



Ministero dell'Università e della Ricerca

Piano di Comunicazione

Anno 2023

INDICE

1. ANALISI DELLO SCENARIO	
a. Premessa: la comunicazione pubblica in Italia.....	3
b. Il Ministero dell'Università e della Ricerca.....	4
c. Gli stakeholders.....	4
d. Aree di intervento del MUR.....	5
e. La struttura di comunicazione del MUR.....	6
2. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE EFFETTUATE NEL 2022	
a. Rapporti con i giornalisti.....	7
b. Sito web istituzionale e siti tematici.....	7
c. Canali social.....	7
d. URP.....	8
e. Emergenza Ucraina.....	8
f. Organizzazione eventi.....	9
g. Partecipazione ad eventi esterni.....	9
h. Regolamenti e Linee guida per la gestione del sito web istituzionale.....	10
3. INDIVIDUAZIONE DEI TEMI PRIORITARI E CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	
a. Identità del Ministero dell'Università e della Ricerca.....	11
b. Orientamento.....	11
c. Promozione attività di collaborazione e coordinamento della comunicazione tra MUR e Aree di intervento.....	12
d. Promozione degli studi superiori e ricerca italiani nel contesto internazionale.....	12
e. Comunicazione interna ed esterna, semplificazione del linguaggio.....	13
4. OBIETTIVI E TARGET	14
5. CONTENUTI E MEZZI DI COMUNICAZIONE	16
6. PARTECIPAZIONE AD EVENTI	17
7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	19
8. RISORSE FINANZIARIE	20
Allegati - SCHEDE DELLE ATTIVITÀ E CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	21

1. ANALISI DELLO SCENARIO

a. Premessa: la comunicazione pubblica in Italia

La progressiva evoluzione della società contemporanea in una *società dell'informazione*, in cui il flusso informativo è disponibile 24 ore su 24, ha portato il legislatore a intervenire più volte, a partire dagli anni '90, aprendo spazi sempre più ampi per la partecipazione dei cittadini e dei portatori di interesse (*stakeholders*) ai procedimenti amministrativi, e garantendo in generale una sempre maggiore trasparenza e accesso alle informazioni da parte delle Amministrazioni pubbliche.

Il processo, iniziato con la legge 241/1990 sul procedimento amministrativo, ha garantito dapprima la possibilità di accedere a singoli atti in presenza di interessi giuridicamente rilevanti. In anni più recenti, l'affermazione del principio di trasparenza ha ampliato notevolmente la portata dei documenti accessibili, con le fattispecie dell'accesso civico (mancato rispetto di un obbligo di pubblicazione stabilito per legge) e dell'accesso generalizzato, istituito dal decreto legislativo 97/2016 (c.d. "*Freedom of Information Act italiano*").

Strumento principe dei rapporti fra Pubblica amministrazione e cittadini è l'**Ufficio Relazioni con il Pubblico** (URP), regolato dalla legge 150/2000, "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*", la cui costituzione è obbligatoria per tutte le amministrazioni, e che assume ruolo di interscambio per tutte le richieste di informazioni, accesso e segnalazioni.

La stessa **legge 150/2000** ha stabilito per tutte le amministrazioni pubbliche l'obbligo di farsi parte attiva nel comunicare la propria attività all'esterno (comunicazione *outbound*), in modo continuato e puntuale, con struttura appositamente dedicata e autonoma dall'indirizzo politico.

La legge distingue fra **comunicazione interna** (rivolta a tutto il personale che lavora nell'organizzazione, in base al principio che lo riconosce come la prima interfaccia, e quindi la prima forma di comunicazione nei confronti del mondo esterno) e **comunicazione esterna**. Quest'ultima è suddivisa a sua volta fra *informazione*, rivolta ai cittadini, giornalisti e media, e *comunicazione* propriamente detta, che è rivolta principalmente ai cittadini, sia singoli che associati, e che si basa su un processo circolare, sulla interazione con gli utenti.

Gli articoli 11 e 12 della legge 150/2000 prevedono l'obbligo per le pubbliche amministrazioni di redigere e presentare entro il mese di novembre al Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che emana e diffonde a tale scopo apposite *Linee guida*, il proprio Programma di Comunicazione per l'anno successivo, che andrà poi a costituire, insieme a quello degli altri Dicasteri, il Piano di Comunicazione del Governo.

Il presente Programma di Comunicazione, di seguito definito "Piano" per l'anno 2023 del Ministero dell'Università e della Ricerca è stato redatto in ottemperanza della *Circolare*

PCM-DIE del 2008. Il testo è stato diviso in sezioni, a cui sono state allegate le schede che descrivono in maniera analitica le iniziative di comunicazione previste.

b. Il Ministero dell'Università e della Ricerca

Istituito in via sperimentale e senza portafoglio per la prima volta nel 1963 con il Governo Fanfani IV, il Ministero dell'Università e della Ricerca nasce ufficialmente come dicastero autonomo (con portafoglio) nel 1989, con il Governo De Mita, per essere poi accorpato al Ministero dell'Istruzione con il decreto legislativo n. 300/1999, fino al 2006, e poi, nuovamente, dal 2008 al 2019. Il Governo Conte II ricostituisce il Ministero dell'Università e della Ricerca con il decreto legge 1/2020, convertito dalla legge 12/2020.

Il Piano di Comunicazione del Ministero dell'Università e della Ricerca 2023 (di seguito, PdC MUR 2023) è il primo documento strategico-programmatico per le attività di comunicazione ministeriali a seguito dell'ultima ricostituzione autonoma del dicastero.

c. Gli stakeholders

Il Ministero ha competenza nei diversi ambiti dell'Università, dell'Alta formazione (in particolare l'Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica – AFAM) e della Ricerca. Questi tre macroambienti compendiano, sia singolarmente che complessivamente, un numero rilevante di portatori di interessi (*stakeholders*), eterogenei negli interessi rappresentati; ciascuno di essi ha una propria agenda e una sua lista di priorità, di conseguenza interagisce con il MUR in relazione a uno o più servizi principali, secondo il seguente schema indicativo:

<i>Stakeholder</i>	<i>Servizi di interesse prioritario</i>
Maturandi/Studenti scuole secondarie secondo grado	Orientamento universitario e/o per AFAM
Scuole secondarie secondo grado	Orientamento universitario e/o per AFAM
Associazioni/enti privati per l'orientamento	Orientamento universitario e/o per AFAM
Studenti universitari e AFAM, italiani e stranieri	Diritto allo studio, programmi di interscambio e simili, orientamento post-graduate
Associazioni studenti universitari	Diritto allo studio, programmi di interscambio e simili
Dottorandi	Borse di studio, programmi di interscambio, fondi e programmi di ricerca
Associazioni di dottorandi	Borse di studio, programmi di interscambio, fondi e programmi di ricerca
Ricercatori	Borse di studio, programmi di interscambio, fondi e programmi di ricerca
Professori	Servizi per studenti, servizi per docenti (opportunità di carriera, trasferimenti, ecc.)
Associazioni di categoria professori/ricercatori	Servizi per studenti, servizi per docenti (opportunità di carriera, trasferimenti, ecc.)
Università	Orientamento universitario e post-graduate,

	effettività diritto allo studio, programmi di interscambio, fondi e programmi di ricerca
Enti di Alta formazione (AFAM, Scuole Superiori Mediatori Linguistici)	Orientamento, effettività diritto allo studio, programmi di interscambio, fondi e programmi di ricerca
Ministero dell'Istruzione	Orientamento universitario e/o per AFAM
Uffici scolastici regionali del MI	Orientamento universitario e/o per AFAM
Regioni e Province autonome	Effettività diritto allo studio
Assessorati regionali alla scuola di TAA e VA	Orientamento universitario e/o per AFAM
ADISU	Effettività diritto allo studio
Altri ministeri	Collaborazione e intese
CNR e Istituti di ricerca vigilati dal MUR	Fondi e servizi per la ricerca
Altri enti di ricerca	Fondi e servizi per la ricerca
Riviste scientifiche	Riconoscimento validità accademica Riconoscimento 1° fascia
Case editrici scientifiche	Collaborazione e patrocinio
Imprenditori che organizzano eventi scientifici	Collaborazione e patrocinio
Associazioni del terzo settore	Progettazione interventi per studenti a rischio
Servizio pubblico radio televisivo	Collaborazione e intese

La missione istituzionale del MUR coinvolge comunque la generalità dei cittadini interessati alla crescita culturale e professionale del Paese, alla valorizzazione del sapere e all'innalzamento del numero e del valore dei laureati.

d. Aree di intervento del MUR

L'Università, la Ricerca e l'Alta Formazione rappresentano i tre ambiti di intervento del Ministero. Ogni area di competenza si rivolge a target specifici. Appare utile esplicitare e distinguere per ciascun macrosettore le attività del Ministero:

1. Università

- a) Ordinamenti universitari.
- b) Riconoscimento titoli accademici conseguiti all'estero.
- c) Supporto economico/compartecipazione ad iniziative e progetti.

2. AFAM e altri istituti di alta formazione non accademica

- a) Ordinamenti istituti di alta formazione non accademici.
- b) Supporto economico/compartecipazione ad iniziative e progetti.
- c) Autorizzazione ad attivazione corsi e master.

3. Ricerca

- a) Vigilanza su Enti pubblici di ricerca.
- b) Supporto economico/compartecipazione ad iniziative e progetti.
- c) Programma Horizon Europe.

e. La struttura di comunicazione del MUR

Le strutture del Ministero prevalentemente dedicate all'informazione e alla comunicazione sono le seguenti:

- **L'Ufficio Stampa**, inquadrato tra gli uffici di diretta collaborazione del Ministro (funzione di *staff*), composto da personale sia esterno che di ruolo.

In base alla legge 150/2000, ha competenza esclusiva per:

- Rapporti con gli organi di informazione e stampa;
- Produzione e diffusione di comunicati stampa;
- Organizzazione di conferenze stampa;
- Monitoraggio delle testate giornalistiche e agenzie stampa;
- Rassegna stampa;

In aggiunta, pubblica notizie e post sui canali di informazione ministeriale, sulle pagine social ufficiali e sul sito web istituzionale, nello specifico, nelle sezioni:

- "Attività del ministro" e "Area stampa" sul sito web istituzionale del MUR.

- **L'Ufficio coordinamento e pianificazione della comunicazione** (di seguito per brevità Ufficio Comunicazione), che nell'Organigramma della struttura amministrativa del Ministero costituisce l'Ufficio IV della Direzione generale per l'Internazionalizzazione e la Comunicazione.

Ha competenza esclusiva per:

- Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP);
- Attività di misurazione del gradimento dell'utenza.

Ha responsabilità e competenza in coordinamento per:

- Sito web istituzionale (www.mur.gov.it), con responsabilità di gestione editoriale. Per la mera attività di pubblicazione sul portale si avvale dell'ausilio di una redazione web esterna.
- Coordinamento dei siti web tematici e gestione editoriale dei siti web non afferenti ad altre direzioni generali;
- Pianificazione e coordinamento delle attività di comunicazione istituzionale;
- Organizzazione e gestione degli eventi ministeriali in materia di istruzione superiore, ricerca e comunicazione.

2. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE EFFETTUATE NEL 2022

a. Rapporti con i giornalisti

Come previsto dalla legge 150/2000, nell'anno 2022 i rapporti del MUR con i professionisti dell'informazione e i media sono stati curati dall'Ufficio Stampa. Al 31 ottobre 2022 sono stati prodotti 139 fra notizie e comunicati stampa.

b. Sito web istituzionale e siti tematici

Fin dalla sua istituzione, l'Ufficio Comunicazione ha assunto l'incarico di implementare e aggiornare il sito web istituzionale www.mur.gov.it, strumento principale per le attività di informazione pubblica e per l'interazione con l'utenza, ferme restando le competenze delle singole strutture per la produzione dei contenuti, soprattutto di carattere tecnico.

I primi interventi di ristrutturazione e aggiornamento editoriale del sito principale hanno visto la pubblicazione della sottosezione "PNRR" e di quella "Emergenza Ucraina", e l'aggiornamento di quella dedicata all'"Amministrazione Trasparente"; si è provveduto contestualmente all'archiviazione delle notizie meno recenti e all'eliminazione di pagine relative a procedure ormai desuete. Questo primo *restyling* è stato apprezzato dall'utenza, come dimostra **l'incremento del 30% di visitatori tra aprile e luglio 2022**.

Sulla base dell'esperienza maturata, sono in fase di definizione:

- le "Linee Guida editoriali per la pubblicazione sul sito web istituzionale del MUR", per regolamentare l'attività editoriale e coordinare al meglio le competenze;
- un intervento di progettazione editoriale e grafica che, dopo una fase iniziale di condivisione e consultazione interna, porterà alla ristrutturazione della veste grafica della Home Page del portale MUR, con la riorganizzazione dei contenuti nell'alberatura del menu di navigazione.

Parimenti, è stata avviata la ricognizione dei siti tematici afferenti al MUR, molti dei quali gestiti in autonomia dalle Direzioni del Ministero, con l'obiettivo di procedere ad una loro razionalizzazione e all'aggiornamento dei contenuti. Le numerose pagine che trattano argomenti già ricompresi nelle aree di intervento ministeriale verranno soppresse o ricondotte sotto il dominio mur.gov.it.

c. Canali social

I canali social perseguono un duplice scopo, informativo ed interattivo, e congiuntamente amplificano le notizie riportate sul Portale e creano nuovi circuiti di comunicazione con i cittadini.

Attualmente sono attivi i seguenti canali social ufficiali del MUR:

- Instagram
- Telegram
- Twitter
- Youtube

Nella logica di sviluppo e per ampliare i *target* della comunicazione istituzionale, al fine di consolidare la presenza del Ministero nell'universo della comunicazione digitale, è in corso

di valutazione l'apertura di nuovi *account* social istituzionali, primo tra tutti la pagina certificata Facebook.

d. URP

Nel 2022 il Ministero ha avviato concretamente le attività di propria competenza in quest'ambito. Nel primo semestre l'Ufficio comunicazione – per alcuni mesi composto unicamente dalla dirigente, da una funzionaria della comunicazione in comando e da un'assistente – ha avviato l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), strumento primigenio della comunicazione istituzionale.

Il primo strumento attivato è stato una casella di posta elettronica ordinaria dedicata, attraverso la quale vengono fornite risposte alle molteplici richieste che giungono quotidianamente.

Nel secondo semestre, l'assunzione di funzionari della comunicazione ha permesso di implementare le possibilità operative dell'URP, dedicandogli un'ulteriore risorsa con il ruolo di coordinamento. Sul sito istituzionale del MUR è stata creata una pagina web dedicata appositamente all'interazione con l'utenza.

Dal 1° marzo al 31 ottobre 2022 l'URP ha ricevuto ed evaso **2.124 richieste telematiche**, la maggior parte contenenti istanze, con l'aggiunta di alcune segnalazioni, proposte e richieste di accesso. Un'attenta analisi del contenuto ha messo in luce come gli argomenti ricorrenti siano stati il riconoscimento dei titoli conseguiti all'estero e la possibilità di iscrizione simultanea a più di un corso di alta formazione (c.d. "doppia laurea").

f. Emergenza Ucraina

L'emergenza umanitaria sorta in Ucraina a seguito dell'inizio dell'invasione russa delle sue regioni orientali il 24/2/2022, ha comportato il rapido avvio di un piano di accoglienza specifico per studenti universitari, dottorandi, ricercatori e docenti universitari ucraini, e il loro inserimento nei corrispondenti programmi accademici italiani.

Sul finire del mese di marzo 2022, su invito della Presidenza del Consiglio, è stata pubblicata sul sito web istituzionale, in versione italiana ed inglese, la pagina "Emergenza Ucraina", frutto di un lavoro di accurata ricognizione, che ha coordinato le iniziative di accoglienza (borse di studio, contratti per ricercatori, dottorandi, per visiting professor) avviate dai vari Istituti di formazione superiore. Per ogni iniziativa, sono state pubblicate informazioni di contesto (iniziative del Dipartimento Protezione civile, degli enti locali, del terzo settore...) attive sul territorio. Inoltre, è stata avviata e gestita una mail dedicata all'accoglienza, *helpforacademics@mur.gov.it*, che ha fornito informazioni e risposte ai numerosi richiedenti in necessità di supporto.

L'Ufficio comunicazione ha, inoltre, interagito a livello istituzionale con il Dipartimento Protezione civile della Presidenza del Consiglio dei Ministri e con numerose altre amministrazioni, in sede di coordinamento delle misure di accoglienza.

Infine, l'Ufficio comunicazione ha curato la redazione dell'Avviso pubblico diretto agli Istituti di formazione superiore per la ripartizione del fondo di 1 milione di euro istituito dall'art. 5 quinquies del decreto legge 14/2022 (convertito nella legge 28/2022), e si occupa

direttamente della valutazione delle domande, mediante un'apposita commissione, su delega del capitolo di spesa.

g. Organizzazione eventi

In collaborazione con la CRUI- Conferenza dei rettori delle Università Italiane, il MUR ha promosso il convegno "*Citizen and Science as a tool to strenghten Democracy*", il 6 aprile 2022, all'Università La Sapienza di Roma, alla presenza del Ministro e del Sottosegretario al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Si è trattato di un evento nel programma delle attività governative per la Presidenza Italiana del Consiglio d'Europa.

h. Partecipazione ad eventi esterni

Nella fase di allocazione di adeguate risorse per la comunicazione istituzionale, nell'anno in corso il MUR ha partecipato a due eventi di livello nazionale o superiore:

- **19/23 maggio: Salone Internazionale del Libro**

Il MUR ha partecipato alla 34ma edizione del Salone del Libro di Torino, riconosciuto quale la fiera internazionale dell'editoria più prestigiosa sul territorio italiano, seconda in Europa per numero di espositori e pubblico, luogo di incontro tra protagonisti, operatori e amatori del mondo della cultura, della formazione e dell'informazione, attraverso una delegazione coordinata dall'Ufficio comunicazione, in fase ancora embrionale.

La partecipazione all'evento ha riscontrato un notevole successo di afflusso di pubblico ed evidente ritorno di immagine. In particolare, sono stati organizzati cinque eventi istituzionali nel corso di altrettante giornate, ed è stato lanciato il primo *Contest* del MUR. Il Salone del Libro è stata la prima occasione per definire al grande pubblico la presenza istituzionale del MUR come organizzazione autonoma e distinta nel ruolo e nelle competenze.

- **Contest #illibrodelle scelte**. In occasione del Salone del Libro, è stato avviato il primo *Contest* del MUR, denominato #illibrodelle scelte, presentato il primo giorno alla presenza del Ministro. Il *Contest*, teso a favorire la partecipazione dei cittadini che evidenziassero relazioni tra libri e Istruzione superiore, ha generato una notevole partecipazione di pubblico allo *stand* e sul sito istituzionale, per un totale di quasi 500 partecipanti. La premiazione del vincitore, ad esito del procedimento previsto, è programmata entro la fine dell'anno.

- **14/17 giugno: ForumPA. Il Paese che riparte**

ForumPA è una manifestazione che si svolge dal 1990 a cadenza annuale ed è riconosciuta quale appuntamento di visibilità istituzionale e di prezioso confronto interistituzionale e in rapporto all'utenza, di rilievo nevralgico per le amministrazioni pubbliche.

L'Ufficio ha partecipato per conto del MUR, in collaborazione con la CRUI, e ha organizzato ben 12 eventi in quattro giornate; gli incontri, di carattere culturale e divulgativo relativamente ai diversi temi, sono consistiti in eventi formativi in presenza, fruibili anche da remoto tramite piattaforma *streaming*, cui hanno partecipato un totale di 1.540 persone, a cui è stato rilasciato attestato di partecipazione.

La decisione di caratterizzare la presenza all'evento tramite numerosi ed apprezzati incontri formativi ha perseguito lo scopo di rafforzare la strategia identitaria nel corso dell'anno individuata come preminente.

h. Regolamenti e Linee guida per la gestione del sito web istituzionale

La corretta programmazione e gestione delle attività di comunicazione deve ancorarsi ai riferimenti normativi del settore della comunicazione pubblica e, nell'osservanza degli obblighi di legge, implica una organica sistematizzazione degli adempimenti e dei procedimenti.

A tal fine, l'Ufficio comunicazione ha predisposto e condiviso con altri Uffici competenti per materia bozze di atti normativi, e pubblicato una ampia serie di documenti necessari, quali informative sulla *Privacy* per ogni singolo procedimento in corso, modulistica revisionata e bozze di Linee guida per la gestione editoriale del sito web istituzionale.

3. INDIVIDUAZIONE DEI TEMI PRIORITARI E CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

a. Identità del Ministero dell'Università e della Ricerca

La relativamente “giovane età” del MUR, unita a una comunicazione finora non diffusa dell'avvenuto processo di separazione in due dicasteri dell'ex MIUR, rendono prioritaria l'attivazione di iniziative di comunicazione atte a fare conoscere l'esistenza del Ministero dell'Università e della Ricerca come dicastero a sé stante.

In un'ottica di risparmio e di efficientamento delle risorse, il **tema identitario** non sarà sviluppato attraverso una campagna di comunicazione specifica *ad hoc*, ma assicurando una ben marcata indicazione del committente in calce alle campagne “tematiche” di seguito descritte, e tramite la definizione della procedura di registrazione del logo, che è l'elemento grafico e simbolico di posizionamento e di riconoscimento.

Sarà avviata, inoltre, una capillare attività di richiesta di rettifica e integrazione relativamente alle notizie divulgate sugli organi di informazione che non abbiano preso atto della distinta identità del MUR.

b. Orientamento

Una diffusa e articolata attività di orientamento per i giovani, che presenti loro fin dagli ultimi anni della scuola secondaria l'offerta formativa complessiva e illustri le tendenze previste del mercato del lavoro nel futuro prossimo, di breve e di lunga prospettiva, è il presupposto indispensabile per le carriere di studio accademico e poi professionali e lavorative, che valorizzino i talenti e gli sforzi profusi dai giovani studenti, oltre che l'investimento di risorse, non soltanto economico-finanziarie, apportate dalla comunità per la loro formazione.

Allo scopo di porre le giovani generazioni nella condizione di prendere la decisione più adatta ai loro progetti di vita prima della loro iscrizione a corsi di laurea di primo livello, laurea magistrale o *post-lauream*, nel 2023, il Ministero lancerà una campagna di comunicazione per favorire la massima conoscenza delle strutture che offrono servizi di orientamento, a livello centrale (pagine Internet gestite dal MUR), regionale o di singolo ateneo.

Saranno avviati confronti con gli Uffici Scolastici Regionali per convogliare informazioni e per il confronto interistituzionale tra istituzioni scolastiche di secondo grado e Istituzioni di formazioni superiore interessate dagli appositi progetti di “Orientamento attivo nella transizione scuola-università M4C1-24” (nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Missione 4 “Istruzione e ricerca”-“Potenziamento dell'offerta dei servizi all'istruzione: dagli asili nido all'Università”), per i quali sono previste risorse per 100.000 Euro per l'anno scolastico 2022/2023.

Istituzioni scolastiche campione saranno coinvolte nella somministrazione di un questionario-tipo da sottoporre agli studenti per verificare corrispondenza tra campi e settori di interesse e possibili percorsi di studi; i risultati saranno convogliati in apposite campagne informative con il coinvolgimento delle Istituzioni di alta formazione.

Saranno predisposti eventi informativi diretti a studenti delle scuole secondarie di secondo grado e rispettive famiglie.

c. Promozione attività di collaborazione e coordinamento della comunicazione tra MUR e Aree di intervento

Tra gli obiettivi strategici del MUR per il 2023, un ruolo di grande rilievo assume il rafforzamento della rete di collaborazione e confronto con le Istituzioni di alta formazione presenti sul territorio, implementando il proficuo scambio di proposte e informazioni già messo in opera in precedenti esperienze pilota negli anni precedenti, ed ulteriormente rafforzato in occasione dell'accoglienza degli esuli ucraini da parte del mondo accademico.

Di conseguenza, ampio rilievo sarà dato in ambito comunicativo, in particolare sul sito web e sui canali social del Ministero, a tutti i progetti e a tutte le collaborazioni, consolidate o di nuova istituzione, riguardanti il MUR e gli Istituti di alta formazione; nel contempo, si intende rafforzare ed espandere la rete di relazioni recentemente avviata e condivisa con gli Istituti di alta formazione, tramite comunicazioni riservate, scambi, progetti di comunicazione settoriali.

d. Promozione degli studi superiori e ricerca italiani nel contesto internazionale

Le Università e gli Istituti di alta formazione italiani sono sempre più inseriti a pieno titolo nel contesto accademico e formativo internazionale, dove conseguono ogni anno risultati di grande rilievo, facendosi allo stesso tempo interpreti e portavoce delle specificità culturali del nostro Paese.

Un ulteriore obiettivo strategico del MUR è, pertanto, la promozione a livello internazionale del sistema italiano di studi superiori e ricerca. A tale scopo ci si curerà di promuovere i notevoli risultati raggiunti dai ricercatori italiani, che lavorano nei confini nazionali e/o all'estero e/o impegnati in progetti co-finanziati da organismi europei e internazionali e/o in collaborazione con altri Paesi sia sul sito web istituzionale che attraverso i canali social del Ministero, nonché in collaborazione con partner istituzionali; un obiettivo più ambizioso sarà poi quello di estendere la conoscenza di tali risultati a livello internazionale, sfruttando le potenzialità di plurilinguismo offerte dalla comunicazione digitale.

Grazie alla consolidata collaborazione con il Centro di promozione accademica per l'orientamento allo studio "Uni-Italia", il Ministero, anche tramite la partecipazione a fiere internazionali, si propone di promuovere la frequenza di corsi di livello universitario o post universitario in Italia da parte di studenti stranieri, promuovendo altresì il Sistema Formativo Superiore Italiano nel mondo e di favorire la cooperazione interuniversitaria tra l'Italia e i Paesi esteri. La promozione dell'offerta formativa italiana avverrà attraverso varie attività volte a favorire la mobilità studentesca qualificata verso il nostro Paese. Come previsto e finanziato dalla legge di Bilancio 2022, nel 2023 "Uni-Italia" organizzerà o parteciperà alle più importanti fiere internazionali della formazione superiore, ad eventi, conferenze e *networking meeting* per gli studenti, offrendo servizi *ad hoc* per le istituzioni italiane partecipanti e favorendo gli incontri tra queste e le istituzioni educative dei Paesi ospitanti. Tra le finalità istituzionali rientrano anche l'integrazione su scala internazionale e l'armonizzazione europea del sistema di istruzione universitaria e dell'alta formazione artistica, musicale e coreutica.

Per raggiungere tali obiettivi, il MUR ha sottoscritto accordi di collaborazione con altre istituzioni, impegnate nella ricerca, nella formazione e nell'informazione e comunicazione pubblica.

e. Comunicazione interna ed esterna, semplificazione del linguaggio

L'attenzione sulla utilità della comunicazione istituzionale "semplice", e in quanto tale più efficace e idonea a veicolare messaggi, sia istituzionali in senso stretto (es. atti normativi, provvedimenti...) che in senso più generale (messaggi alla cittadinanza), ha vissuto una prima fase di spiccata attenzione tra gli anni '90 e il 2000, principalmente con i seguenti interventi:

- "Codice di stile delle comunicazioni scritte a uso delle pubbliche amministrazioni", 1993;
- "Manuale di stile", 1997;
- Legge 150/2000 (e regolamento di attuazione D.P.R. 422/2001);
- Circolare PCM 2 maggio 2001, n. 10888, "Guida alla redazione dei testi normativi";
- Direttiva Dipartimento Funzione Pubblica 2002 sulla semplificazione del linguaggio amministrativo;
- "Guida alla redazione degli atti amministrativi" (2011), ad opera dell'Istituto di Teoria e tecniche dell'informazione giuridica del CNR e Accademia della Crusca.

Il 16 giugno 2020, l'attenzione al tema della semplificazione del linguaggio si è rinnovata con la pubblicazione degli esiti dell'attività del Gruppo di lavoro per la riforma della comunicazione istituzionali, e di un Piano, declinato in dieci punti, che dovranno essere considerati indicazioni primarie per la riforma della comunicazione istituzionale delle Amministrazioni Pubbliche.

Il MUR utilizza nella sua attività istituzionale un linguaggio tecnico e specialistico, specialmente nell'ambito della ricerca, che necessita di interventi di semplificazione finalizzati al raggiungimento di più ampi strati di utenza; a tal fine, si intende avviare un confronto tra Direzioni del Ministero e tra le Istituzioni della formazione superiore per elaborare uno studio condiviso sulle modalità di comunicazione semplice ed efficace, proponendo ipotesi di analisi di alcuni testi amministrativi da sottoporre a formule di leggibilità (es. indice "Gulpease", elaborato nel 1988 dal Gruppo Linguistico e pedagogico dell'Università di Roma "La Sapienza"), successiva riscrittura ed eventi divulgativi ad esito degli studi.

Contestualmente, si predisporranno indicazioni e note interne per l'uniformità del linguaggio curando la diffusione di regole tecniche di semplificazione.

4. OBIETTIVI e TARGET

I temi e le campagne sopra descritti sono stati declinati in altrettanti obiettivi, legati ad uno o più specifici target, come riportato sinteticamente nello schema:

Attività/Tema/Campagna	Obiettivo	Target di riferimento
Identità del MUR	Promuovere la conoscenza e riconoscibilità del Ministero dell'Università e della Ricerca.	Target principale: studenti di scuola superiore e di alta formazione; docenti; ricercatori; operatori della formazione; cittadini italiani e presso il pubblico internazionale; Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i> .
Orientamento	Potenziare le attività di orientamento rivolte agli studenti. Fornire un servizio per la valorizzazione dei talenti, delle attitudini, delle capacità e delle competenze. Promuovere la conoscenza delle opportunità di orientamento a livello centrale, regionale o di singolo ateneo, anche in rapporto al contesto internazionale.	Target principale: popolazione diplomanda alla scuola superiore, in attesa di iscrizione all'Università o ad Enti di alta formazione; studenti universitari; laureati o lavoratori che vogliono proseguire nella formazione di studi superiori. Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i> .
Promozione attività di collaborazione e coordinamento tra MUR e Istituzioni di alta formazione	Progettare, consolidare e potenziare la collaborazione interistituzionale con gli enti afferenti al Ministero.	Target principale: Università e altri Istituti di alta formazione e di ricerca. Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i> .
Promozione degli studi superiori e della ricerca italiani nel contesto Internazionale	Aumentare la mobilità degli studenti in ingresso, verso l'Italia, e promuovere il sistema nazionale di formazione superiore.	Target principale: popolazione in età prossima alla formazione superiore, universitaria e accademica; giovani ricercatori; istituti e organismi di formazione europei e internazionali; Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i> .
Comunicazione interna ed esterna e semplificazione del linguaggio	Semplificare il flusso di informazioni e la redazione degli atti:	Target principale: Strutture di comunicazione; Centri di responsabilità ministeriale,

	<p>-tra le strutture di comunicazione; -con le altre DG; -con tutti i dipendenti del MUR; - con le Istituzioni di formazione superiore.</p>	<p>Direzioni Generali, personale del MUR; Istituzioni di formazione superiore (studenti, personale universitario docente e non docente). Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i>.</p>
<p>Convenzioni e Collaborazioni: RAI e CRUI</p>	<p>Valutare la sottoscrizione di Accordi e Convenzioni con enti pubblici e privati senza scopo di lucro. In particolare: -con RAI-Radiotelevisione italiana, per: a) la ideazione, progettazione, realizzazione, programmazione di prodotti editoriali e audiovisivi di sostegno e valorizzazione del sistema di istruzione superiore e di ricerca italiano nel contesto di integrazione internazionale e di armonizzazione europea; b) promuovere l'informazione e la conoscenza del pubblico di massa su temi d'interesse della missione ministeriale; -con CRUI, Conferenza dei Rettori delle Università Italiane, implementare accordi in essere per attività di internazionalizzazione e di promozione del sistema della formazione superiore, della comunicazione e della ricerca.</p>	<p>Target principale, RAI: pubblico generico e specifico di settore. Target principale, CRUI: Organismi ed Enti internazionali, popolazione dell'alta formazione, studenti e studiosi, ricercatori e docenti universitari e accademici. Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, <i>opinion leaders</i> e <i>opinion makers</i>.</p>

5. CONTENUTI E MEZZI DI COMUNICAZIONE

Gli interventi ritenuti necessari al raggiungimento degli obiettivi precedentemente dichiarati:

- 1) **Identità del MUR**
- 2) **Orientamento**
- 3) **Promozione interazione e coordinamento fra MUR e Istituzioni di alta formazione**
- 4) **Promozione degli studi superiori e della ricerca italiani**
- 5) **Comunicazione interna ed esterna e semplificazione del linguaggio**
- 6) **Convenzioni e Collaborazioni: CRUI e RAI**

Saranno perseguiti tramite i seguenti strumenti di comunicazione:

Area	Strumenti
Attività d'informazione e comunicazione istituzionale online	Sito web www.mur.gov.it , Social media
Relazioni con i media e i professionisti dell'informazione	Ufficio stampa (comunicati stampa, conferenze stampa, articoli, rassegna stampa)
Attività di promozione e valorizzazione istituzionale	Campagne d'informazione e comunicazione con tutti gli strumenti e i canali disponibili (Sito web, Canali social, prodotti audiovisivi e programmi radiotelevisivi, materiale a stampa, inserzioni pubblicitarie), partecipazione e/o organizzazione di eventi (<i>convention</i> e forum, convegni, conferenze, seminari, iniziative formative e laboratori, fiere e saloni).
Prodotti editoriali	Pubblicazioni a stampa e/o audiovisive (come <i>brochure</i> , locandine, cataloghi, atti di convegni e seminari, report di ricerche e progetti)
Comunicazione d'immagine	Logo, Inserzioni pubblicitarie
Relazioni con il pubblico	Pagina e PEO dedicata URP
Comunicazione interna	URP, newsletter interna, Intranet/Area riservata sito web

6. PARTECIPAZIONE AD EVENTI

L'attività di comunicazione istituzionale ai fini della promozione e del rafforzamento della "rete" di *partnership* si esplica particolarmente nella organizzazione e/o partecipazione ad eventi, che rappresentano una occasione pubblica e una modalità amministrativa per perseguire gli obiettivi strategici della missione ministeriale. Nel 2023, il MUR sarà presente agli eventi più rilevanti per i temi prioritari del piano di comunicazione annuale, nonché funzionali agli obiettivi strategici individuati nell'atto di indirizzo politico del nuovo vertice del dicastero e nelle direttive per l'attività amministrativa.

Di seguito in tabella i principali eventi la cui organizzazione e/o partecipazione è ad oggi valutata opportuna nell'interesse pubblico, in quanto considerata funzionale al perseguimento di uno o più obiettivi di comunicazione:

Sede e data	Evento	Tema o campagna principale
Roma, 23-25 gennaio	Evento nazionale "A climate neutral, Sustainable and productive Blue Economy Partnership (SBEP)"	Promozione degli studi superiori e della ricerca italiani
Torino, 18-23 maggio	Salone Internazionale del Libro	Identità MUR, Orientamento, promozione degli studi superiori e della ricerca italiani
Roma, data prevista nel mese di giugno	Forum PA	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione collaborazioni
Evento nazionale, ultimo fine settimana settembre	Notte europea dei ricercatori	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione collaborazioni
Sede da individuare, ottobre	Evento annuale PON	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione collaborazioni
Roma, data prevista nel mese di ottobre	Young International Forum	Identità MUR, Orientamento, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca
Roma, data prevista nel mese di ottobre	Salone nazionale dello Studente (ex "Campus orienta")	Identità MUR, Orientamento, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca
Genova, data prevista nel mese di ottobre/novembre	Festival della scienza	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati
Roma, data prevista nel mese di novembre	Centenario CNR	Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati

Verona, data prevista nel mese di novembre	Job Orienta – Salone Orientamento - Scuola - Formazione - Lavoro	Identità MUR, Orientamento, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati
Palermo, data prevista nel mese di maggio	Premio Fondazione Giovanni Falcone	Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati

7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Il monitoraggio e l'analisi dei risultati conseguiti è passaggio essenziale di qualsiasi programmazione dell'attività di comunicazione e strumento nevralgico per valutare l'efficacia delle misure apportate e la soddisfazione dell'utenza, per potere, quindi, intervenire per apportare eventuali correzioni e/o miglioramenti.

L'Ufficio Comunicazione ha già svolto nel 2022 attività di monitoraggio e valutazione quali:

- ❖ riscontro accessi al sito web istituzionale;
- ❖ riscontro partecipazione a contest #illibrodellescelte;
- ❖ riscontro interazioni con URP (monitoraggio domande, risposte, prima distinzione per tipologia).

Per il monitoraggio delle attività di comunicazione nel 2023 saranno utilizzati i seguenti strumenti:

- ❖ accessi al sito web istituzionale (in termini quantitativi e sulla base delle pagine selezionate)
- ❖ *feedback* tramite canali URP (posta elettronica, servizio Messenger di Facebook da attivare)
- ❖ referenze degli *stakeholder*
- ❖ rassegna stampa e copertura mediatica (articoli e servizi giornalistici relativi a progetti e ad attività ministeriali)
- ❖ numero di prodotti editoriali e/o multimediali elaborati e share dei programmi radiotelevisivi dedicati
- ❖ partecipazione agli eventi (sotto il profilo numerico-quantitativo delle adesioni e presenze e sotto il profilo del gradimento/apprezzamento)
- ❖ *feedback* degli Istituti di alta formazione afferenti al Ministero circa l'aumento di interesse e di fruizione della mobilità, del tasso d'iscrizioni
- ❖ indici di diffusione, di lettura e di ascolto per tipologia dei mezzi di comunicazione utilizzati
- ❖ materiale informativo/promozionale prodotto e distribuito
- ❖ numero di contatti e reti sviluppati tramite sito web, canali social e posta elettronica
- ❖ questionario di gradimento da veicolare attraverso gli Uffici della Comunicazione degli enti afferenti al Ministero.

8. RISORSE FINANZIARIE

Il Piano MUR 2023 è redatto in maniera conforme alle indicazioni del Governo tese alla razionalizzazione e al contenimento dei costi della Pubblica Amministrazione per ragioni di funzionalità e di finanza pubblica, tenuto conto anche dei limiti di spesa vigenti in particolare recati, per il settore della comunicazione istituzionale, dall'art. 6, comma 8, D.L. 78/2010.

Per il 2022, l'Ufficio ha contato sulle seguenti risorse:

- *Spese per l'organizzazione e la partecipazione a convegni nazionali ed internazionali, per ospitalità e rappresentanza nei confronti di esperti e di personalità dei paesi della CEE e di organismi comunitari ed internazionali nonché per mostre ed altre manifestazioni anche a carattere internazionale: Euro 8.058,00* (cap. 2583 pg. 21);
- *Spese per l'acquisto di cancelleria, di stampati speciali e quanto altro possa occorrere per il funzionamento degli uffici – noleggio e trasporto mobili, macchine e impianti: Euro 18.294,00* (cap. 2359 pg. 23);
- *Iniziativa, eventi, editoria, sondaggi e ricerche, media elettronici finalizzate alla comunicazione del processo di riforma in materia di istruzione e formazione: Euro 15.000,00* (cap. 2583 pg. 37);
- *Spese per le attività di informazione e comunicazione istituzionale. Spese per l'organizzazione e la partecipazione a rassegne specialistiche, manifestazioni, eventi, fiere e congressi nonché spese per la produzione di prodotti editoriali, anche multimediali, spese di pubblici: Euro 31.132,00* (cap. 1170 pg. 23) ed **Euro 31.132,00** (cap. 2689 pg. 34). Questi ultimi due stanziamenti sono in gestione unificata con il CDR 7.

Previsioni finali

Il presente Programma MUR si riserva di portare a sviluppo e compimento le attività descritte in tutto o in parte, e di implementare le stesse in relazione alle indicazioni di parte politica che dovessero intervenire nell'ambito delle linee generali di cui al presente Piano.

Qualsiasi modifica dovrà intervenire nel rispetto dell'art. 11 legge 150/2000 e con le modalità ivi indicate.

Allegati

Schede attività e campagne di comunicazione
Anno 2023

1. ORGANIZZAZIONE EVENTO “A CLIMATE NEUTRAL,
SUBSTAINABLE AND PRODUCTIVE BLUE ECONOMY PARTNERSHIP
(SBEP)”

DESCRIZIONE EVENTO	L’iniziativa coinvolge 59 partner di 25 tra Stati membri e Paesi associati, con gli obiettivi di progettare, guidare e sostenere una transizione giusta e inclusiva verso un’economia “blu”, sostenibile, rigenerativa, resiliente, approfondire la conoscenza delle scienze dei mari e degli oceani e fornire soluzioni di ricerca e innovazione in grado di favorire la trasformazione necessaria per un’Unione Europea neutrale dal punto di vista climatico, sostenibile, produttiva e competitiva entro il 2030. L’Italia ha vinto la guida dell’iniziativa. L’evento si terrà nelle giornate del 23-24-25 gennaio 2023 presso L’Accademia di Belle Arti di Roma.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Promuovere il confronto sulle politiche della ricerca e dell’innovazione relative alla <i>blue Economy</i>
CONTENUTI	Promozione di partenariati
MODALITA’ DI PARTECIPAZIONE	Evento in presenza e da remoto con 250 partecipanti; Meeting, Panel, general Assembly.
COSTI STIMATI	A valere su fondo speciale della Commissione Europea

2. CAMPAGNA “ORIENTAMENTO”

DESCRIZIONE EVENTO	Iniziative di raccordo tra Istituzioni scolastiche di secondo grado e Istituzioni di studi superiori al fine di agevolare incontro tra attitudini e talenti e offerta formativa.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Orientamento attivo nella transizione dalla scuola all'Università, al fine di incentivare l'alta formazione e assicurare la qualità dei percorsi, nell'ambito del PNRR, Missione 4 “Istruzione e ricerca” – Componente 1
CONTENUTI	Favorire la conoscenza delle strutture che offrono servizi di orientamento, a livello centrale (gestiti dal MUR), regionale o di singolo ateneo, in collaborazione con gli Uffici Scolastici Regionali.
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE	Una campagna di informazione in collaborazione con il Ministero dell'Università e del Merito.
COSTI STIMATI	Materiale divulgativo, inserzioni pubblicitarie

3. CENTENARIO DEL CNR

(Roma, 18 novembre 2023)

DESCRIZIONE	Centenario del Consiglio Nazionale delle Ricerche, fondato il 18 novembre 1923.
OBIETTIVI COMUNICATIVI	Celebrare i successi della ricerca italiana; Illustrare i progetti in corso ed il contributo del PNRR al loro sviluppo.
CONTENUTI	Identità del MUR PNRR Ricerca internazionale.
MODALITA'DI PARTECIPAZIONE	Campagna di comunicazione insieme al CNR; Evento celebrativo con la partecipazione del Ministro.
COSTI	Non previsti

4. NOTTE EUROPEA DEI RICERCATORI (evento nazionale, settembre 2023)

DESCRIZIONE EVENTO	La <i>European Researchers' Night</i> , promossa dalla Commissione Europea, è il più grande evento di divulgazione scientifica a livello continentale. Si svolge ogni anno, l'ultimo venerdì di settembre. È sostanzialmente auto-organizzata da Università, Istituti e Centri di ricerca, spesso consorziati fra di loro.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Divulgazione scientifica.
CONTENUTI	Missione del MUR: coordinamento sul sito web istituzionale; PNRR; Ricerca internazionale.
MODALITA' DI PARTECIPAZIONE	Coordinamento evento sul sito web istituzionale del MUR
COSTI STIMATI	Non previsti

5. II EDIZIONE DEL CONTEST “IL LIBRO DELLE SCELTE”

DESCRIZIONE INTERVENTO	Campagna di comunicazione partecipata attraverso i canali social
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Promuovere gli studi di alta formazione e incentivare l'accesso agli istituti di istruzione superiore, sostenere le attività di orientamento, valorizzare le esperienze di conoscenza, di ricerca e di lettura anche al di fuori del contesto istituzionale e didattico.
CONTENUTI	I partecipanti sono invitati a indicare il titolo e l'autore del “libro delle scelte”, motivando le ragioni in una frase che riassume l'esperienza da condividere in modo suggestivo. Una selezione a cura di una Commissione ministeriale viene proposta per il voto del pubblico online. Il vincitore riceverà un premio in buoni libri.
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE	In presenza presso eventi pubblici e online
COSTI STIMATI	Costi di promozione, stampa materiali e buono premio

6. CAMPAGNA SOCIAL “ANNIVERSARI E RICORRENZE”

DESCRIZIONE INTERVENTO	Attività d’informazione sui canali social per celebrare ricorrenze e anniversari attinenti al tema della ricerca, della conoscenza, della didattica e della formazione
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Valorizzare l’eccellenza della ricerca italiana in una prospettiva interdisciplinare e multiculturale e in una dimensione internazionale
CONTENUTI	<p>Post dedicati, con foto, video e infografiche, in occasione delle ricorrenze più significative dell’anno. Elenco non esaustivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 11 febbraio – Giornate internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza (istituita con Risoluzione A/RES/70/212). • 8 marzo – Giornata internazionale della donna. • 14 marzo – <i>pi-greco Day</i>. • 21 marzo – Giornata internazionale per l’eliminazione delle discriminazioni razziali. • 21 marzo – Giornata nazionale della memoria e dell’impegno in ricordo delle vittime delle mafie. • 15 aprile – Giornata della Ricerca Italiana nel mondo. • 22 aprile – Ricordo compleanno Rita Levi Montalcini (1909) • 23 maggio – Giornata per la legalità. • 8 giugno – Giornata internazionale degli oceani. • 5 ottobre – Giornata mondiale degli insegnanti. • 18 novembre – Centenario del CNR. • 25 novembre – Giornata contro la violenza sulle donne • Anniversari di fondazione delle università, accademie, conservatori, enti, ecc.
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE	Pubblicazione di post sui canali social
COSTI STIMATI	Attività interna senza costi economici aggiuntivi