



Ministero dell'Università e della Ricerca

## **Programma di Comunicazione - Anno 2026**

## Sommario

Introduzione e quadro di contesto.....	3
Attività condotte nel 2025.....	3
Pianificazione 2026. Quattro azioni di comunicazione.....	4
Partecipazione ad eventi.....	5
Spazi informativi di utilità e interazione con gli utenti.....	5
Allegato – campagna di comunicazione 2026.....	6

## Introduzione e quadro di contesto

Il Programma di Comunicazione 2026 del Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) è il documento strategico annuale per la pianificazione delle strategie e delle azioni di comunicazione; si pone l'obiettivo di consolidare l'identità e il ruolo del Ministero, perseguire le finalità di orientamento degli studenti, valorizzare le istituzioni della formazione superiore e della ricerca nel panorama istituzionale italiano e internazionale.

L'approccio adottato mira a garantire la trasparenza ed efficacia della comunicazione e l'accessibilità alle informazioni, puntando a una maggiore interazione con i cittadini e gli stakeholder, in linea con la missione del MUR (declinata anche all'interno del Piano Integrato di Attività e Organizzazione - PIAO): promuovere l'alta formazione, la ricerca e il sapere come strumenti essenziali per lo sviluppo e la crescita del paese.

Per raggiungere questo obiettivo, il Programma punta ad azioni di comunicazione strategiche e mirate, sfruttando le potenzialità offerte dai canali digitali istituzionali, dalle campagne informative e dalla partecipazione a eventi rilevanti a livello nazionale e internazionale.

## Attività condotte nel 2025

Nel 2025 il MUR ha condotto numerose attività coerenti con il quadro delle iniziative previste per il 2026.

Tra queste, sono proseguite la ristrutturazione del sito web istituzionale e la partecipazione ad eventi di divulgazione e partecipazione.

Si è rafforzato il dialogo costante con l'utenza anche interna con i dipendenti del Ministero, per il tramite di un innovativo progetto di informazione e tutela dei diritti connessi in particolar modo alla disabilità e alla genitorialità, dedicato ai dipendenti e condotto sulla Intranet istituzionale. Tale progetto, "Intranet delle informazioni utili", è stato concretamente avviato nel 2025 e fino ad oggi implementato con 31 notizie.

Parallelamente, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.) ha mantenuto un costante e produttivo rapporto con l'utenza, foriero di temi di approfondimento confluiti sul sito istituzionale e nel materiale divulgativo prodotto dall'Ufficio.

Inoltre, il Ministero ha partecipato a importanti eventi come:

- **Didacta Italia** (Firenze, marzo 2025)
- **Salone Internazionale del Libro di Torino**, in collaborazione con INFN – Istituto nazionale Fisica Nucleare (Torino, maggio 2025);
- **Forum PA** (Roma, maggio 2025);
- **Orientatalenti** (Milano, 6/7 novembre 2025);
- **Job&Orienta** (Verona, 26/29 novembre 2025)

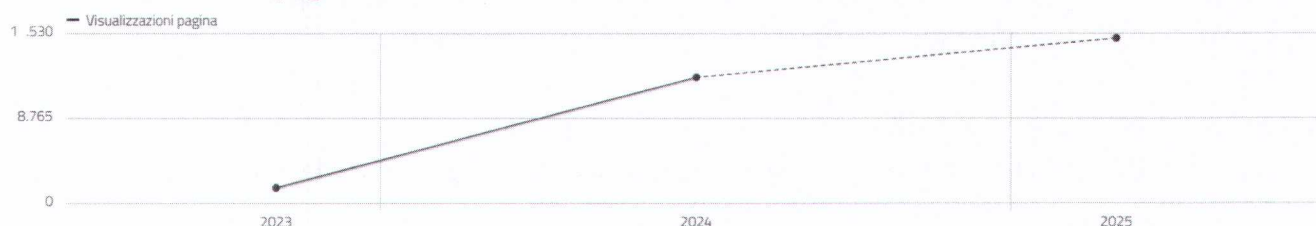
Impegno particolare è stato dedicato agli eventi digitali che, in occasione delle ricorrenze di grande partecipazione per il Paese e le istituzioni della formazione superiore quali il Giorno della memoria (27

gennaio) Giorno del ricordo (10 febbraio), e la “Settimana STEM” (4/11 febbraio), sono stati occasione per operare la ricognizione e la valorizzazione di centinaia di incontri, iniziative, celebrazioni svolte dalle istituzioni di formazione superiore.

L’Ufficio ha fatto parte del gruppo di lavoro per l’attivazione e gestione della pagina informativa relativa alla  riforma per l’accesso a Medicina 2025 , sul sito istituzionale e sul portale University, collaborando anche come U.R.P. alla corretta informativa nei confronti degli studenti; la pagina dedicata ha riscontrato un grande interesse nel pubblico degli studenti, registrando ben 207.149 visualizzazioni (dato rilevato al 14 ottobre), in poche settimane.

L’Ufficio ha anche gestito la pagina informativa relativa a  EXPO Osaka 2025 ; l’evento, di portata internazionale, da aprile ad ottobre è stata vetrina di spicco della formazione superiore, e ha visto la partecipazione di numerosi studenti di Università e Alta Formazione Artistica, Coreutica, Musicale, che hanno presentato progetti innovativi ed esibizioni di grande rilievo e partecipazione.

L’efficacia delle attività di comunicazione risulta evidente in questo grafico, che analizza la visualizzazione della pagina dedicata alla comunicazione istituzionale



La pagina della Comunicazione registra un significativo incremento nella consultazione da parte degli utenti; 12.998 visualizzazioni della pagina nel corso del 2024, 17.012 al giorno 11 dicembre 2025<sup>1</sup>.

## Pianificazione 2026. Quattro azioni di comunicazione

Il Programma di Comunicazione 2026 si sviluppa intorno a quattro priorità strategiche.

1. Valorizzazione dell’identità e delle funzioni del MUR: verranno promosse attraverso iniziative mirate di valorizzazione e una partecipazione attiva agli eventi di settore.
2. Orientamento: il Ministero intende facilitare le scelte formative dei giovani, fornendo informazioni chiare e complete sulle opportunità disponibili attraverso strumenti digitali, guide pratiche e incontri con studenti e docenti.
3. Consolidamento interazione con l’utenza tramite Ufficio Relazioni con il Pubblico e partecipazione ad eventi: saranno potenziate le iniziative divulgative in ottica di semplificazione e approfondimento dei temi più richiesti e sentiti in particolare dagli studenti.
4. Ricerca di nuove forme di comunicazione e dialogo con gli studenti. Collaborazione con le Radio Universitarie: nel 2026 è prevista l’applicazione di un Protocollo di intesa con l’Associazione Rad-Uni, che rappresenta le Radio Universitarie, finalizzato ad avviare nuovi strumenti di comunicazione (podcast, interviste, partecipazione ad eventi) che avvicinino gli studenti alle attività e riforme condotte dal Ministero.

<sup>1</sup> Fonte web analytics dicembre 2025.

## Partecipazione ad eventi

Anche al fine di perseguire le azioni sopra descritte, è prevista la partecipazione a:

**Fiera Didacta Italia** (Firenze, marzo 2026): un evento dedicato all'innovazione educativa, in cui il MUR sarà presente con uno stand istituzionale e organizzerà workshop per promuovere il sistema di istruzione superiore e ricerca. La partecipazione potrà essere declinata, in presenza di risorse umane e finanziarie disponibili, anche per le altre edizioni della Fiera, che si svolge annualmente in altre realtà italiane.

**Salone del libro** (Torino, 14/18 maggio 2026): in compartecipazione con istituzioni formazioni superiore e/o enti vigilati dal MUR.

**Forum PA** (Roma, 9/11 giugno 2026): un'importante occasione per consolidare la conoscenza reciproca e la collaborazione tra istituzioni pubbliche, nonché promuovere l'innovazione nei servizi rivolti agli studenti e ai ricercatori.

**Orientatalenti**: (Milano, novembre 2026): manifestazione dedicata ad orientamento e connessione tra studenti e realtà produttive e del lavoro.

**Job & Orienta** (Verona, novembre 2026): manifestazione dedicata all'orientamento per supportare i giovani nella scelta del percorso formativo e presentare le opportunità di studio offerte dal sistema universitario e AFAM.

La partecipazione ad eventi di interesse del Ministero, sempre in coerenza con le attività istituzionali del medesimo, potrà essere svolta in presenza di risorse umane e finanziarie disponibili e adeguate.

## Spazi informativi di utilità e interazione con gli utenti

Il rafforzamento della comunicazione esterna transita necessariamente attraverso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, che assume un ruolo sempre più strategico e nevralgico non solo nella interazione con gli utenti, ma anche nella produzione di materiale divulgativo e nel coinvolgimento nei processi delle singole strutture a monte e a valle degli stessi.

Relativamente alla comunicazione interna, proseguirà anche l'Intranet delle informazioni utili quale strumento innovativo di informazione per i dipendenti interni.

Per garantire il successo delle attività, il MUR adotterà un sistema di monitoraggio basato su metriche quantitative e qualitative. L'analisi delle visite al sito web, il riscontro delle interazioni con l'U.R.P. e la valutazione della copertura mediatica saranno strumenti essenziali per misurare l'impatto delle iniziative di comunicazione e per identificare eventuali aree di miglioramento, potendo apportare correttivi in tempo reale, garantendo l'efficacia delle iniziative e un costante allineamento agli obiettivi strategici.

Il MUR si impegna a mantenere elevati standard di qualità nella comunicazione, puntando a rafforzare il legame con i cittadini e a promuovere il valore dell'Istruzione e della Ricerca come pilastri fondamentali per il progresso sociale ed economico del Paese.

## ALLEGATO

### CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE 2026

TITOLO	<b>LA FORMAZIONE SUPERIORE: UNA SCELTA CONSAPEVOLE</b>
INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA	<p>In riferimento alle "Indicazioni metodologiche per l'elaborazione dei programmi di comunicazione delle Amministrazioni dello Stato" intervenute con nota DIE prot. 7374 del 18-11-2024 e poi aggiornate con nota DIE 5915 del 27/10/2025, la campagna che si intende realizzare ricade nel punto d) "<i>Presentazione dell'attività e/o del funzionamento di una Istituzione</i>" con una declinazione di carattere preminentemente sociale e valoriale per la crescita individuale e lo sviluppo del Paese.</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> <p>La campagna sarà posta all'attenzione del Ministero della Cultura.</p>
OBIETTIVI	<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 agli studenti delle scuole superiori.</p> <p>Valorizzazione dell'Alta formazione Artistica, coreutica e musicale, anche con riferimento al patrimonio architettonico, museale, culturale ad ampio spettro.</p>
TARGET	<p>Studenti delle scuole secondarie superiori; docenti delle scuole secondarie superiori; scuole secondarie superiori; studenti universitari e delle Istituzioni AFAM; docenti universitari e delle Istituzioni AFAM; Enti di diritto allo studio; altre istituzioni coinvolte nel processo formativo e di orientamento.</p>
CONTENUTI	<p>A partire dall'art. 34 della Costituzione Italiana, la campagna intende promuovere il valore della formazione superiore come asset per lo sviluppo individuale della persona e crescita sociale ed economica dell'intero Paese. La promozione e valorizzazione dei percorsi formativi universitari ed accademici si prefigge il duplice scopo di attrarre e trattenere studenti e studentesse e favorire un orientamento e una scelta consapevole del proprio percorso di studi e di vita, anche nei confronti del comparto artistico, coreutico e musicale.</p>

DIFFUSIONE	<p>Per garantire una copertura capillare dell'intervento e una maggiore efficacia della campagna su target differenziati, si prevede di diffondere la campagna sui seguenti mezzi di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sito web istituzionale del MUR;</li> <li>• social Media del MUR;</li> <li>• radio – in collaborazione con RADUNI (previa stipula di protocollo).</li> </ul> <p>Campagne di informazione tramite strumenti digitali interattivi, sito web istituzionale, strumenti social ed eventi dedicati, anche tramite partecipazioni a fiere e convegni. Produzione di materiale divulgativo e informativo sia in formato cartaceo che digitale.</p> <p><i>A cui affiancare (in caso di presentazione di campagna trasversale):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spot televisivi e radiofonici sulle reti RAI (cfr. Nota metodologica DIE punto 5.);</li> <li>• rilancio della campagna video sui social media.</li> </ul>
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	Sistema di monitoraggio basato su metriche quantitative e qualitative: analisi delle visite al sito web, riscontro delle interazioni con l'URP e valutazione della copertura mediatica.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Anno 2026.
RISORSE FINANZIARIE	<p>Stima dei costi: per materiale divulgativo e promozionale, € 20.000,00 circa. Per eventi € 80.000,00 circa.</p> <p><i>Come richiamato al punto 2. secondo capoverso della nota con le Indicazioni Metodologiche del 18-11-2024, in caso di ulteriore definizione e progettazione dell'intervento in argomento, l'Ufficio Comunicazione MUR procederà ad inoltrare all'Ufficio competente del DIE la nuova scheda di campagna implementata e dettagliata al fine di avvalersi del relativo supporto e procedere sinergicamente alla costruzione dell'attività. La campagna potrà avviarsi a seguito di esito positivo di coinvolgimento del MIC e della disponibilità al supporto del DIE.</i></p>
TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIU' AMMINISTRAZIONI	Orientamento; promozione dell'offerta formativa nazionale anche in ambito europeo ed internazionale valorizzazione delle conoscenze e delle competenze per una crescita consapevole; valorizzazione alta formazione artistica, coreutica e musicale.