento e dei risultati già conseguiti dai progetti interdisciplinari e innovativi selezionati a partire dalla *Call for Ideas* di Ateneo) hanno documentato la solidità e la varietà della ricerca multidisciplinare e interdisciplinare che caratterizza il nostro Ateneo. Per le due Giornate sono stati realizzati materiali a stampa e una pagina web dedicata.

Oltre agli eventi organizzati da Roma Tre, si segnala l’incontro “Horizon 2020 Outreach event: Communication campaign on financial rules” organizzato da APRE, per conto della Commissione europea, e ospitato dal nostro Ateneo. La giornata si è focalizzata su interventi della Commissione (Common Audit Service) volti ad evidenziare le buone pratiche sul calcolo dei costi di un progetto H2020 e gli errori più comuni riscontrati in fase di audit con lo scopo di ridurre la percentuale di questi ultimi.

L’Agenzia della Ricerca, che assicura alla comunità accademica di Ateneo un sistema integrato di consulenza, attività gestionale e supporto professionale necessario alla conduzione, al miglioramento e al potenziamento dell’attività di ricerca, ha organizzato nel corso del 2019 un articolato piano di formazione destinato ai docenti/ricercatori, dottorandi e assegnisti, e segretari della ricerca, volto a supportare la partecipazione a bandi europei.

Il sito web di Ateneo rappresenta il più diretto strumento per la promozione delle iniziative legate alla ricerca. Sul fronte della comunicazione interna, si segnala la intranet dell’Agenzia della ricerca, sulla quale è possibile scaricare i materiali dei corsi già realizzati, i bandi europei a cui possono partecipare i nostri docenti e tutte le informazioni utili per la progettazione e gestione di progetti europei.

Per il 2020 è previsto di proseguire le attività già intraprese nel 2019.



## **F) Sviluppare percorsi di training, incubazione e open innovation per startup**

Dock3 – The Startup Lab è il percorso di training, incubazione e open-innovation per startup per startup di Roma Tre, aperto a studenti, ricercatori e laureati di qualsiasi Ateneo, che vogliano sperimentare le proprie capacità imprenditoriali e validare un progetto di business. Dock3 – The Startup Lab è realizzato in collaborazione con “Started”, progetto finanziato dalla Commissione Europea finalizzato allo sviluppo delle competenze imprenditoriali dei ricercatori.

### I numeri di dock3 2019

165 candidature ricevute da 20 Atenei

100 partecipanti ammessi al percorso.

12 Dipartimenti di Roma Tre (su 12) coinvolti.

15 team finalisti

350 partecipanti al Gran Finale

50 mentor e 20 investitori

1 viaggio ad Austin ad incontrare i protagonisti della nuova scena tech USA

15.000€ versati dalla Regione Lazio ai team vincitori di dock3 2019

### I numeri delle startup di dock3 nel 2019

100 pitch realizzati

10 premi vinti

100 accordi commerciali siglati

210.000€ di fatturato prodotto dalla startup vincitrice della 1° edizione di dock3

Nel 2019 è stato realizzato “Dock3 Grand Finale”, giornata conclusiva del programma, cui hanno partecipato oltre 100 aziende e per il quale è stata realizzata una comunicazione integrata (comunicato stampa, comunicazione digitale e social con contenuti live), con buon riscontro di copertura.

Nel corso del 2019 l’Ateneo ha inoltre siglato un accordo con Talent Garden, la più grande piattaforma fisica in Europa di networking e formazione per l’innovazione digitale, che permette agli studenti di Roma Tre di entrare in contatto con l’ecosistema di Talent Garden sfruttando l’apertura del nuovo Campus di 5.000 mq in zona Ostiense. Tra i punti cardine dell’Accordo, l’opportunità per gli studenti di tutti i dipartimenti dell’Ateneo di partecipare al Percorso didattico di contaminazione “Innovation School” a loro riservato, volto a prendere confidenza con le competenze digitali chiave per l’innovazione e a sviluppare skills importanti per il proprio futuro lavorativo. Per la firma dell’Accordo e in occasione dell’inaugurazione del nuovo Campus, è stata realizzata copertura social.

Per il 2020 si prevede di proseguire le attività già avviate.

## G) Stakeholder e company engagement

“Roma Tre incontra le aziende” è un progetto di Ateneo dedicato a rafforzare il legame del mondo universitario con le imprese grazie a una serie di appuntamenti tra docenti e studenti di Roma Tre con gli Amministratori Delegati e i dirigenti delle principali aziende leader in Italia e nel mondo.

Nato nel 2018 dalla volontà dei Prorettori alla Terza Missione di dar vita a un dialogo costruttivo tra le imprese e il mondo accademico, il progetto si pone il principale obiettivo di offrire agli studenti la possibilità di orientarsi più consapevolmente nelle scelte professionali attraverso un confronto diretto con alcune delle realtà più significative del mondo del lavoro.

Il progetto si articola in una serie di incontri a cadenza mensile; appuntamenti che rappresentano un'opportunità non solo per gli studenti - che hanno la possibilità di incontrare e conoscere personalmente i responsabili delle risorse umane delle aziende -, ma anche per i docenti e i ricercatori di Roma Tre che, con il confronto e la condivisione di idee con il top management, possono stabilire proficue e significative collaborazioni.

Eventi realizzati nel 2019

- 18 marzo 2019, *Roma Tre incontra Linkem* alla presenza dell'AD, Davide Rota;
- 17 aprile 2019, *Roma Tre incontra Vodafone Italia* alla presenza dell'AD, Aldo Bisio;
- 30 ottobre 2019, *Roma Tre incontra Sopra Steria Italia* alla presenza dell'AD, Stefania Pompili;
- 20 novembre 2019, *Roma Tre incontra Hermès Italia* alla presenza dell'AD, Francesca di Carrobio;
- 11 dicembre 2019, *Roma Tre incontra Banca Etica* alla presenza del DG, Alessandro Messina

Come previsto dal progetto, gli eventi sono stati seguiti da incontri dei Prorettori e docenti di Ateneo con i vertici aziendali e sono state create le basi per collaborazioni sul fronte della ricerca applicata.

Per ciascun appuntamento - organizzato dall'Ufficio Comunicazione con il supporto dell'Ufficio Job Placement - sono state realizzate attività di media relation e di comunicazione digitale.

Obiettivo per il 2020 è proseguire sulla linea già tracciata con successo nel corso del 2019; i prossimi eventi in programma sono:

- Marzo 2020, *Roma Tre incontra Athos* alla presenza del CEO Giuseppe Di Franco;
- Aprile 2020, *Roma Tre incontra Marsh Italia* alla presenza dell'AD Flavio Piccolomini;
- Maggio 2020, *Roma Tre incontra Thales Italia* alla presenza dell'AD Roberto Tazioli.

## H) Sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio

La terza missione è una vera e propria sfida per Roma Tre: la trasversalità delle sue competenze, il coinvolgimento attivo delle altre "missioni" dell'Ateneo, nonché la necessità di superare i confini autoreferenziali a favore di una visione più organica e aperta, ne fanno un vero e proprio terreno strategico su cui operare le scelte dell'Ateneo. Gli strumenti di comunicazione utilizzati per la realizzazione di queste azioni spaziano dai comunicati stampa, alla comunicazione social e digitale, fino alla organizzazione di iniziative dedicate.

Su questo versante si inseriscono numerose attività rivolte alla cittadinanza e al sistema scolastico volte alla sensibilizzazione sull'importanza dei saperi umanistici e scientifici nella formazione culturale e civica di ciascuno. Tra queste, a titolo di esempio, le già citate "Lezioni sull'Europa" e il ciclo di lezioni gratuite "Il piacere di sapere" (progetto che nasce per soddisfare la crescente domanda di cultura proveniente dai cittadini che desiderano approfondire temi di attualità e la loro conoscenza in campi sconosciuti ma che sono rimasti oggetto di curiosità intellettuale).

Un ruolo centrale ha il Teatro Palladium, una realtà ormai consolidata della vita culturale e dello spettacolo romani con un cartellone ricco di produzioni di livello nazionale e internazionale e un riscontro di pubblico sempre crescente. La Fondazione Roma Tre Teatro Palladium, che gestisce e organizza le attività del Teatro, si avvale di un proprio Ufficio Stampa e del supporto di studenti collaboratori che si occupano dei canali di comunicazione del Palladium. Nel corso del 2019 l'Ufficio Comunicazione di Ateneo ha diffuso alla comunità accademica il programma teatrale e, di volta in volta, le iniziative di maggior rilievo, attraverso l'invio di una newsletter dedicata; per la comunicazione esterna, invece, l'Ufficio ha pubblicato sul sito di Ateneo l'intera programmazione del teatro e, di concerto con l'Ufficio Stampa di quest'ultimo, sono stati realizzati comunicati stampa per una maggiore diffusione delle iniziative.

Si ricorda anche l'attività della Roma Tre Orchestra, che quest'anno festeggia i suoi 15 anni. Nel corso del 2019 sono state messe in atto diverse azioni di comunicazione (stampa, digitale e social) per la promozione della stagione dei concerti, con particolare enfasi su quelli organizzati presso le sedi dell'Ateneo. Tra le attività di maggior rilievo dell'Orchestra, la registrazione delle musiche che il premio Oscar, Dario Marinelli, ha composto per il film "Pinocchio" di Matteo Garrone. La notizia, a sostegno della quale è stata realizzata una comunicazione integrata (comunicato stampa, sito, social) ha avuto un buon riscontro con pubblicazione di un articolo sulla prima pagina dell'edizione romana del Corriere della sera.

Rientrano in questo insieme di azioni anche le iniziative rivolte all'inclusione sociale dei migranti (a titolo di esempio il progetto "Mentorship nelle Università italiane e il sostegno alle attività della "Polisportiva Atletico diritti") e nel settore dell'esecuzione penale (si segnalano la "Prison Law Clinic", il progetto "Teatro in carcere" e gli incontri di orientamento universitario organizzati negli Istituti penitenziali).

Per queste attività sono state realizzate azioni di comunicazione digitale e social, anche attraverso la pubblicazione di immagini realizzate live nel corso degli eventi.

L'obiettivo per il 2020 è proseguire lungo questa direzione.

## I) Implementazione dei media di Ateneo

A sei anni dalla sua nascita, Roma Tre Radio è ormai parte integrante della vita accademica dell'ateneo e uno dei suoi principali organi di comunicazione.

La Radio coinvolge nelle sue attività tra gli 80 e i 140 studenti e studentesse ogni anno, provenienti da tutti i Dipartimenti dell'Ateneo, ed è aperta ai docenti e al personale amministrativo, tutti impegnati nella realizzazione di un palinsesto ricco e articolato che conta ben 21 format originali e copre più di 25 ore di diretta streaming settimanale.

La web radio, grazie alla sua forte azione informativa svolge un importante ruolo di collante sociale tra le strutture dell'amministrazione centrale e quelle dei Dipartimenti.

Al di là dell'orizzonte universitario, Roma Tre Radio ha sviluppato importanti partnership con l'Ambasciata di Francia, l'Istituto Francese a Roma, Più libri più liberi, Teatri di Vetro, Motodays e Dock3.

Sul sito della Radio ([radio.uniroma3.it](http://radio.uniroma3.it)), oltre all'ascolto delle trasmissioni in diretta, sono disponibili i podcast e tutte le informazioni relative alla programmazione, alla redazione, agli eventi istituzionali e non, coperti dalla testata.

L'orizzonte digitale è un punto di riferimento importante: la pagina Instagram conta oltre 10.000 followers, rendendo Roma Tre Radio una delle testate radiofoniche universitarie più seguite d'Italia; la pagina Facebook sulla quale vengono veicolati principalmente contenuti dei format live, conta quasi 6000 followers. La radio è inoltre presente su Twitter, Spotify, TuneIn, MixCloud e SoundCloud.

L'appeal digitale di Roma Tre Radio è anche confermato dalla nomination ai Macchianera Awards, il più importante riconoscimento dedicato alle realtà del web nazionale, ottenuta per cinque anni su sei di attività, compreso il 2019.

L'immagine di Roma Tre Radio si è ulteriormente consolidata grazie all'organizzazione del FRU – Festival delle radio universitarie, che si è tenuto nel nostro Ateneo nel mese di giugno 2019. L'evento ha portato per la prima volta a Roma la quasi totalità delle radio universitarie italiane in una tre giorni di incontri, panel, concerti e contest legati alla comunicazione radiofonica digitale.

Obiettivo per l'anno 2020 è confermare tale volume di contatti, incrementandolo sia in un'ottica accademica – sviluppando con maggiore incisività la presenza della radio nelle dinamiche dell'Ateneo – sia nella volontà, percorrendo in prospettiva nuove possibilità tecnologiche come il DAB, di aprirsi sempre più a un pubblico generalista ormai sensibile al valore dell'offerta e della comunicazione creatività delle webradio.

## L) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione

Nel 2019 sono state realizzate la campagna per i versamenti del 5 per mille per sostenere la formazione la ricerca di Ateneo, quella per la giornata di orientamento "Orientarsi a Roma Tre" e quella relativa alla promozione del progetto "DifendiAMOci. Dalla ginnastica funzionale alla difesa personale", organizzato dall'Ufficio Iniziative Sportive per studenti e dipendenti di Roma Tre.

È continuato con successo il progetto "MONETIAMO", promosso dalla Caritas di Roma in collaborazione con il nostro Ateneo, a sostegno delle mense sociali. Lo slogan "Anche un solo centesimo è un valore!" dà forza alla campagna che prevede la raccolta in una apposita teca posizionata all'ingresso del Dipartimento di Giurisprudenza, dei "ramini" (monete da 1, 2 e 5 centesimi di euro) il cui ricavato contribuisce ad aumentare il numero dei pasti erogati ogni giorno alle tante persone indigenti della capitale.

L'azione di sensibilizzazione della comunità accademica è proseguita con la campagna "Raccolta sangue. Corri... a donare!" organizzata in collaborazione con l'AIDES – Associazione donatori emocomponenti e sangue.

Infine merita di essere citata la campagna di sensibilizzazione all'uso della plastica, lanciata con l'evento "The message is the bottle" e proseguita con l'installazione, presso il Dipartimento di Giurisprudenza, dell'opera d'arte di Pascale Marthine Tayou "Plastic Tree" (Cortesia Fondazione RomaEuropa e Galleria Continua San Gimignano), uno spettrale albero di Natale che la nostra Università *plastic free* ha piantato come esortazione per un futuro più sostenibile.

Per il 2020 è possibile prevedere la prosecuzione delle campagne 5 per mille e "The message is the bottle" e la realizzazione di nuove campagne, anche in collaborazione con l'Ufficio Iniziative Sportive, l'URP e Roma Tre Radio.

## **Comunicazione interna**

Sul versante della comunicazione interna, si ricorda lo strumento dell'Agenda di Ateneo e l'uso di MeMo, il sistema di gestione delle news di Ateneo che, nella nuova versione attualmente in sperimentazione permetterà una comunicazione strutturalmente più integrata.

Per il 2020 gli obiettivi da perseguire sono:

- Potenziare i flussi di comunicazione interna dell'Ateneo
- Valorizzare la componente comunitaria all'interno di Roma Tre
- Assicurare una maggiore consapevolezza delle politiche istituzionali
- Promuovere il confronto e la consultazione tra le diverse strutture di Ateneo

Per la realizzazione di questi obiettivi, l'Ufficio Comunicazione di Ateneo, di concerto con il Delegato del Rettore per la comunicazione e la promozione, organizzerà incontri con i singoli Dipartimenti per avviare un lavoro di comunicazione più organico e procedere alla realizzazione di una narrazione comune capace di valorizzare e diffondere le eccellenze di Roma Tre.