



Ministero dell'Università e della Ricerca

**Piano di Comunicazione**

**Anno 2024**

## Sommario

<b>1. Lo scenario</b>	<b>4</b>
a. La comunicazione pubblica in Italia	4
b. Il Ministero dell'Università e della Ricerca	5
c. Gli stakeholders	5
d. Aree di intervento del MUR	7
1. Università	7
2. AFAM e altri istituti di alta formazione non accademica	7
3. Ricerca	7
e. La struttura di comunicazione del MUR	7
<b>2. Attività di comunicazione realizzate nel 2023</b>	<b>8</b>
a. Rapporti con i giornalisti	8
b. Sito web istituzionale e siti tematici	8
Sito istituzionale	8
Siti tematici	9
c. Canali social	10
d. URP e comunicazione interna	10
e. Emergenza Ucraina	11
f. Organizzazione eventi	11
g. Regolamenti e Linee guida per la gestione del sito web istituzionale	13
<b>3. Individuazione dei temi prioritari e campagne di comunicazione</b>	<b>13</b>
a. Identità del Ministero dell'Università e della Ricerca	13
b. Orientamento	14
c. Promozione attività di collaborazione e coordinamento della comunicazione tra MUR e Aree di intervento	14
d. Comunicazione interna ed esterna, semplificazione del linguaggio della ricerca	15
e. G7- Presidenza italiana	16
<b>4. Obiettivi e target</b>	<b>16</b>
<b>5. Contenuti e mezzi di comunicazione</b>	<b>18</b>
<b>6. Partecipazione ad eventi</b>	<b>19</b>
<b>7. Monitoraggio e valutazione dei risultati</b>	<b>20</b>
IL PIAO	22
I fondamenti del Piano Integrato di Attività e Organizzazione	22
Mappa del valore pubblico	23
Obiettivi di valore pubblico della comunicazione	25

<b>8. Risorse finanziarie</b> .....	<b>26</b>
Previsioni finali .....	27
<b>ALLEGATI</b> .....	<b>28</b>

## 1. Lo scenario

### a. La comunicazione pubblica in Italia

La progressiva evoluzione della società contemporanea in una società dell'informazione, in cui il flusso informativo è disponibile in ogni momento su vari canali, è stato causa di vari interventi legislativi e istituzionali, a partire dagli anni '90, e di apertura di spazi sempre più ampi per la partecipazione dei cittadini e dei portatori di interesse (stakeholders) ai procedimenti amministrativi, garantendo, in generale, una sempre maggiore trasparenza 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, e, successivamente, ad affermare il principio di trasparenza, 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"), che hanno ampliato notevolmente il novero dei documenti accessibili.

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

Non solo l'U.R.P. tuttavia è la struttura orientata all'interscambio con l'utenza; il Codice di Comportamento dei dipendenti Pubblici, di cui al D.P.R. 62/2013 nella sua ultima modifica di giugno 2023, impone ai dirigenti di curare la circolarità delle informazioni, e a tutti i dipendenti, in generale, di tenere un comportamento orientato alla soddisfazione dell'utente.

La legge 150/2000, fulcro della comunicazione istituzionale, ha stabilito per tutte le amministrazioni pubbliche l'obbligo di comunicare la propria attività all'esterno in modo puntuale, con struttura appositamente dedicata e autonoma dall'indirizzo politico.

La normativa 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 distinta a sua volta in:

- informazione, rivolta ai cittadini, giornalisti e media;
- comunicazione istituzionale, 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 cura 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 Programma di Comunicazione (di seguito definito "Piano") del Ministero dell'Università e della Ricerca, anno 2024, 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 2024 (di seguito, PdC MUR 2024) è il secondo 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 (Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica – AFAM) e della Ricerca. Questi tre macroambienti compendiano un numero rilevante di portatori di interessi (*stakeholders*), eterogenei negli interessi rappresentati; ciascuno di essi di conseguenza interagisce con il MUR in relazione a uno o più servizi principali, secondo il seguente schema indicativo:

<b>Stakeholder</b>	<b>Servizi di interesse prioritario</b>
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. Si distinguono per macrosettori e target:

##### 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;

L'Ufficio 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;
  - Organizzazione e gestione degli eventi ministeriali in materia di istruzione superiore, ricerca e comunicazione.

Ha responsabilità e competenza in coordinamento per:

- Sito web istituzionale ([www.mur.gov.it](http://www.mur.gov.it)), con responsabilità di gestione editoriale;
- 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;

- **Il Portavoce**: previsto dall'art. 7 legge 150 del 2000 e dall'art. 7 comma 3 del vigente “Regolamento concernente l'organizzazione degli Uffici di diretta collaborazione del Ministro dell'Università e della Ricerca e dell'Organismo indipendente di valutazione della performance” (D.P.C.M. 165/2020, modificato e integrato dal D.P.C.M. 89/2023) in collaborazione con l'Ufficio stampa, cura i rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione.

## 2. Attività di comunicazione realizzate nel 2023

### a. Rapporti con i giornalisti

Come previsto dalla legge 150/2000, nell'anno 2023 i rapporti del MUR con i professionisti dell'informazione e i media sono stati curati dall'Ufficio Stampa e dal Portavoce; l'Ufficio Comunicazione ha gestito notizie istituzionali e tutti gli interventi di rettifica nei confronti di organi di stampa, oltre a segnalazioni su abusi e siti fake.

### b. Sito web istituzionale e siti tematici

#### - Sito istituzionale

Fin dalla sua istituzione, l'Ufficio Comunicazione ha assunto l'incarico di implementare e aggiornare il sito web istituzionale [www.mur.gov.it](http://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.

Particolare impegno è stato posto alla profonda implementazione e correzione delle sezioni interne del sito, in particolar modo della sezione AFAM, all’aggiornamento dell’home page, alla ristrutturazione in chiave semplificata e razionale della offerta e funzionamento dell’istruzione superiore.

Questo primo restyling ha avuto effetti positivi sul comportamento degli utenti, come si osserva nell’apprezzabile variazione dei vari indicatori dell’attenzione del pubblico.

Da una parte l’aumento del rapporto fra visitatori unici e visite, che passa da 1,4 a 1,6 visite per visitatore unico, con un picco di 2,2 registrato nel mese di giugno. Interpretazione analoga può essere data anche ad altri dati tipicamente associati al miglioramento della presentazione dei contenuti del sito, quali ad esempio: aumento del tempo medio sul sito (da 2minuti e 36 a 3minuti e 4”, con picco di quasi 5 minuti medi), all’abbassamento della “frequenza di rimbalzo” (da 47% a 42%, con un picco del 38%) fino al numero massimo di azioni nel corso di una visita, che si eleva da 287 a 533, sempre nello stesso intervallo febbraio – settembre 2023.

#### **-Siti tematici**

Da una ricognizione effettuata nei primi mesi del 2023 è emersa l’attività di una pluralità di siti tematici direttamente o indirettamente collegati al sito del Ministero dell’Università e della Ricerca. A seguito della costituzione di un apposito Gruppo di lavoro, che ha visto la partecipazione di un rappresentante per il Segretariato generale e di ciascuna Direzione, è stata effettuata una valutazione circa la destinazione di ciascun sito. Accanto ad un primo gruppo di siti dotati di completa autonomia editoriale, infatti, figurano siti di largo utilizzo, o attraverso i quali poter fruire di alcuni servizi, e ulteriori siti afferenti all’ambito propriamente statistico.

La soluzione individuata, che vede primariamente coinvolto il Consorzio interuniversitario CINECA per l’attuazione del riordino sotto il profilo tecnico, è incentrata prevalentemente sui punti seguenti:

1. ulteriore implementazione del sito “mur.gov.it” mediante l’inserimento dei contenuti di alcuni siti correlati;
2. creazione di una piattaforma unica, destinata a raccogliere una pluralità di siti di comune consultazione attraverso i quali sono erogati, in taluni casi, anche servizi;
3. creazione di un unico portale per la raccolta e la presentazione di dati ed informazioni di carattere statistico;
4. inserimento di alcuni siti utili all’interno del portale “Researchitaly.mur.gov.it” per affinità tematica;

5. l'eliminazione del dominio "miur.it" laddove presente.

### **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 stata pubblicata la pagina Facebook del Ministero il 27 febbraio 2023.

### **d. URP e comunicazione interna**

Nel 2023 il Ministero ha proseguito e implementato le attività di propria competenza in quest'ambito. Dal primo semestre l'Ufficio Comunicazione, ha potuto dedicare all'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.) risorse stabili, con conseguente implementazione degli accessi, delle interazioni, dei risultati.

Sul sito istituzionale del MUR è stata aggiornata la [pagina web dedicata](#) appositamente all'interazione con l'utenza, integrandone i contenuti con l'indicazione delle varie possibilità e richieste d'accesso amministrativo previste dalla normativa vigente (accesso documentale, accesso civico semplice e accesso civico generalizzato - FOIA - Freedom of Information Act). Inoltre, è stata predisposta un'apposita [sottosezione dedicata](#) agli Argomenti più richiesti – FAQ – da parte dell'utenza, in cui hanno trovato spazio risposte a istanze su tematiche inerenti a Diritto allo studio, Doppia laurea, Housing universitario, Orientamento attivo e Post laurea.

Dal 1° novembre 2022 al 31 ottobre 2023 l'U.R.P. ha ricevuto ed evaso 7.314 richieste telematiche (+ 5190 - erano 2.124 nello scorso Piano Comunicazione - dato al 10/10/2023) 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, la possibilità di iscrizione simultanea a più di un corso di alta formazione (c.d. "doppia laurea"), le procedure inerenti a TOLC in italiano e IMAT in inglese per l'ingresso a Medicina, le procedure per l'accesso alle Scuole di Specializzazione Medica, e i percorsi per il sostegno didattico in ambito scolastico (c.d. "tfa"), materia trasversale con il Ministero dell'Istruzione e del Merito (MIM).

L'U.R.P. è quindi evoluto nello snodo cruciale della interazione con gli utenti, ma anche della comunicazione interna, avviando il proficuo e costante coordinamento con gli Uffici in un'ottica di efficace e costante orientamento all'utenza e di comunicazione organica e integrata.

L'Ufficio Comunicazione ha curato anche una particolare rassegna normativa e giurisprudenziale nei confronti delle Direzioni e degli Uffici, informando tempestivamente delle novità di rilievo, degli interventi istituzionali di interesse e degli orientamenti giurisprudenziali afferenti alla competenza del Ministero.

#### **e. Emergenza Ucraina**

Nel corso del 2022 l'Ufficio Comunicazione, a seguito dell'emergenza umanitaria sorta in Ucraina a causa dell'invasione russa delle sue regioni orientali il 24/2/2022, ha avviato e gestito il coordinamento di un piano di accoglienza specifico per studenti universitari, dottorandi, ricercatori e docenti universitari ucraini, e il loro inserimento nei corrispondenti programmi accademici italiani. L'emergenza ha visto lo sviluppo della prima grande forma di coordinamento e collaborazione anche della comunicazione istituzionale tra MUR e articolazioni di istruzione e ricerca sul territorio, tramite:

- pubblicazione sul sito web istituzionale, in versione italiana ed inglese, della pagina "Emergenza Ucraina", 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.
- Avvio e gestione di una casella di posta dedicata all'accoglienza, *helpforacademics@mur.gov.it*, che ha fornito informazioni e risposte ai numerosi richiedenti in necessità di supporto;
- Interazione, 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.

L'Ufficio comunicazione ha curato la redazione dell'Avviso pubblico diretto agli Istituti di formazione superiore per la ripartizione del fondo di un milione di euro istituito per legge, occupandosi anche direttamente della valutazione delle domande, mediante un'apposita commissione, su delega del capitolo di spesa.

Nel corso del 2023, la procedura di assegnazione fondi ha trovato compimento con l'ammissione al finanziamento e la liquidazione dei fondi.

## f. Organizzazione eventi

E' stata notevolmente incrementata la partecipazione ad eventi di comunicazione istituzionale anche nel contesto internazionale rispetto all'anno 2022.

Nello specifico, nel corso del 2023 il MUR ha partecipato attivamente ai seguenti eventi, curandone anche (tranne nel caso di Didacta, partecipato con evento informativo) la gestione organizzativa:

### **SBEP – Sustainable Blue Economy Partership**

*23-25 Gennaio, Accademia delle Belle Arti di Roma:*

Incontro tra delegati internazionali relativamente ad una delle 49 partnership che la Commissione Europea ha istituito in relazione al Programma Quadro di Ricerca e Innovazione "Horizon Europe" con l'obiettivo di mettere in comune gli investimenti in ricerca e innovazione nell'ambito di una transizione giusta e inclusiva verso un'economia blu climaticamente neutra e sostenibile.

### **DIDACTA**

*8 marzo, Fortezza dal basso di Firenze*

Iniziativa dedicata al mondo della scuola e alla formazione dei docenti: si è partecipato organizzando un incontro di informazione sull'orientamento universitario;

### **IGO MERCATOR**

*26-27 giugno, Università "La Sapienza" di Roma*

Quinta riunione del Consiglio dei Delegati organizzata nel quadro della trasformazione di Mercator Ocean Internazionale in un'organizzazione intergovernativa.

### **SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO, "Attraverso lo specchio"**

*18-22 maggio, Lingotto di Torino*

Trentaseiesima edizione della fiera che ha visto la partecipazione del MUR con stand informativo e una serie di incontri dedicati con esperti del settore ed esposizioni di comparto AFAM. La fiera ha visto il lancio della seconda edizione del contest #librodellescelte, iniziativa di raccordo e risalto tra l'esperienza personale della lettura e l'istruzione superiore, che ha visto la partecipazione quest'anno di quasi 700 partecipanti.

### **FORUMPA, "Ripartiamo dalle persone"**

*16-18 maggio, palazzo dei Congressi di Roma*

Annuale evento di promozione, presentazione, interazione e confronto tra pubbliche amministrazioni cui il MUR ha partecipato, in collaborazione con CRUI, con spazio informativo e una serie varia e partecipata di eventi formativi e informativi sui temi della formazione superiore, del diritto allo studio e della ricerca.

### **JOB & ORIENTA**

*22-25 novembre, Verona Fiere*

Trentaduesima edizione della importante fiera dedicata alla istruzione, all'orientamento, al lavoro, dove il MUR parteciperà con un ricco calendario di eventi ed iniziative, trasmesse in streaming, particolarmente a beneficio degli studenti delle scuole superiori per agevolarli nella scelta del percorso superiore ed incentivarli alla prosecuzione degli studi. Gli eventi saranno condotti anche con la collaborazione della Commissione Orientamento CRUI.

### **GIORNATA NAZIONALE CYBERSECURITY**

*29 novembre, Roma*

Alla presenza di esperti ed accademici del settore, la giornata farà il punto, con confronti, analisi e dibattiti, sui principali temi di interesse collegati alla materia e sulle misure, con particolare attenzione alla privacy, per fronteggiare i rischi che la società dell'informazione, in continuo movimento, pone all'attenzione delle pubbliche amministrazioni in particolare.

#### **g. 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 Linee guida per la gestione editoriale del sito web istituzionale.

Costante è stata l'attività di comunicazione interna con le Direzioni, nei confronti delle quali l'Ufficio Comunicazione ha divulgato notizie di interesse, innovazioni normative e giurisprudenziali, materiali di condivisione.

L'U.R.P. ha inoltre iniziato a predisporre FAQ ad esito di interazione con l'utenza quale riscontro dei temi maggiormente richiesti, da pubblicare sulla pagina dedicata.

## **3. Individuazione dei temi prioritari e campagne di comunicazione**

### **a. Identità del Ministero dell'Università e della Ricerca**

La "giovane età" del MUR, unita a una comunicazione in divenire a seguito del processo di separazione in due dicasteri dell'ex MIUR, rendono ancora 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.

Il tema identitario sarà ancora perseguito attraverso il perfezionamento delle pratiche avviate e il proseguimento dell'attività di richieste di rettifica e integrazione; nel corso del 2023 sono state prodotte circa 500 richieste in tale senso nei confronti degli organi di informazione, con notevoli rilievi in ordine alla diffusione della conoscenza dell'Istituzione.

La partecipazione attiva ad eventi internazionali in occasione della Presidenza italiana del G7 sarà occasione ulteriore di definizione dell'identità e della missione del Ministero, come nel corso del 2023 l'incrementata partecipazione ad eventi e convegni lo è stata a rafforzamento dell'immagine del Ministero.

#### **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 ha avviato iniziative di comunicazione istituzionale connesse ai progetti relativi al "Orientamento attivo nella transizione scuola-università" – nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Missione 4 "Istruzione e ricerca" – Componente 1 "Potenziamento dell'offerta dei servizi all'istruzione: dagli asili nido all'Università" – Investimento 1.6 "Orientamento attivo nella transizione scuola – università", finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU.

In tale ambito, particolare rilievo assume la partecipazione attiva alla manifestazione Job&Orienta 2023, con iniziative seminari e interattive dedicate agli studenti degli ultimi due anni delle scuole superiori.

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

Proseguirà nel 2024 l'attività di collaborazione e confronto con le Istituzioni di alta formazione presenti sul territorio.

Oltre all'ampio rilievo reso 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, il rafforzamento delle reti di interazione prosegue con il risalto, negli eventi direttamente partecipati dal MUR, alle iniziative artistiche e culturali del settore AFAM già proficuamente avviato in occasione dell'edizione 2023 del Salone Internazionale del Libro e di Job & Orienta. Si è avviata una collaborazione anche con realtà locali di diffusione e informazioni quali le Radio Universitarie, che si ha intenzione di proseguire nel 2024 con partecipazione ad iniziative dedicate e scambio di esperienze.

#### **d. Comunicazione interna ed esterna, semplificazione del linguaggio della ricerca.**

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 Novanta e il Duemila, 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.

L'opera di semplificazione del linguaggio ai fini della efficacia e diffusione su un bacino più ampio possibile dei messaggi istituzionali è stata perseguita con scrupolo nel corso del 2023, in vari aspetti della comunicazione istituzionale, dalla redazione di notizie alla riorganizzazione del sito web istituzionale, alla impostazione di materiale divulgativo efficace e chiaro in occasione di eventi fino alla organizzazione di incontri dedicati ai giovani studenti con un'attenzione particolare al veicolo della comunicazione mirata e contestualizzata.

In relazione alla semplificazione del linguaggio scientifico, connotato da margini ampi di tecnicismo, si intende predisporre ed attuare un Protocollo di intesa con l'Associazione Citizen Science Italia, la quale, nel solco dell'attività svolta da Associazioni di Citizen Science in Europa e nel mondo, persegue lo scopo primario del coinvolgimento attivo dei cittadini nella raccolta, interpretazione ed analisi dei dati a fini scientifici.

Il Protocollo, nell'ottica di:

- promuovere il coinvolgimento dei cittadini nelle fasi del processo scientifico e di rafforzare l'interfaccia tra scienziati, decisori politici e cittadini, sostenere la diffusione della ricerca e del processo scientifico agli strati più ampi della società civile, delle partecipazioni sociali, del terzo settore;
- condividere le migliori pratiche e creare opportunità di networking tra i vari progetti per fornire occasioni di dialogo e scambio tra iniziative dello stesso ambito scientifico, sia a livello nazionale che internazionale;

sarà incentrato anche su progetti di semplificazione del linguaggio scientifico, al fine di promuovere in circolo virtuoso la comprensione della ricerca da parte del pubblico e lo sviluppo di una cultura di semplificazione e circolarità da parte degli scienziati, enti di ricerca, decisori politici e amministrativi.

Parimenti, la comunicazione interna che promana dall'Ufficio Comunicazione promuoverà iniziative costanti di semplificazione del linguaggio amministrativo e dei messaggi da veicolare sul sito web istituzionale e sugli strumenti social.

#### e. G7 – Presidenza Italiana

In occasione della Presidenza italiana, saranno previsti incontri in sede nazionale ed estera, iniziative politiche e di governance internazionale, di scambio e confronto che interesseranno in maniera rilevante i settori dell'Università e della Ricerca, con il coordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

In conformità all'art. 1 comma 5/f legge 150/2000, l'attività divulgativa dei contenuti di iniziative e conferenze, nonché l'organizzazione e la promozione di eventi di carattere locale, regionale e nazionale nell'ambito della comunicazione istituzionale, saranno rivolte ad un pubblico generalista e non più soltanto specialistico, nell'ottica di una valorizzazione delle amministrazioni pubbliche e dell'Italia nel contesto internazionale.

## 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	Consolidamento promozione 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, opinion leaders e opinion makers.
Sistema istruzione superiore e ricerca nel contesto internazionale	Partecipazione eventi G7	Target principale: docenti; ricercatori; operatori della formazione; cittadini italiani e

		<p>presso il pubblico internazionale.</p> <p>Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, opinion leaders e opinion makers.</p>
Orientamento	<p>Consolidamento del 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.</p>	<p>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.</p> <p>Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, opinion leaders e opinion makers.</p>
Promozione attività di collaborazione e coordinamento tra MUR e Istituzioni di alta formazione	<p>Progettare, consolidare e potenziare la collaborazione interistituzionale con gli enti afferenti al Ministero.</p>	<p>Target principale: Università e altri Istituti di alta formazione e di ricerca.</p> <p>Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, opinion leaders e opinion makers.</p>
Comunicazione interna ed esterna, semplificazione del linguaggio e uniformità	<p>Semplificare il flusso di informazioni e la redazione degli atti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tra le strutture di comunicazione;</li> <li>- con le altre DG;</li> <li>- con tutti i dipendenti del MUR;</li> </ul>	<p>Target principale: Strutture di comunicazione; Centri di responsabilità ministeriale, Direzioni Generali, personale del MUR; Istituzioni di formazione superiore (studenti, personale universitario docente e non docente).</p>

	- con le Istituzioni di formazione superiore.	Target secondari: operatori dell'informazione pubblica, opinion leaders e opinion makers.
--	---	---

## 5. Contenuti e mezzi di comunicazione

Gli interventi ritenuti necessari al raggiungimento degli obiettivi precedentemente dichiarati:

1. Identità del MUR
2. Sistema istruzione superiore nel contesto internazionale
3. Orientamento
4. Promozione interazione e coordinamento fra MUR e Istituzioni di alta formazione
5. Comunicazione interna ed esterna e semplificazione del linguaggio
6. Comunicazione interna per uniformità

Saranno perseguiti tramite i seguenti strumenti di comunicazione:

Area	Strumenti
Attività d'informazione e comunicazione istituzionale online	Sito web <a href="http://www.mur.gov.it">www.mur.gov.it</a> , 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 e comunicazione istituzionale	Partecipazione e/o organizzazione di eventi (convention e forum, convegni, conferenze, seminari, iniziative formative e laboratori, fiere e saloni). Campagne d'informazione e comunicazione con gli strumenti e i canali disponibili (Sito web, Canali social, prodotti audiovisivi e programmi radiotelevisivi, materiale a stampa, inserzioni pubblicitarie),
Prodotti editoriali	Pubblicazioni a stampa e/o audiovisive (come brochure, 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 2024, 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; la presenza, laddove non possibile con spazio espositivo proprio, potrà essere assicurata con presenza ad incontri/seminari.

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

Sede e data	Evento	Tema o campagna principale
Firenze 20-22 Marzo 2024)	Fiera Didacta Italia	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Orientamento.
Roma, data prevista nel mese di giugno 2024	Forum PA	Identità MUR, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione collaborazioni
Verona, data prevista nel mese di novembre 2024	Job Orienta – Salone Orientamento - Scuola - Formazione - Lavoro	Identità MUR, Orientamento, Promozione Sistema Italia dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati
Luoghi e date da definire 2024	Presidenza Italiana G7	Identità MUR. Promozione Sistema italiano dell'istruzione superiore e della ricerca, Promozione partenariati e relazioni internazionali.

## 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 allo scopo di apportare eventuali correzioni e/o miglioramenti.

L'Ufficio Comunicazione ha svolto anche nel 2023 attività di monitoraggio e valutazione quali:

- Rilevazione accessi al sito web istituzionale con attivazione strumento istituzionale web analytics;
- Rilevazione partecipazione a contest #librodellesecelte;
- riscontro interazioni con URP (monitoraggio domande, risposte, prima distinzione per tipologia).

Per il monitoraggio delle attività di comunicazione anche nel 2024 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);
- rassegna stampa e copertura mediatica (articoli e servizi giornalistici relativi a progetti e ad attività ministeriali);
- 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;

### SITO WEB

I risultati di visita del sito web costituiscono un importante indicatore del coinvolgimento del pubblico in merito alla partecipazione del MUR ad eventi.

Nell'anno 2023 sono disponibili in particolare i risultati di visita al sito web nei giorni di svolgimento di due importanti eventi fieristici cui il Ministero ha preso parte: uno a carattere tecnico e

professionale, il Forum PA a Roma, l'altro più spiccatamente generalista e "Pop", il Salone del Libro di Torino.

Lo svolgimento dei due eventi, svoltisi senza soluzione di continuità cronologica dal 16 al 22 maggio, ha evidenziato un significativo aumento del volume di traffico sul sito istituzionale già a partire dai



giorni immediatamente precedenti Forum PA, cioè dal 14 maggio in poi. Va evidenziato inoltre un visibile incremento medio delle visite anche nella settimana precedente, 8-14 maggio.

Per l'evento SBEP del 23-25 gennaio non sono disponibili dati analitici a causa della migrazione ad un nuovo sistema di monitoraggio statistico, a seguito della quale i tracciamenti sul sito nel periodo che ottobre 2022 – gennaio 2023 non sono rilevati.

#### U.R.P. – UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

Dal 1° novembre 2022 al 31 ottobre 2023 l'URP ha ricevuto ed evaso 7.314 richieste telematiche. Le richieste hanno registrato un consistente aumento pari a **5.190**; erano pari a 2.124 nello scorso Piano Comunicazione (dato al 10/10/2023).

#### CONTEST #LIBRODELLESCELTE

La seconda edizione del contest ha visto un aumento di 200 partecipanti rispetto all'anno precedente; la partecipazione si è assestata su quasi 700 partecipanti a fronte dei quasi 500 del 2023.

#### PIAO

Gli strumenti offerti dal PIAO consentiranno di ampliare le forme di monitoraggio sulla attività di comunicazione con riferimento agli obiettivi di valore pubblico individuati per l'ambito Comunicazione.

Riporta il documento a definizione che *“un monitoraggio integrato diretto ad alimentare un report del PIAO o Report Integrato, ispirato alla logica dell'integrazione e simmetrico rispetto ad esso, così da riuscire a quantificare quanto Valore Pubblico è stato generato, qual è stato il contributo effettivo delle performance alla sua creazione, qual è stato il contributo effettivo delle misure di prevenzione della corruzione e di promozione della trasparenza alla sua protezione, qual è il contributo effettivo delle condizioni di salute delle risorse dell'ente alla sua abilitazione. A tal fine, si intende progettare*

e realizzare tra il 2023 e il 2025 un Sistema integrato dei controlli interni che funga da fonte alimentante del Report Integrato, secondo lo schema di seguito rappresentato”.

## IL PIAO

### I fondamenti del Piano Integrato di Attività e Organizzazione



Con il decreto ministeriale n. 179 del 29 marzo 2023 è stato approvato il PIAO (Piano Integrato di Attività e Organizzazione della Pubblica Amministrazione), progettato ex novo dal Ministero Università e Ricerca quale strumento di pianificazione ad ampio raggio sia dal punto di vista funzionale che temporale (orizzonte di riferimento 2023/2025).

Nel Piano suddetto, è stato dato risalto alla comunicazione istituzionale, declinata in varie accezioni quali la promozione dell'immagine e dell'identità del Ministro (a seguito della divisione dal Ministero Istruzione nel 2020) e la valorizzazione della comunicazione interna nella accezione anche del coordinamento dei processi e della conoscibilità delle attività.

Di seguito, le tabelle e la sezione del PIAO relative a: *Valore Pubblico, Performance, Misure Anticorruzione e Trasparenza correlate.*

OBIETTIVI DI VALORE PUBBLICO ESTERNO	ICONA	DIREZIONE GENERALE
VP "INTERNAZIONALIZZAZIONE e COMUNICAZIONE"		Direzione Generale dell'internazionalizzazione e della comunicazione [DG INTERNAZIONALIZZAZIONE E COMUNICAZIONE]

L'obiettivo di VP "COMUNICAZIONE", le performance funzionali alla sua creazione, le misure anticorruzione funzionale alla sua protezione, le azioni di miglioramento della salute organizzativa e professionale abilitanti del VP, vengono rappresentati sinteticamente tramite la seguente **Mappa del Valore Pubblico** e sono dettagliati analiticamente nell'**Allegato n. 5b** del PIAO.

### Mappa del valore pubblico

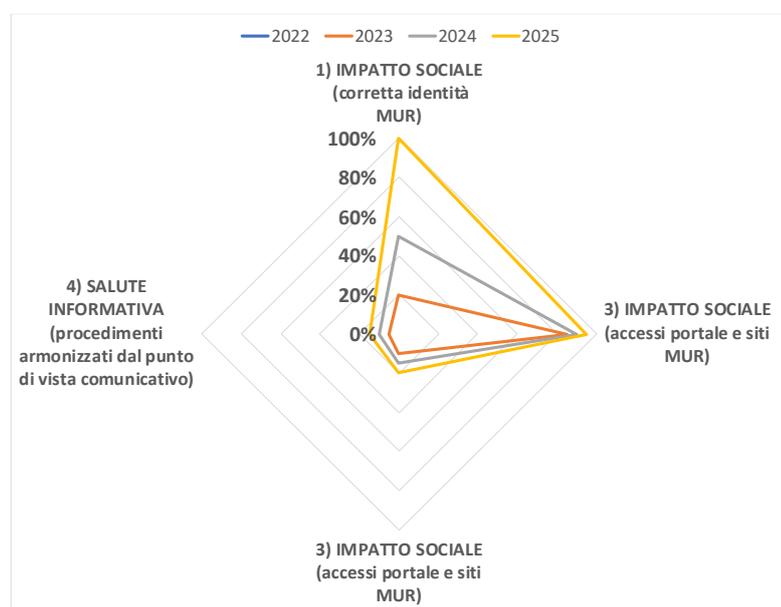
## MAPPA DEL VALORE PUBBLICO SEZIONE 2) VALORE PUBBLICO, PERFORMANCE, ANTICORRUZIONE SottoSezione 2.1) + VALORE PUBBLICO

OBIETTIVO DI VALORE PUBBLICO		DIREZIONE GENERALE competente sull'obiettivo di Valore Pubblico	PRIORITA' POLITICA da cui deriva l'obiettivo di Valore Pubblico				
	COMUNICAZIONE	INTERNAZIONALIZZAZIONE e COMUNICAZIONE	6. CONSOLIDAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE DEL MINISTERO E SVILUPPO DELLE ATTIVITA' DI "POLICY COMMUNICATION"				
TABELLA DI COERENZA ECONOMICO-FINANZIARIA			2022	2023	2024	2025	2026
Anno	Dotazione CdR 6	Risorse europee fino al 2026	INDICATORE SINTETICO DI VALORE PUBBLICO				
2023	€ 245.862.872	€ 2.370.600.000	0%	33%	43%	57%	
2024	€ 244.534.854						
2025	€ 261.978.942						

COD.	IMPATTI ANALITICI ATTESI	STRATEGIE	INDICATORI ANALITICI DI IMPATTO	+/-	Baseline	Targ et	Targ et	Targ et	Targ et
VP_CO M1	1) +riconoscibilità esterna IDENTITA' MUR	1) Strategia di definizione e promozione dell'IDENTITA' MUR e differenziazione dal MIM	1) IMPATTO SOCIALE (corretta identità MUR)	+	0%	20%	50%	100%	
VP_CO M2	2) +CONOSCENZA ESTERNA missioni istituzionali, procedure e risultati MUR	2) Strategie di semplificazione e comunicazione del linguaggio e di sperimentazioni e di percorsi partecipativi su iniziative MUR	2) IMPATTO SOCIALE (mancati riconoscimenti funzioni, procedure e risultati MUR)	-	100%	15%	10%	5%	
VP_CO M3	3) +CONOSCENZA ESTERNA opportunità di attrattività studenti ricercatori quindi +PARTECIPAZIONE ESTERNA	3) Strategia di coordinamento ai fini dell'aggiornamento e del perfezionamento del portale istituzionale e razionalizzazione dei siti e delle pagine tematiche	3) IMPATTO SOCIALE (accessi portale e siti MUR)	+	0%	10%	15%	20%	
VP_CO M4	4) +COMUNICAZIONE	4) Strategia di semplificazione	4) SALUTE INFORMATICA	+	0%	5%	10%	15%	

	<p>NE INTEGRAZIONE INTERNA</p>	<p>e dei procedimenti</p>	<p>VA (procedimen ti armonizzati dal punto di vista comunicativ o)</p>						
--	--	-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

### Obiettivi di valore pubblico della comunicazione



L'obiettivo di Valore Pubblico "COMUNICAZIONE", di competenza della DG "Internazionalizzazione e comunicazione", è il rafforzamento dell'identità del MUR, anche per differenziazione rispetto al precedente MIUR e al MIM (Ministero dell'Istruzione e del Merito), favorendo l'identificazione dell'Ente da parte degli stakeholders rispetto a missioni istituzionali, procedure, risultati e opportunità.

A tali sfide si aggiunge il miglioramento della comunicazione interna, anche al fine di trainare una maggiore integrazione operativa.

L'ufficio IV intende in primo luogo (VP\_COM1) favorire la RICONOSCIBILITÀ ESTERNA dell'IDENTITÀ del MUR tramite

- a. la registrazione e valorizzazione del logo;
- b. le azioni specifiche di comunicazione istituzionale.

Il primo obiettivo è protetto, dal punto di vista delle misure anticorruzione:

1. dall'approvazione del regolamento;
2. dalla registrazione del logo;
3. dai controlli sulla legittimità delle concessioni del logo e sull'utilizzo dello stesso.

Il secondo obiettivo è protetto, invece:

1. dal monitoraggio del contenuto (sito web, articoli di giornale, spazi radiofonici, editoriali, manifesti, ecc.);
2. dall'invio di segnalazioni;
3. dalla verifica dell'efficacia delle segnalazioni inviate.

In secondo luogo (VP\_COM2), la DG intende favorire la conoscenza esterna:

1. delle missioni istituzionali;
2. delle procedure ministeriali
3. dei risultati MUR

Tutto ciò, attuando una strategia di semplificazione del linguaggio e di sperimentazione di percorsi partecipativi, da realizzare operativamente tramite il coordinamento con altre DG e i relativi Uffici. Tale obiettivo di performance è protetto, dal punto di vista delle misure anticorruzione:

1. dalla razionalizzazione della comunicazione esterna;
2. dalla semplificazione delle procedure;
3. dalla razionalizzazione dei siti web tematici.

In terzo luogo (VP\_COM3), la DG intende favorire la conoscenza esterna delle opportunità offerte dal Ministero a studenti e ricercatori, attraverso l'incremento degli accessi annuali al portale web istituzionale e ai siti e pagine tematiche, attuando una strategia di coordinamento ai fini dell'aggiornamento e del perfezionamento del portale istituzionale e per la razionalizzazione dei siti e delle pagine tematiche, da realizzare operativamente tramite il coordinamento dei PERCORSI PARTECIPATIVI interni al Ministero.

Infine (VP\_COM4), la DG intende favorire comunicazione e integrazione interna, attuando una strategia di semplificazione dei procedimenti.

Per abilitare l'obiettivo di VP in oggetto, ovvero creare le condizioni per favorirne il raggiungimento, sono previste anche azioni formative sui temi della comunicazione.

## 8. Risorse finanziarie

Il Piano MUR 2024 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 per le spese non afferenti alla comunicazione istituzionale in senso stretto.

Per il 2023, l'Ufficio ha riscontrato modifiche a quanto originariamente disposto in sede di legge di bilancio e allegata tabella 11, per variazioni in diminuzione e aumento.

Ha contato quindi, allo stato, 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 9058,00;

- Iniziative, eventi, editoria, sondaggi e ricerche, media elettronici finalizzate alla comunicazione del processo di riforma in materia di istruzione e formazione: Euro 15.000,00;
- 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 pubblicità: Euro 59.954,08.

### **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; ugualmente, le campagne indicate su unico tema strategico saranno eventualmente dettagliate, anche con previsione di ulteriori, al manifestarsi di esigenze non preventivate allo stato e in presenza di risorse.

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 2024**

## 1. CAMPAGNA “ORIENTAMENTO”

DESCRIZIONE EVENTO	<p>Iniziative di raccordo tra Ministero, Istituzioni scolastiche di secondo grado e Istituzioni di studi superiori al fine di agevolare incontro tra attitudini e talenti e offerta formativa.</p> <p>Partecipazione ad eventi con incontri, laboratori, seminari di informazione e interazione con studenti e operatori dell'istruzione per comunicazione istituzionale orientamento ad ampio spettro.</p>
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	<p>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”, riferito a studenti delle scuole superiori.</p>
CONTENUTI	<p>Divulgazione iniziative e progetti attivi connessi a “Orientamento attivo nella transizione scuola-università” – nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Missione 4 “Istruzione e ricerca” – Componente 1 “Potenziamento dell'offerta dei servizi all'istruzione: dagli asili nido all'Università” – Investimento 1.6 “Orientamento attivo nella transizione scuola – università”, finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU.</p>
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE	<p>Campagne di informazione tramite strumenti digitali interattivi, sito web istituzionale, strumenti social ed eventi dedicati, anche tramite partecipazioni a fiere e convegni.</p>
COSTI STIMATI	<p>Per materiale divulgativo e promozionale, Euro 20.000 circa.</p>

## 2. CAMPAGNA “PRESIDENZA ITALIANA G7”

DESCRIZIONE EVENTO	Incontri in sede nazionale ed estera, iniziative politiche e di governance internazionale, di scambio e confronto che interesseranno in maniera rilevante i settori dell'Università e della Ricerca, con il coordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Divulgazione contenuti di iniziative ed incontri, gestione, organizzazione, promozione immagine e riscontro nell'alveo della comunicazione istituzionale e in aderenza alla funzione di “promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale” (art. 1 comma 5/f legge 150/2000).
CONTENUTI	Ambiti definiti in coordinamento con la Presidenza del Consiglio dei Ministri ed altri Ministeri quali potenziamento della libertà scientifica e accademica agli open data, ricerca di frontiera, cooperazione scientifica ad ampio spettro, con i paesi meno sviluppati come i grandi centri di ricerca. <ul style="list-style-type: none"><li>• Ulteriori elementi:</li><li>• Valutazione e potenziamento della cyber security;</li><li>• Valorizzazione e potenziamento dei traguardi raggiunti nel rispetto della libertà accademica e scientifica in linea con i concetti di Open Science e FAIR data</li><li>• Onde Gravitazionali</li><li>• Ricerca di frontiera</li><li>• Definizione delle politiche tese a favorire il coinvolgimento dei PMS nella creazione di un sistema globale sostenibile</li></ul>
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE	Campagne di informazione tramite strumenti digitali interattivi, sito web istituzionale, strumenti social ed eventi dedicati.
COSTI STIMATI	Allo stato da definire di concerto con strutture di vertice deputate al coordinamento.