



Lo stato della comunicazione delle Università Italiane

VIII ricerca

Dati: 1 gennaio-31 dicembre 2015

presentata in occasione del Forum Aicun
Roma, 14-15 aprile 2016

Coordinamento

Edoardo Teodoro Brioschi, Nadia Catarinangeli,
Vittoria Marino, Paola Claudia Scioli

Creazione e sviluppo web

Filippo Nicchi

Quadro di riferimento:

- ✓ Istituzioni coinvolte: 86 atenei e 11 università telematiche
- ✓ Orizzonte temporale: 15 febbraio - 30 marzo 2016
- ✓ Hanno partecipato: 38 atenei

Compilazione del questionario e analisi dei dati:

- ✓ La compilazione è avvenuta online
- ✓ Sono stati utilizzati – ove possibile - i dati in valori percentuali come nelle indagini precedenti

NOTE METODOLOGICHE

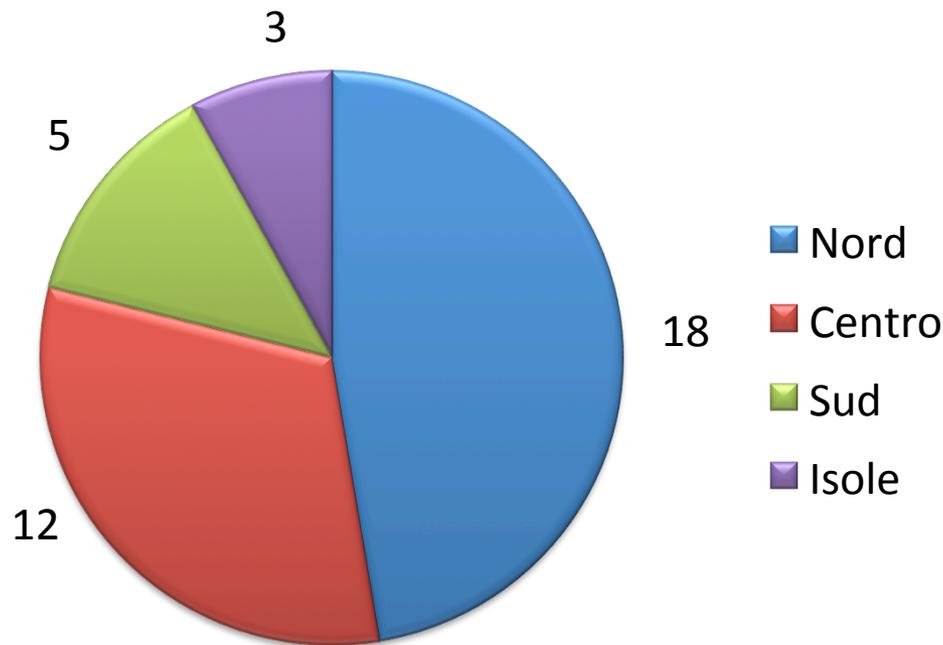
Il questionario è stato articolato in tre parti:

1. Censimento delle strutture di comunicazione e dei comunicatori
2. Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione
3. Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Gli Atenei che hanno partecipato sono:

Prevalentemente GRANDI e MEDI ATENEI
(classificazione CENSIS)

La distribuzione geografica degli
Atenei partecipanti è stata
(classificazione Istat):



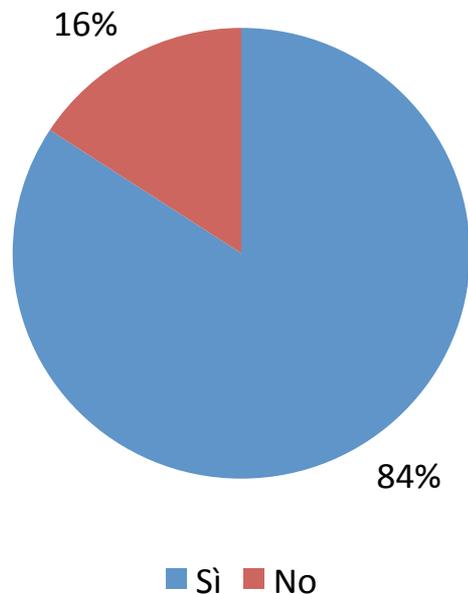
ATENEI PARTECIPANTI

1. Alma mater Studiorum Università di Bologna
2. Libera Università di Bolzano
3. Politecnico di Bari
4. Politecnico di Milano
5. Sapienza Università di Roma
6. Scuola Superiore di Studi Universitari e Perfezionamento "Sant'Anna"
7. Università Ca' Foscari
8. Università Cattolica del Sacro Cuore
9. Università degli Studi "Mediterranea" di Reggio Calabria
10. Università degli Studi di Bergamo
11. Università degli Studi di Brescia
12. Università degli Studi di Camerino
13. Università degli Studi di Catania
14. Università degli Studi di Ferrara
15. Università degli Studi di Firenze
16. Università degli Studi di Foggia
17. Università degli Studi di Messina
18. Università degli Studi di Milano Bicocca
19. Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
20. Università degli Studi di Napoli "L'Orientale"
21. Università degli Studi di Padova
22. Università degli Studi di Palermo
23. Università degli Studi di Parma
24. Università degli Studi di Pavia
25. Università degli Studi di Perugia
26. Università degli Studi di Siena
27. Università degli Studi di Teramo
28. Università degli Studi di Trento
29. Università degli Studi di Trieste
30. Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"
31. Università degli Studi di Verona
32. Università degli Studi Internazionali di Roma
33. Università del Piemonte Orientale
34. Università della Valle D'Aosta
35. Università di Pisa
36. Università per Stranieri di Perugia
37. Università per Stranieri di Siena
38. Università Politecnica delle Marche

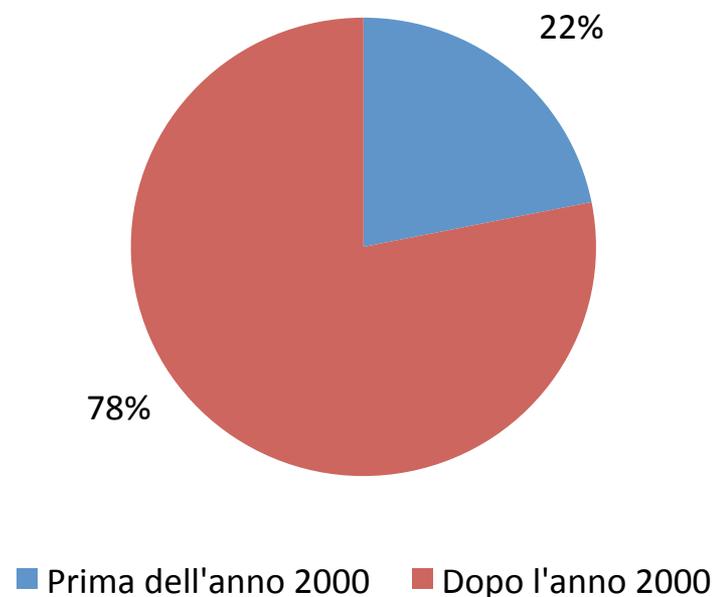
Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

Esiste una struttura centralizzata di coordinamento della comunicazione?



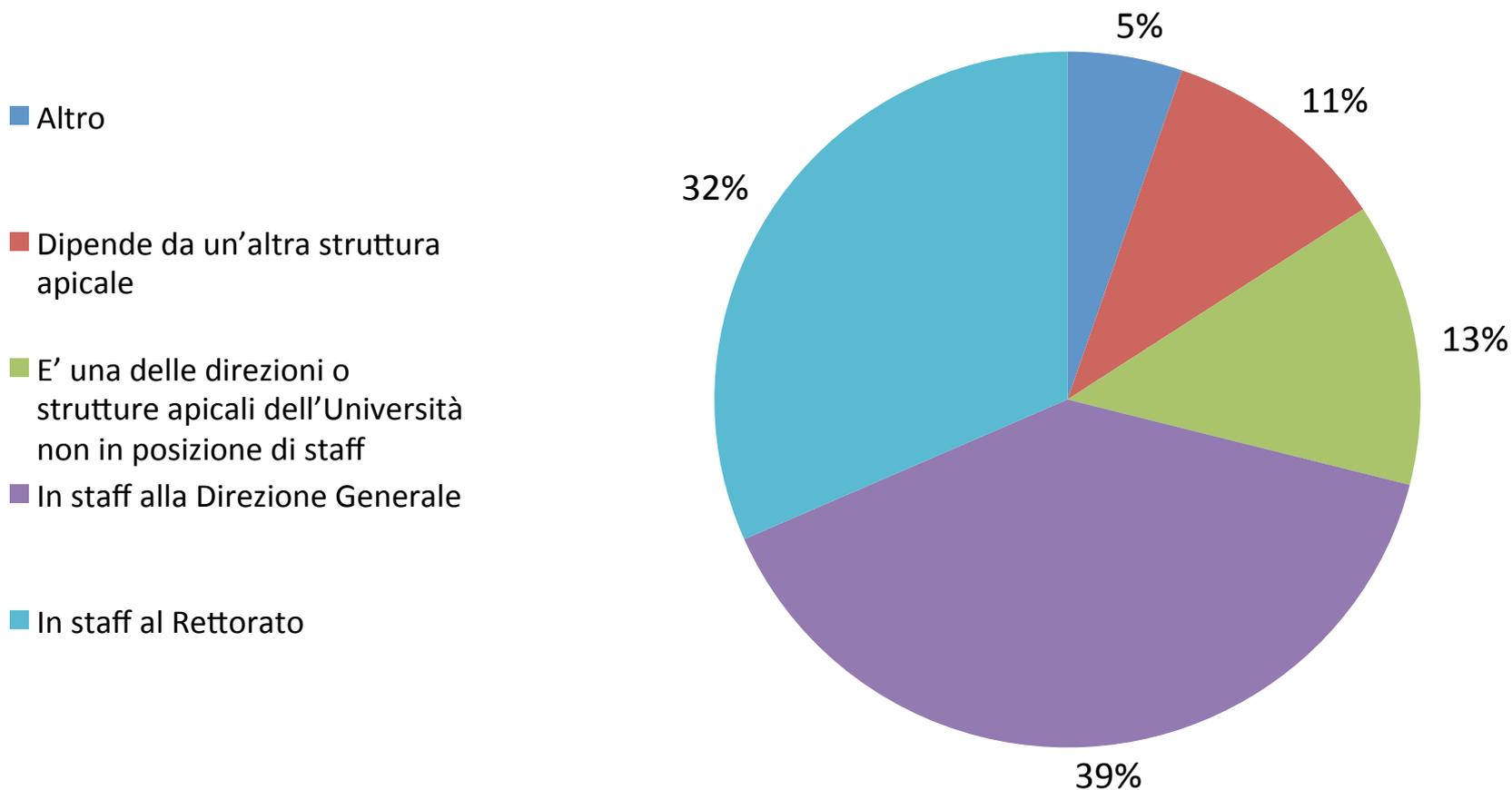
Struttura centralizzata di coordinamento della comunicazione:
anno di istituzione



Parte prima

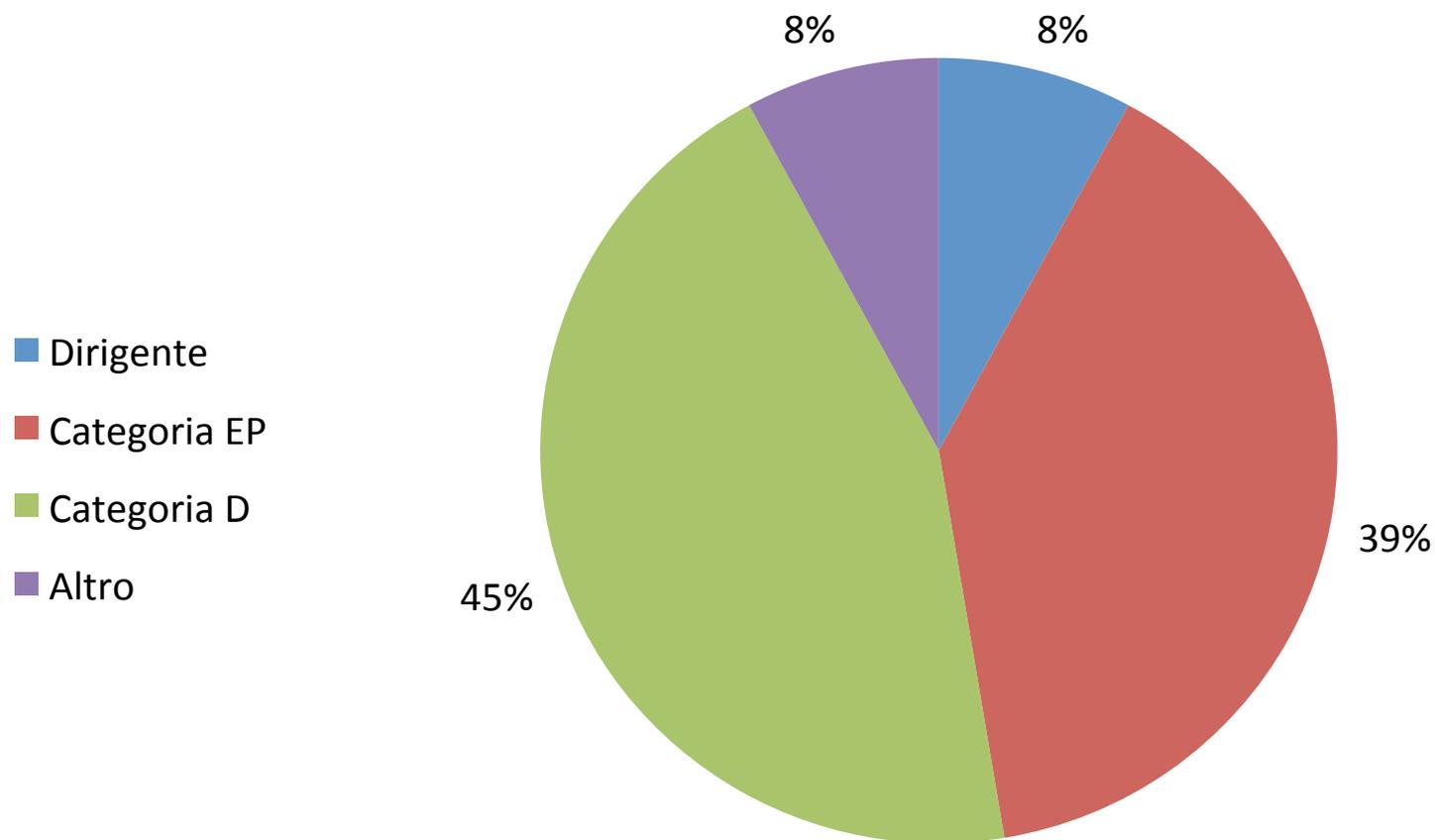
Le strutture di comunicazione e i comunicatori

Posizione organizzativa della struttura centralizzata di coordinamento della comunicazione



Parte prima

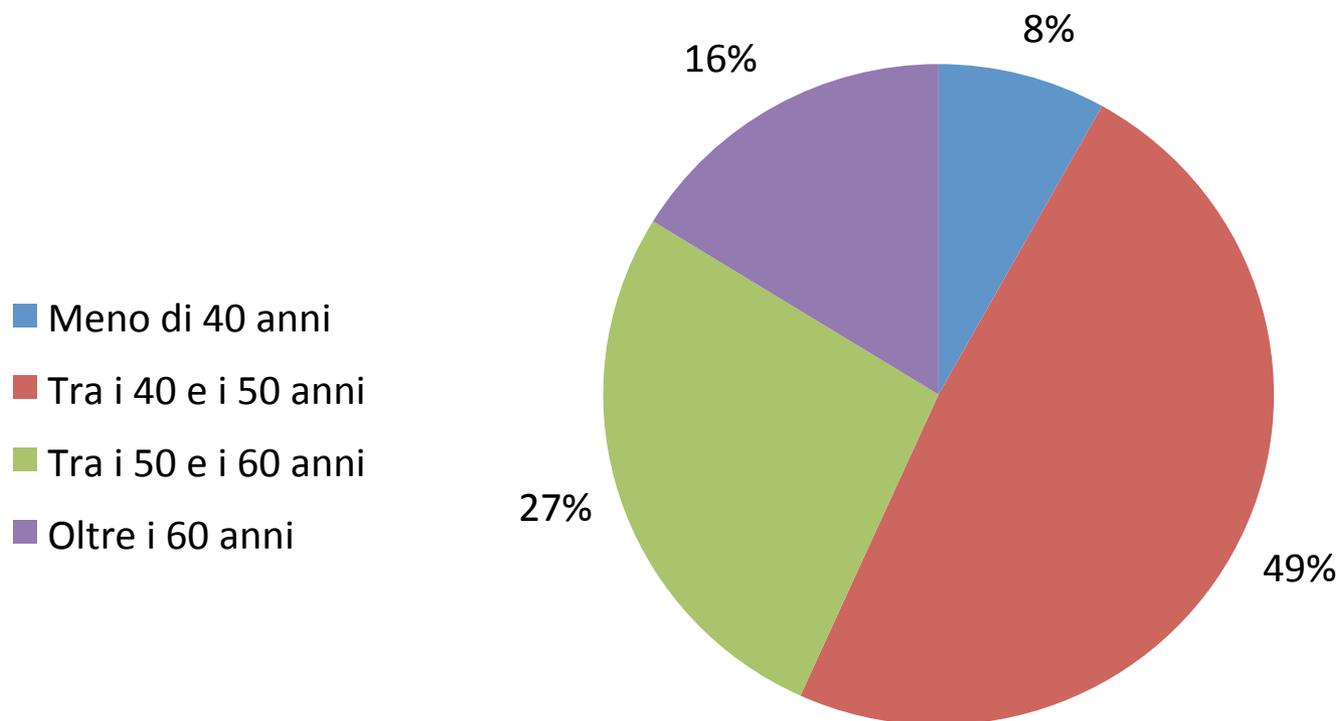
Le strutture di comunicazione e i comunicatori



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

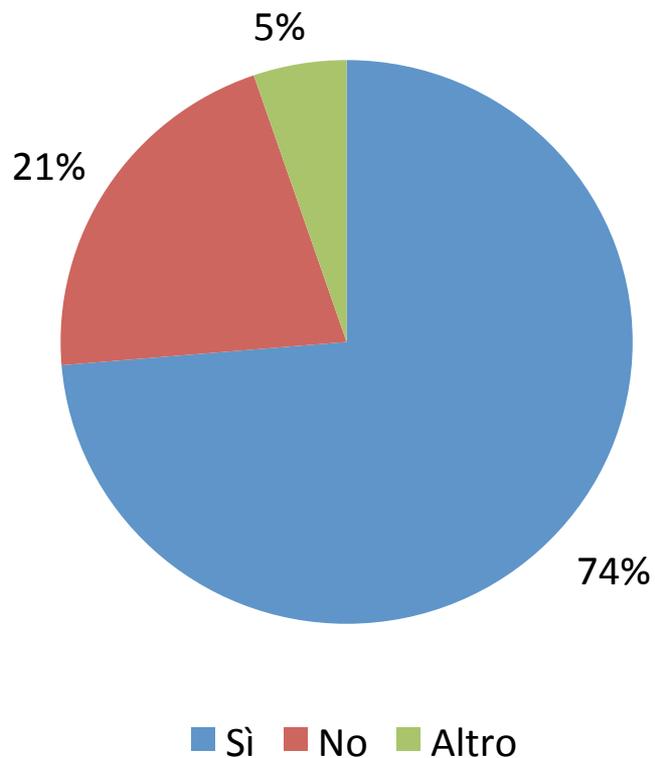
I responsabili della comunicazione: l'età



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

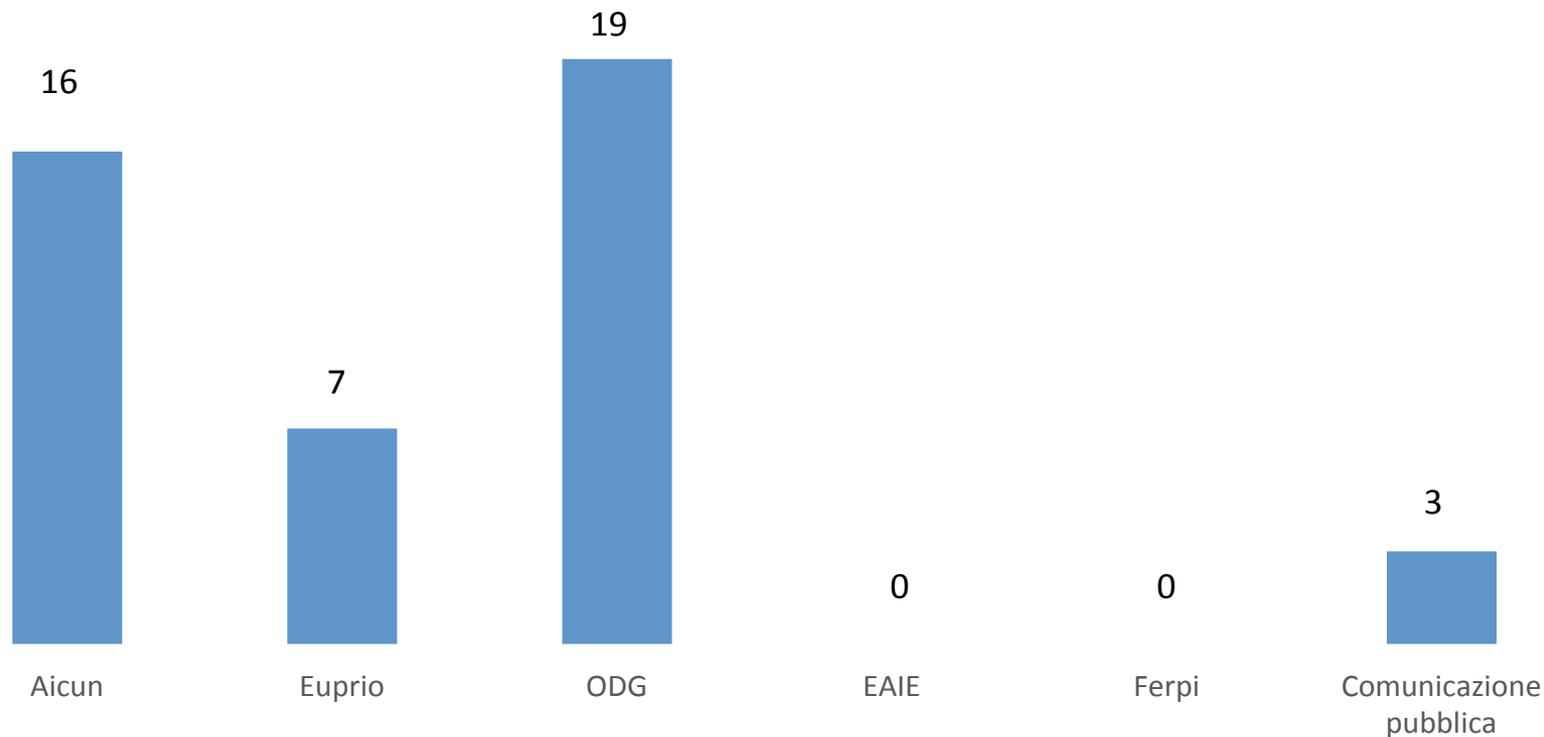
I responsabili della comunicazione:
iscrizione alle associazioni professionali



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

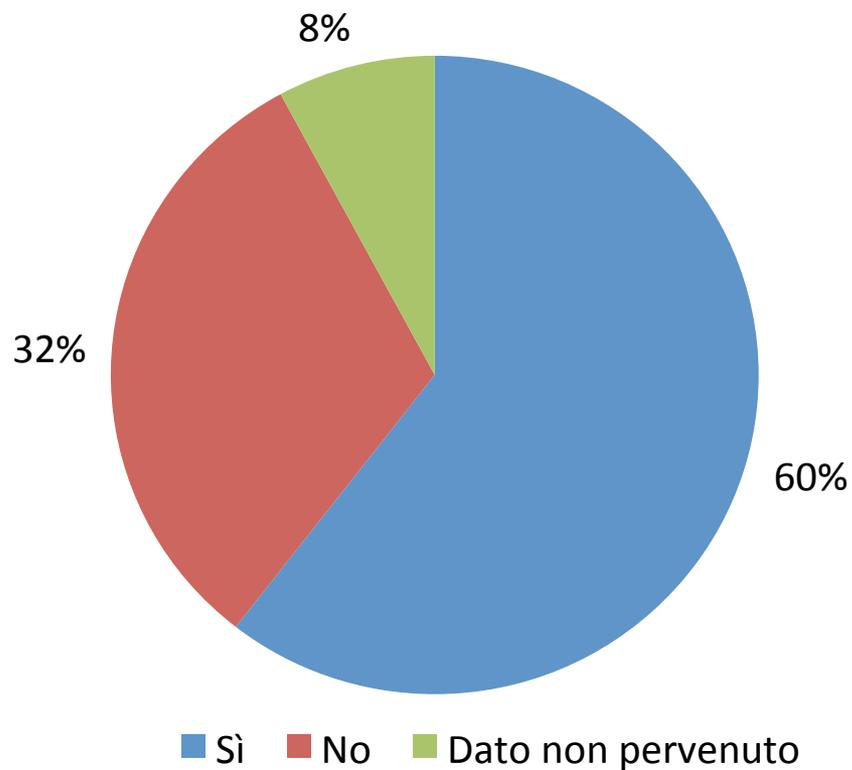
I responsabili della comunicazione:
iscrizioni alle associazioni professionali



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

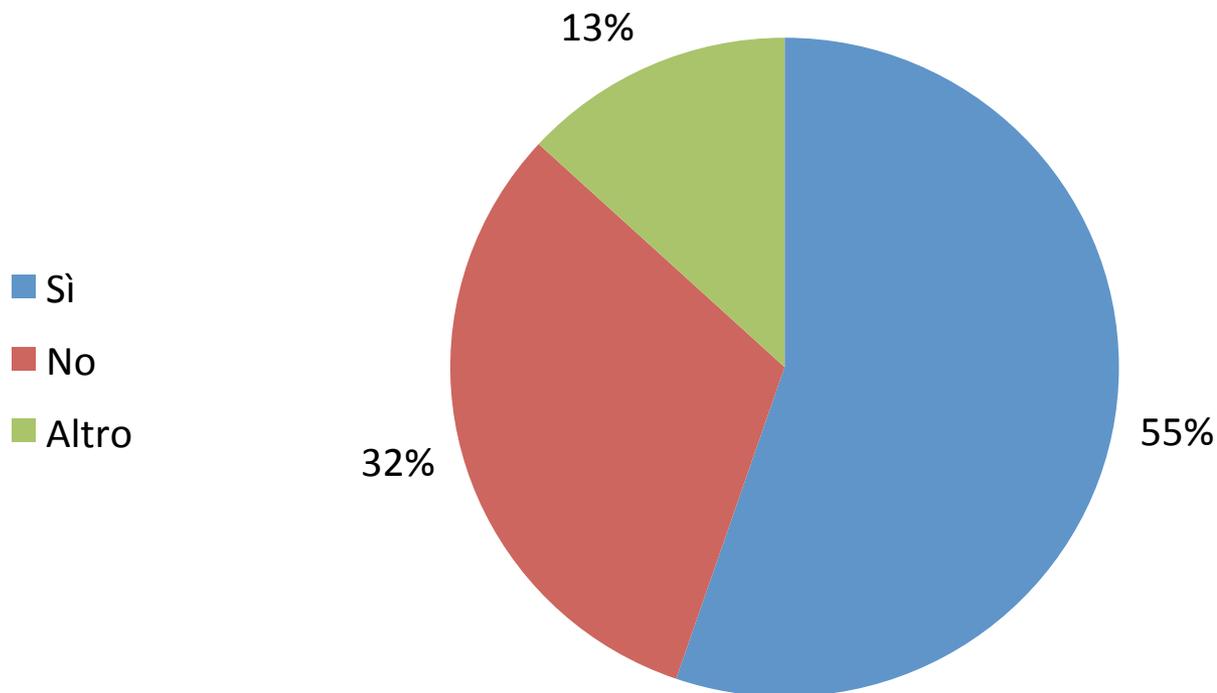
I responsabili della comunicazione
Attività formative previste dalla L. 150/2000 e dal D.P.R. 422/2001



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

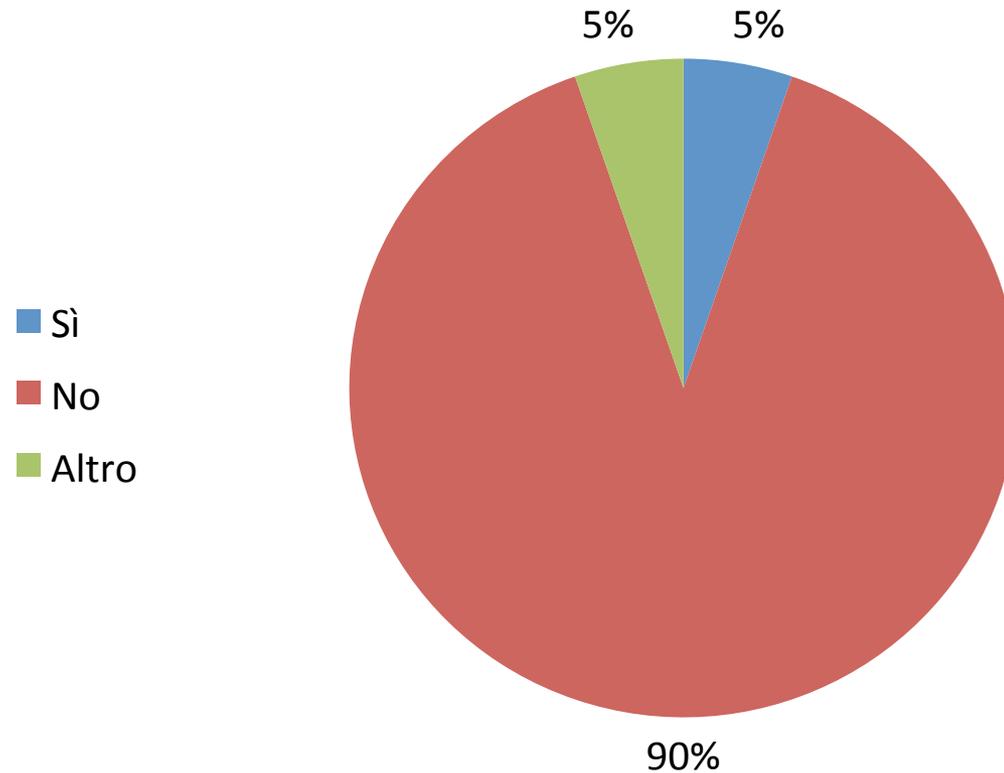
I responsabili della comunicazione
Attribuzione delle funzioni di comunicazione e informazione
prevista dalla L. 150/2000



Parte prima

Le strutture di comunicazione e i comunicatori

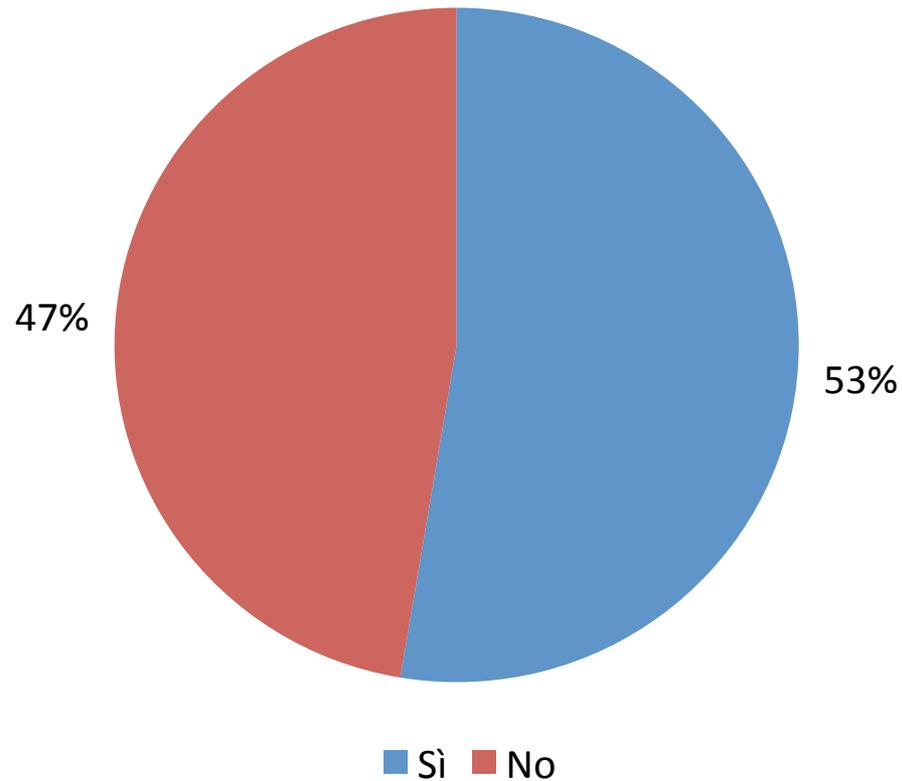
I responsabili della comunicazione
Corsi previsti dalla L.4/2013 per il riconoscimento del ruolo
professionale di Comunicatore pubblico



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

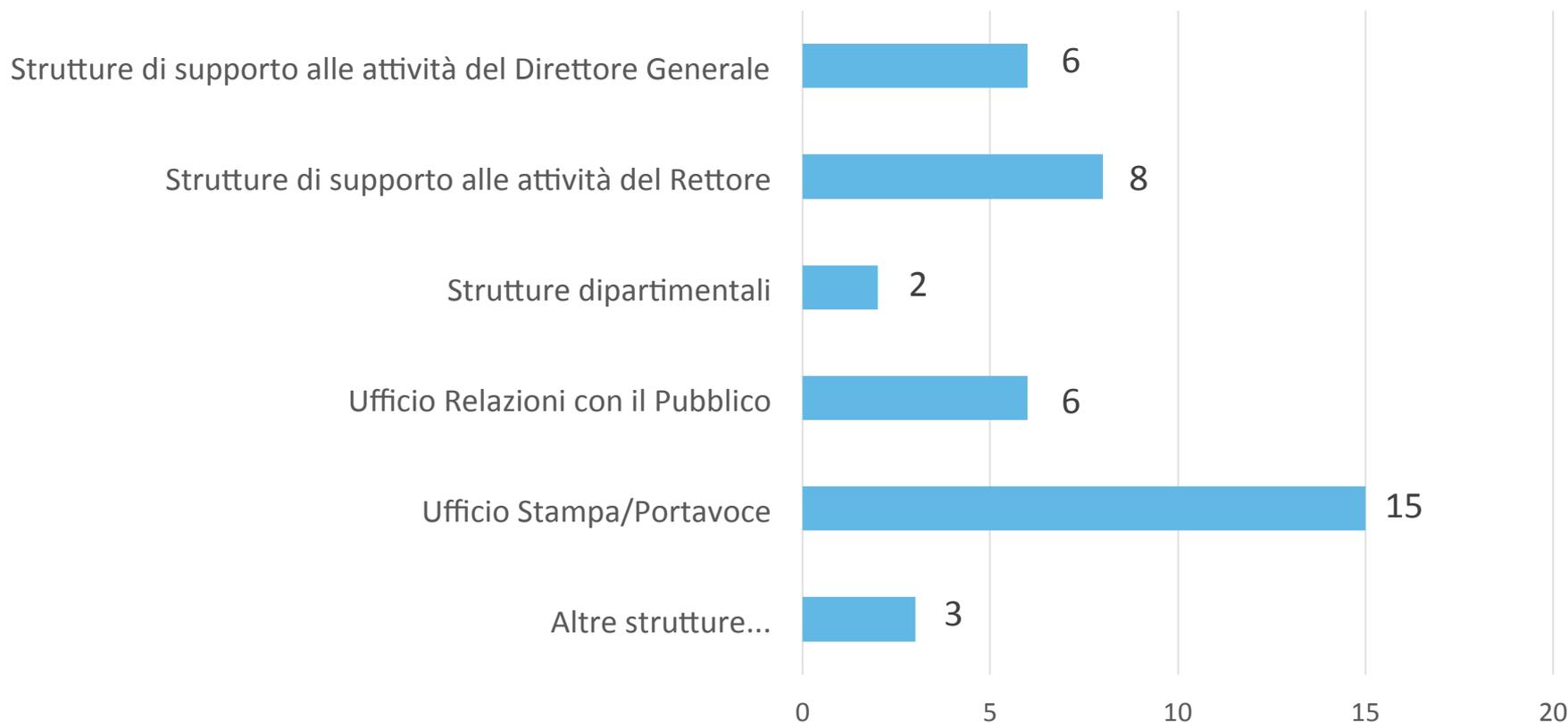
La Sua Università ha adottato un Piano di comunicazione?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

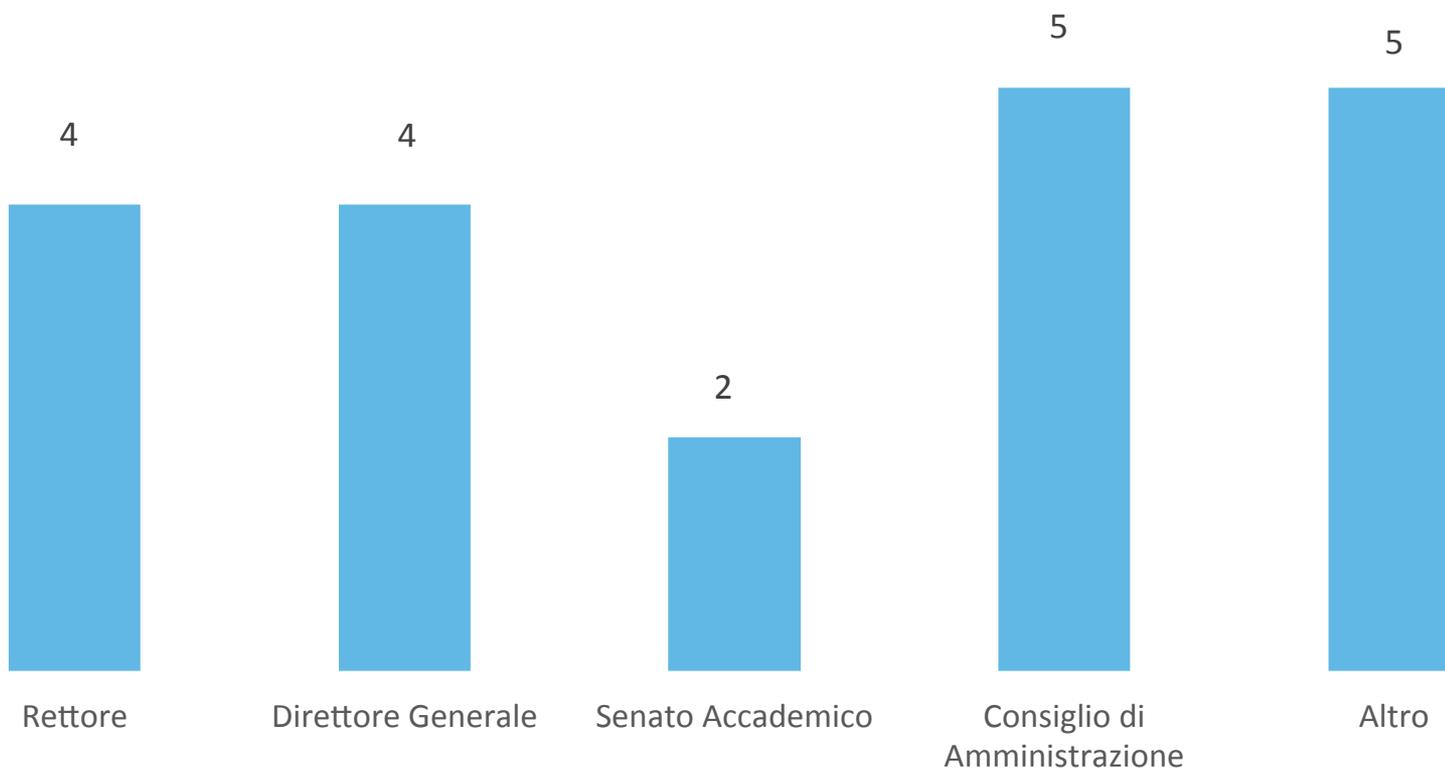
Quali strutture hanno contribuito, oltre alla Struttura di comunicazione, all'elaborazione del Piano?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

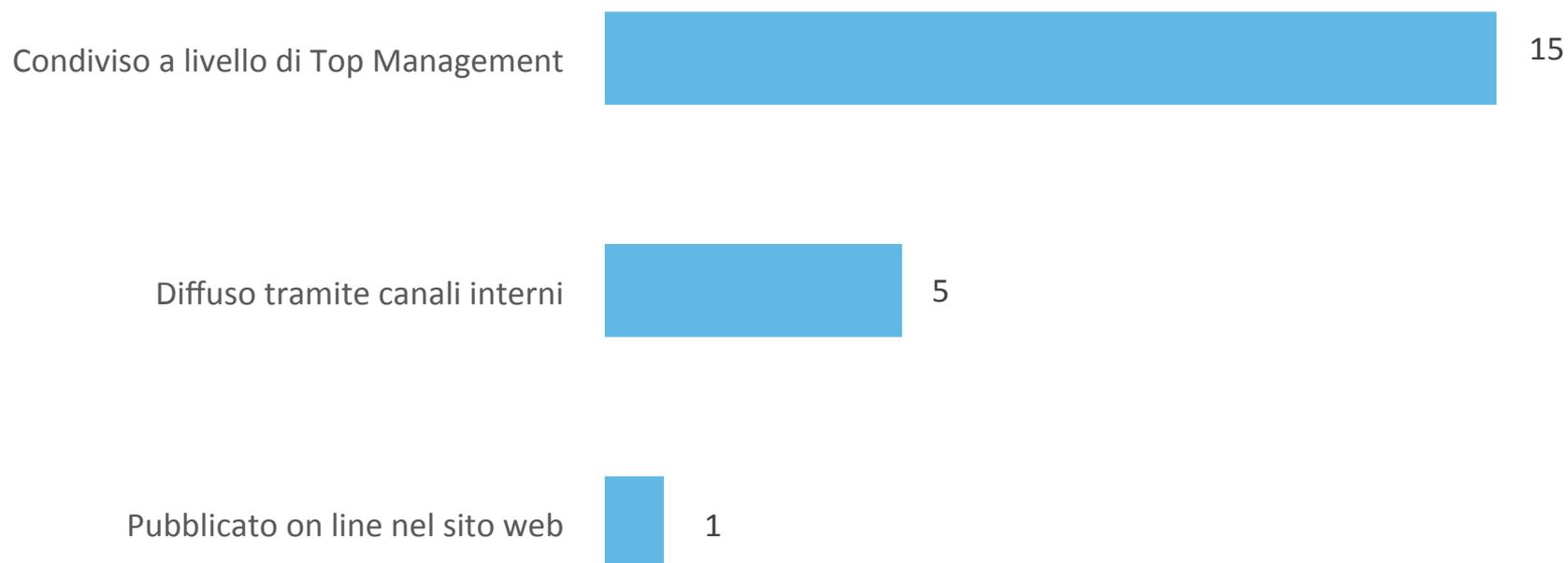
A quali organi decisionali è stato sottoposto il Piano di comunicazione per l'approvazione?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

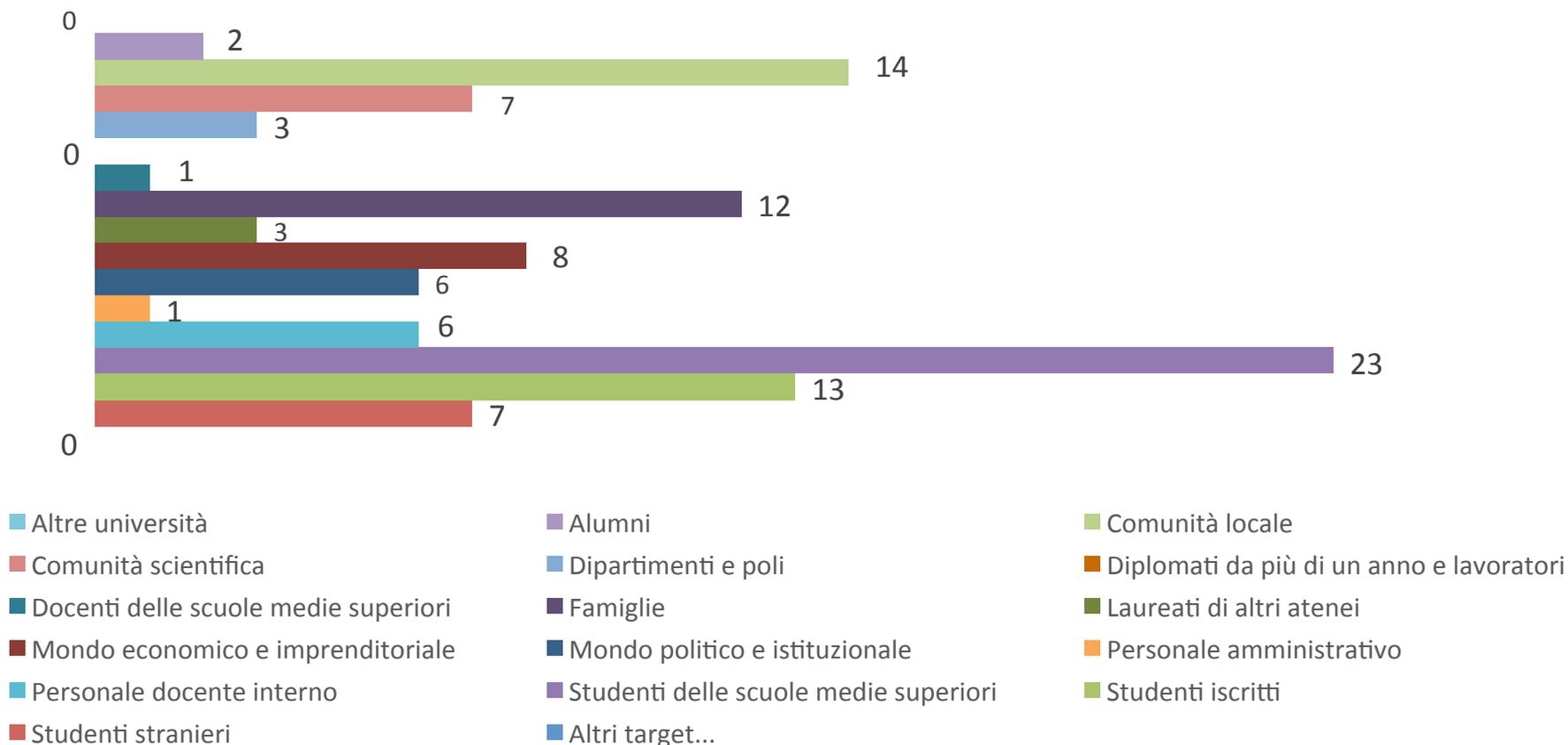
Il Piano di comunicazione è stato:



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

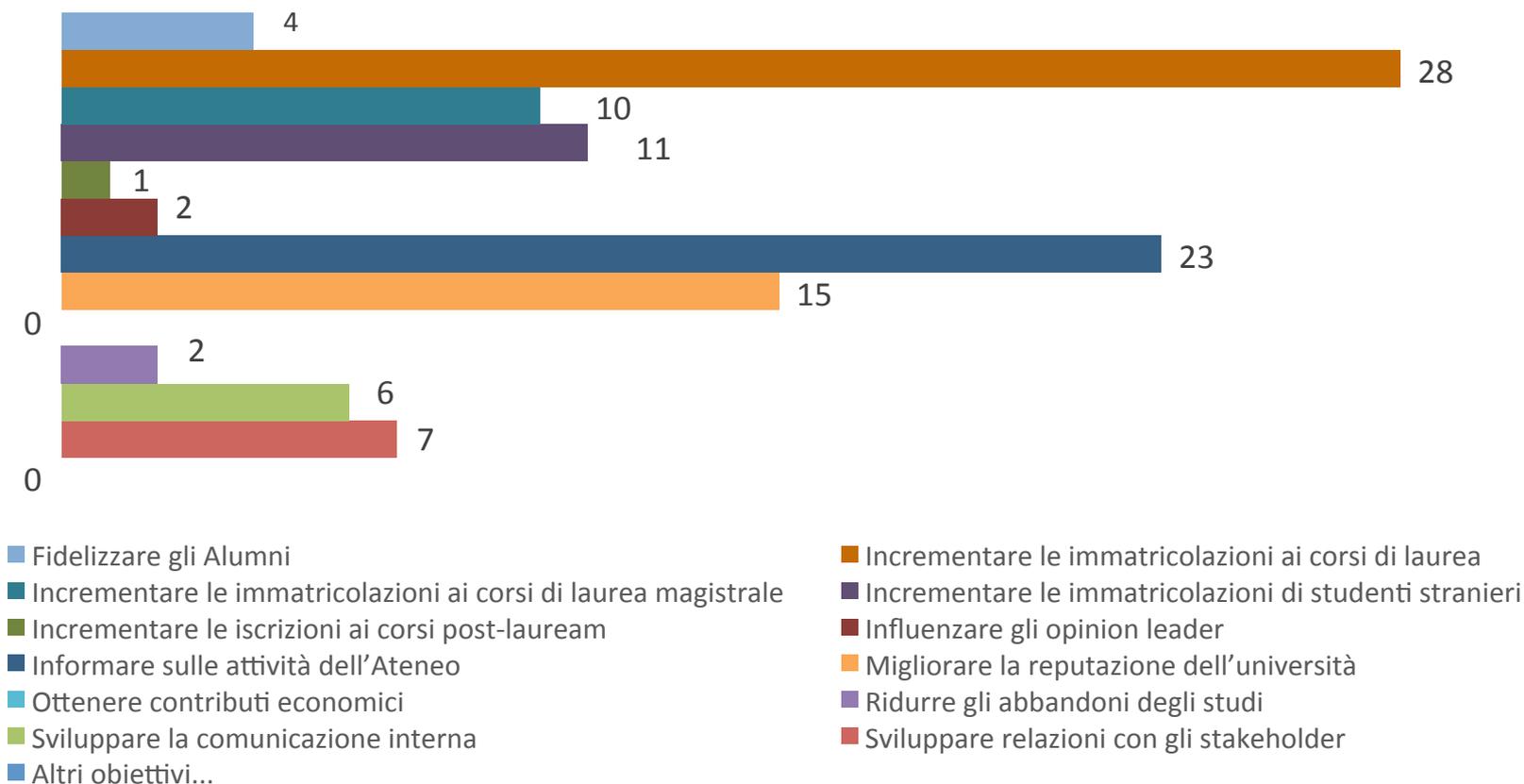
Quali sono stati i principali target delle attività di comunicazione realizzate dall'Ateneo nel corso del 2015?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

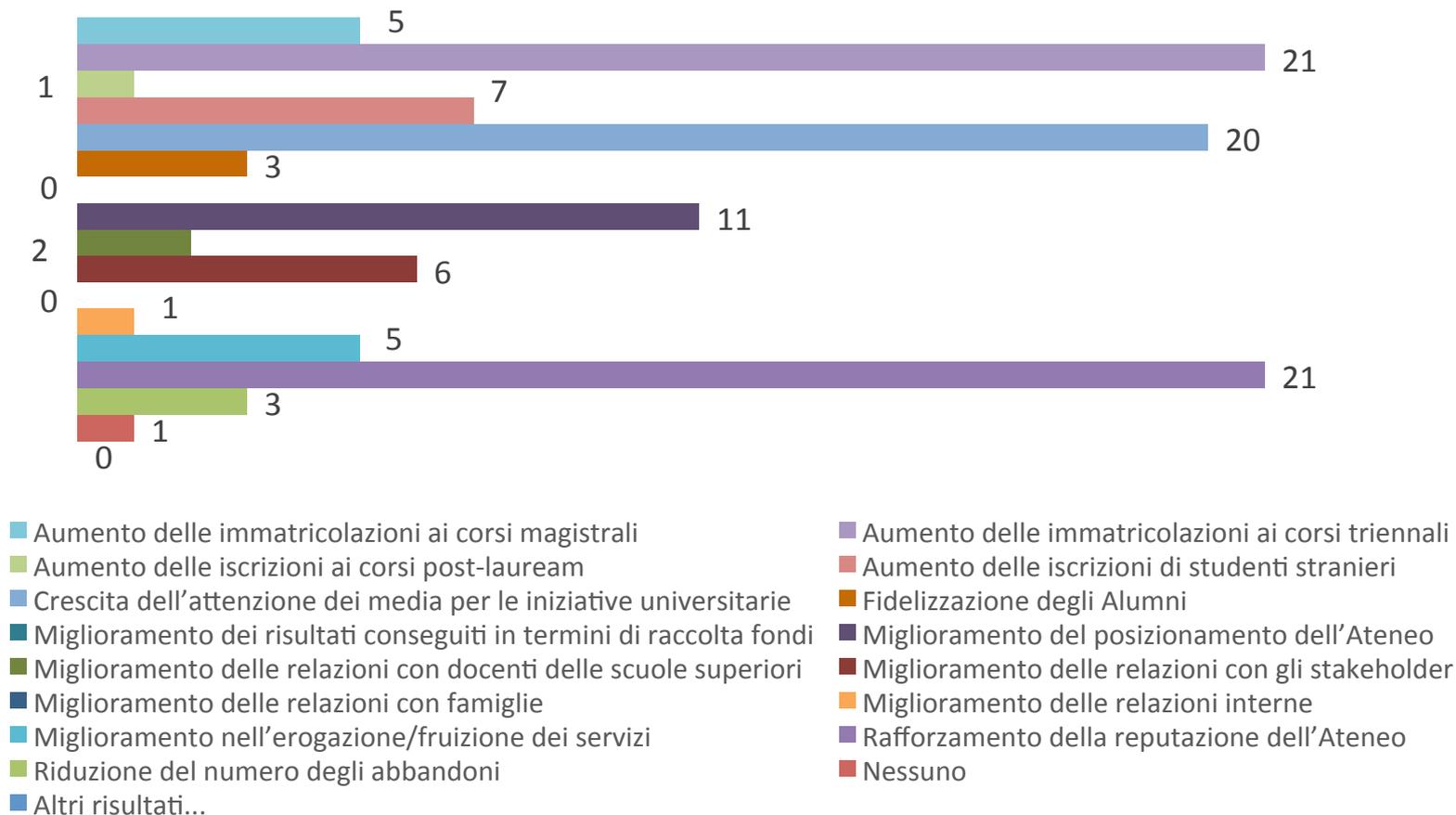
Quali sono stati i principali obiettivi delle attività di comunicazione realizzate nel 2015?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

Quali sono stati i principali risultati delle attività di comunicazione realizzate nel 2015?



I PRINCIPALI TARGET

- **VIII RICERCA 2015**
 1. Studenti scuole medie superiori
 2. Comunità locale
 3. Studenti iscritti
- **VII RICERCA 2013**
 1. Studenti scuole medie superiori
 2. Studenti iscritti
 3. Studenti stranieri
- **VI RICERCA 2011**
 1. Studenti iscritti
 2. Mass media
 3. Studenti scuole medie superiori

I PRINCIPALI RISULTATI

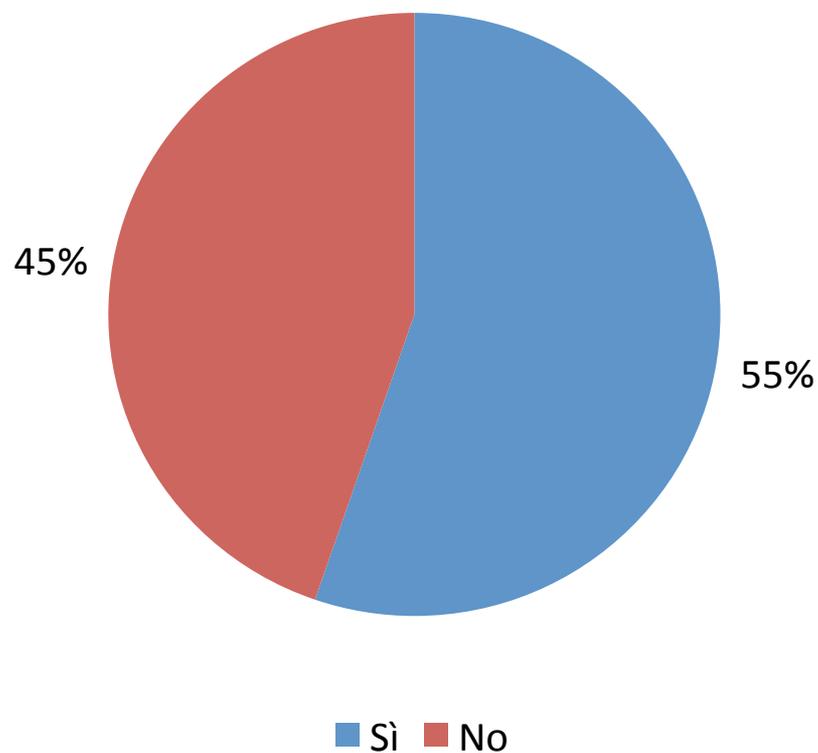
- **VIII RICERCA 2015**
 1. Aumento immatricolazioni Lauree triennali
 2. Rafforzamento reputazione dell'ateneo
 3. Crescita attenzione Media per attività Ateneo
- **VII RICERCA 2013**
 1. Crescita dell'attenzione dei media
 2. Aumento immatricolazioni ai corsi triennali
 3. Rafforzamento della reputazione istituzionale
- **VI RICERCA 2011**

Domanda posta diversamente

Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

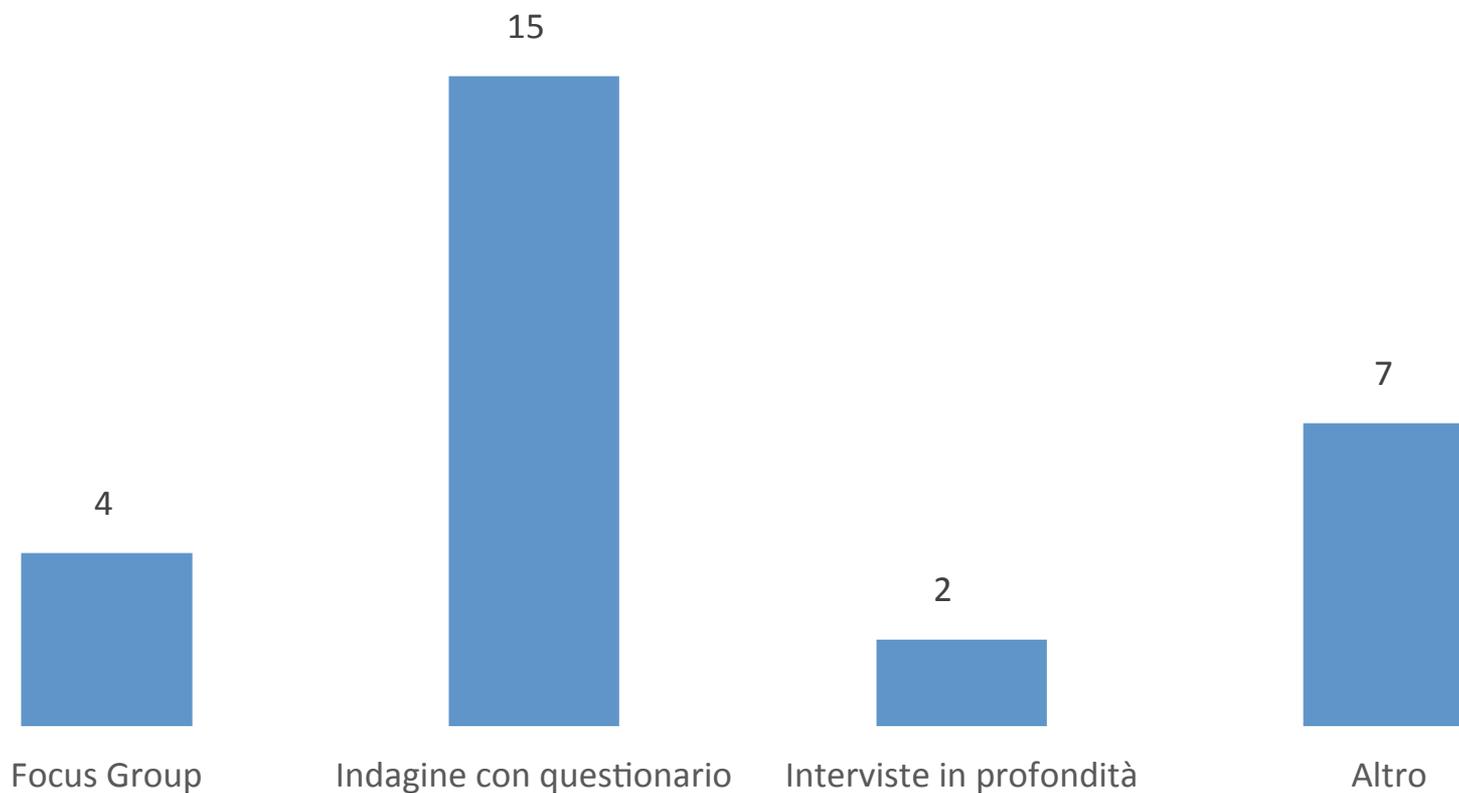
L'Ateneo ha effettuato un monitoraggio ex post sull'efficacia delle attività di comunicazione realizzate nel 2015?



Parte seconda

Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

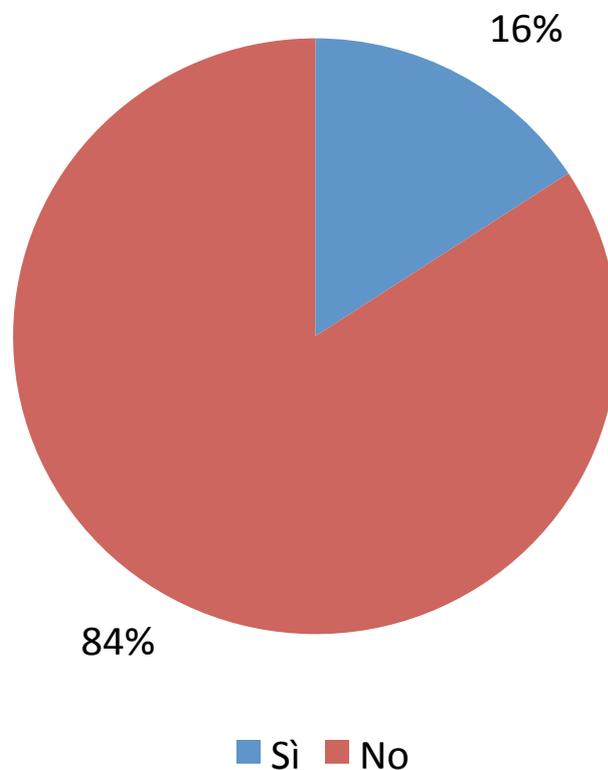
In riferimento alle attività di monitoraggio ex post dell'efficacia comunicativa, indicare le tecniche utilizzate:



Parte seconda

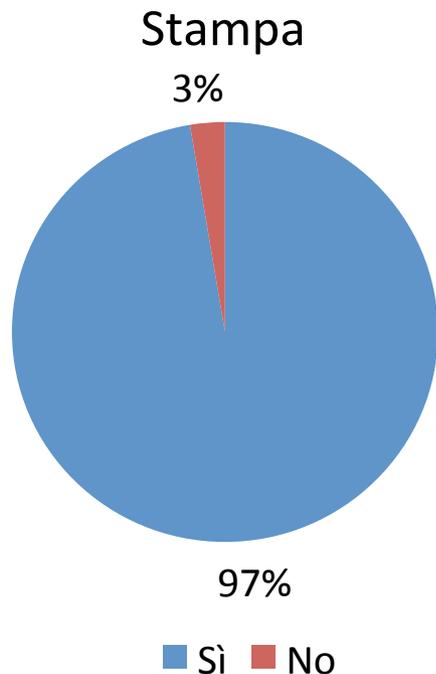
Pianificazione delle attività di comunicazione e informazione

L'Ateneo ha realizzato nel corso del 2015 ricerche sulla percezione dell'immagine istituzionale?

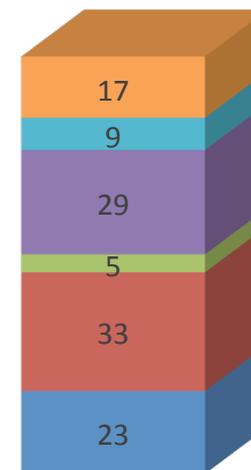
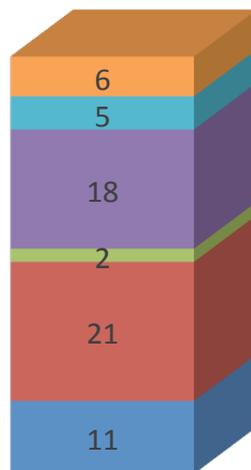


Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione



Dettaglio del 97%



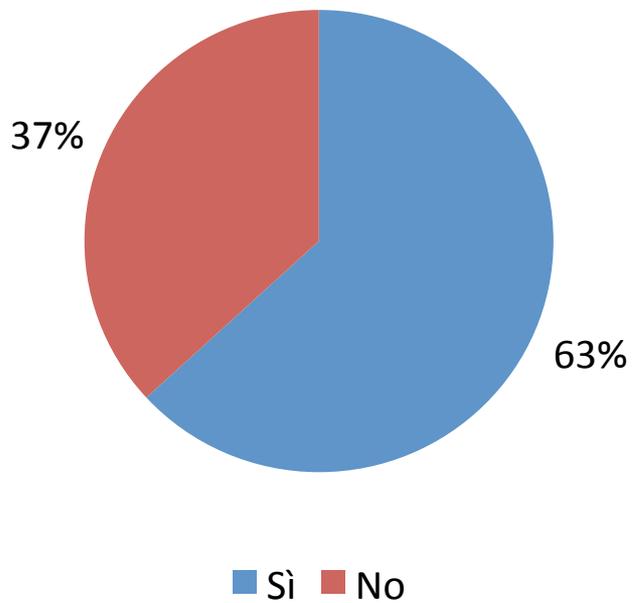
- Quotidiani/periodici nazionali
- Stampa estera
- Free Press

- Quotidiani/periodici locali
- Testate on line
- Riviste specializzate

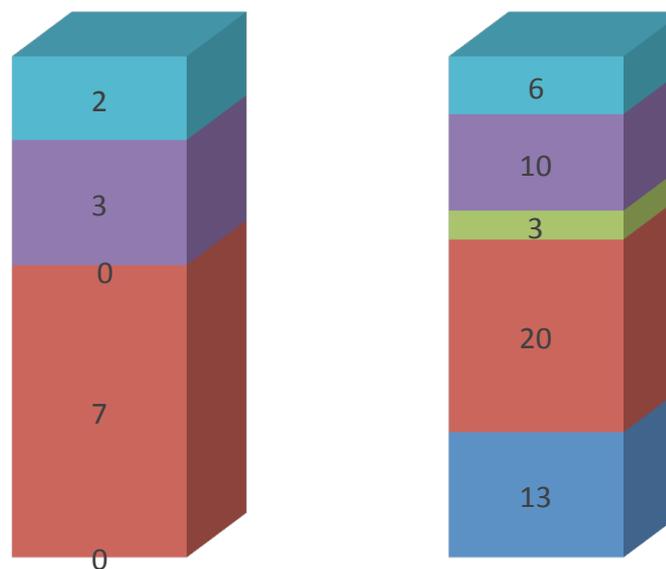
Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Televisione



Dettaglio del 63 %



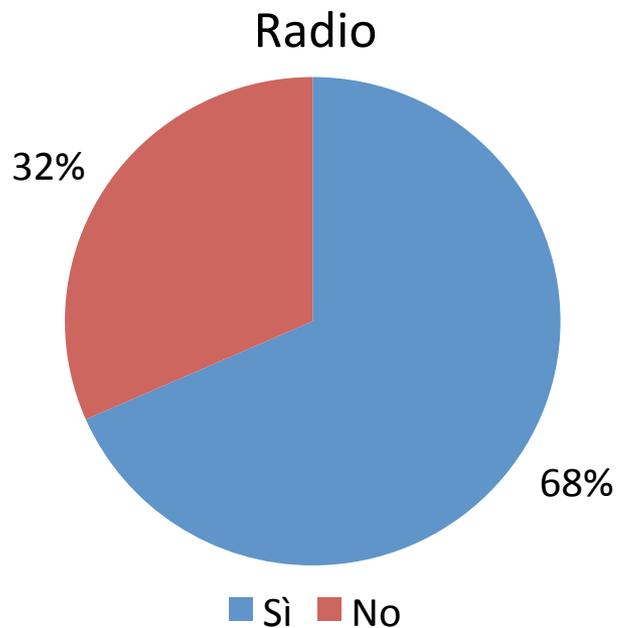
Pubblicità e/o servizi a pagamento

Servizi non a pagamento

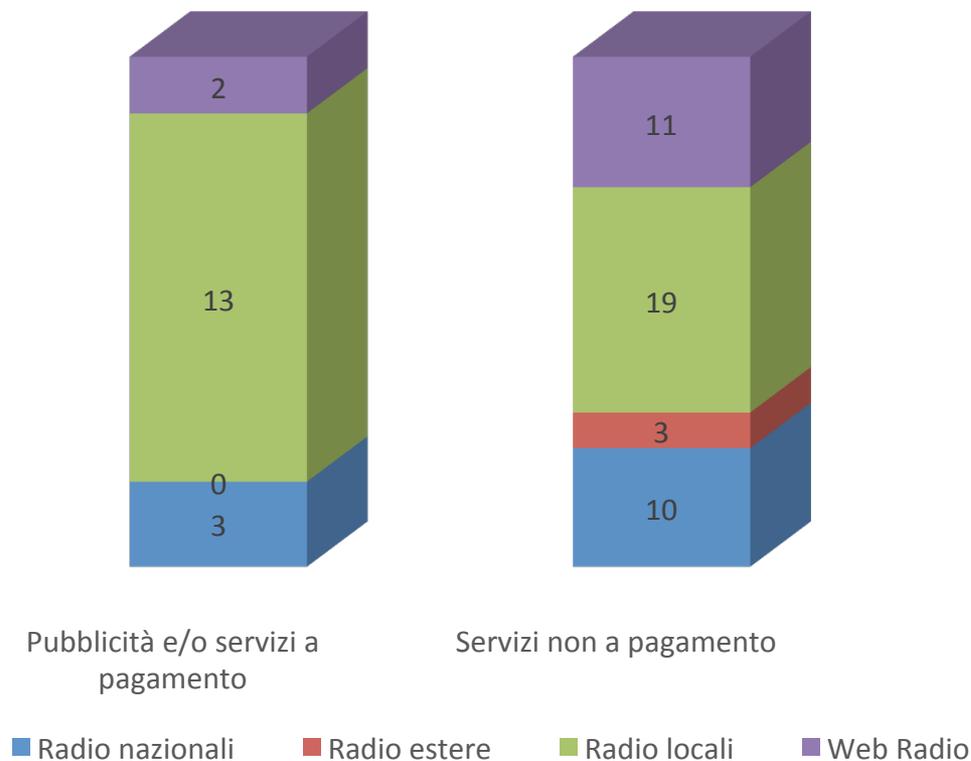
■ Tv nazionali ■ Tv locali ■ Tv estere ■ Web TV ■ Tv satellitari e digitale

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione



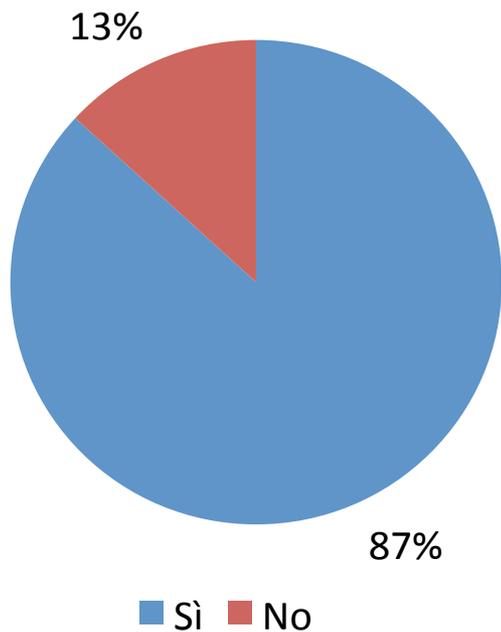
Dettaglio del 68 %



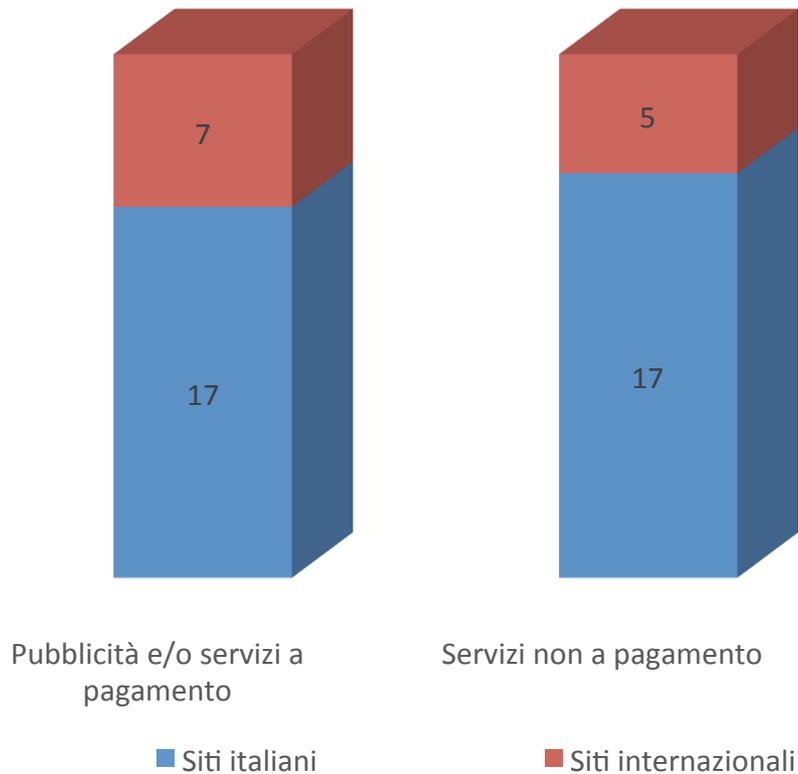
Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Siti web



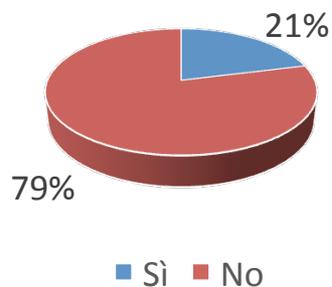
Dettaglio dell'87 %



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Esisteva una testata cartacea d'Ateneo?



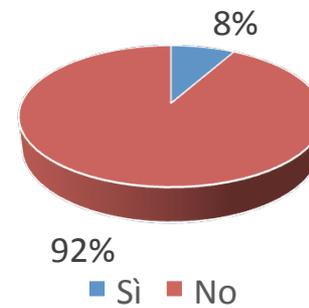
Esisteva un e-journal d'Ateneo?



Era attiva una radio d'Ateneo?



Era attiva una televisione d'Ateneo?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Le ultime nate

Testate cartacee

- *Academia* - Libera Università di Bolzano – anno 2015

E-journal

- *Sant'anna Magazine* - Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa – anno 2015
- *Governance Comunica* - Università degli Studi di Brescia - anno 2015
- *UniBigMagazine* - Università degli studi di Bergamo – anno 2015

Web TV

- *Zammù TV* - Università degli studi di Catania – anno 2014

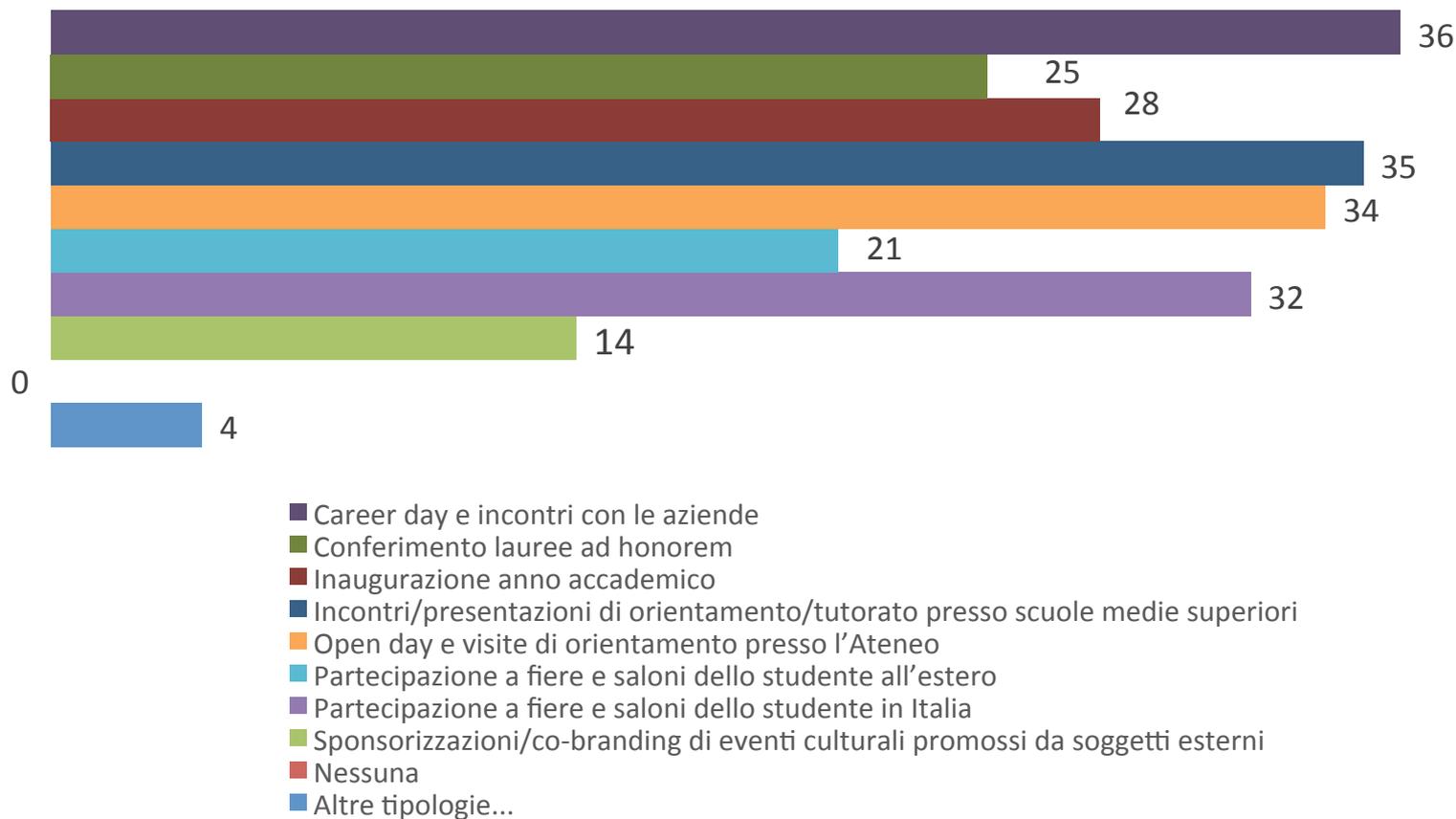
Web Radio

- *Sanbaradio* – Università degli studi di Trento – anno 2010

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

L'Ateneo ha fatto ricorso alle seguenti tipologie di eventi

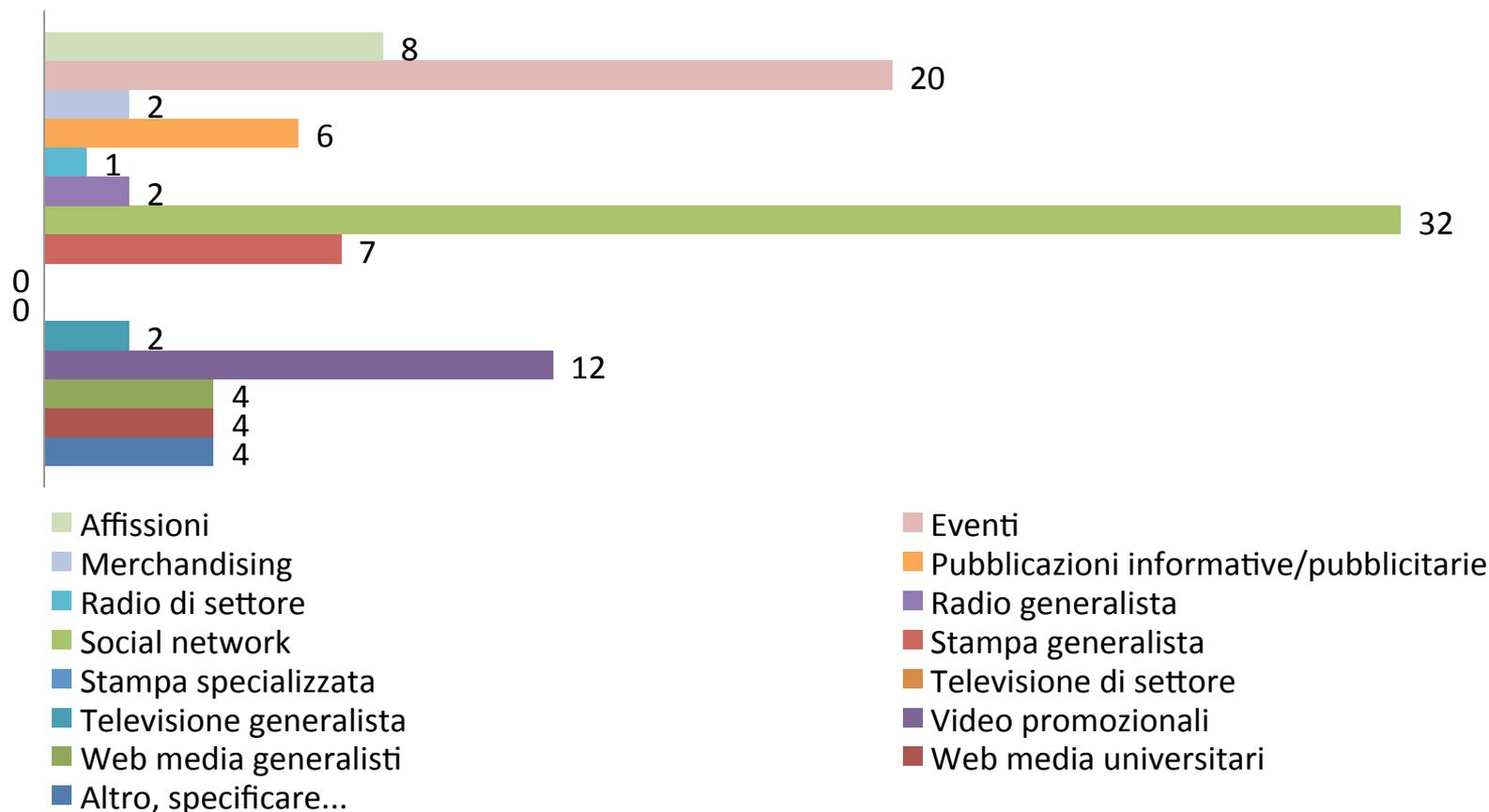


Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

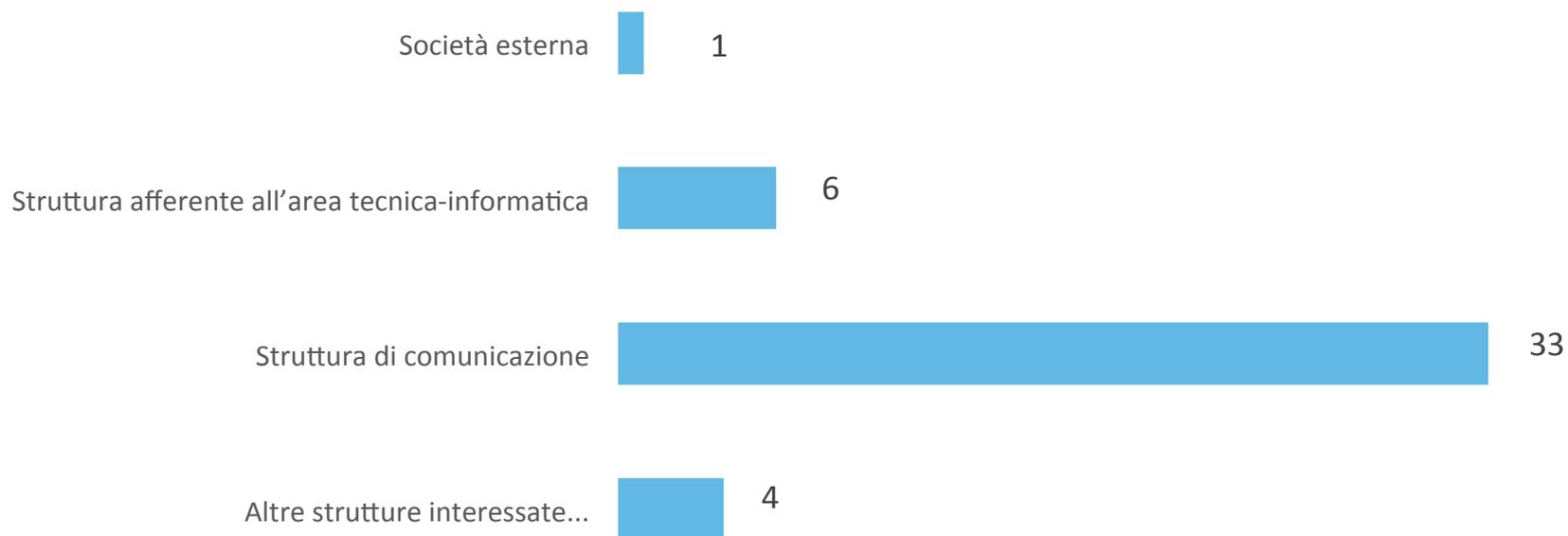
Quali mezzi e/o strumenti ha ritenuto più efficaci per la comunicazione universitaria indirizzata agli studenti?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

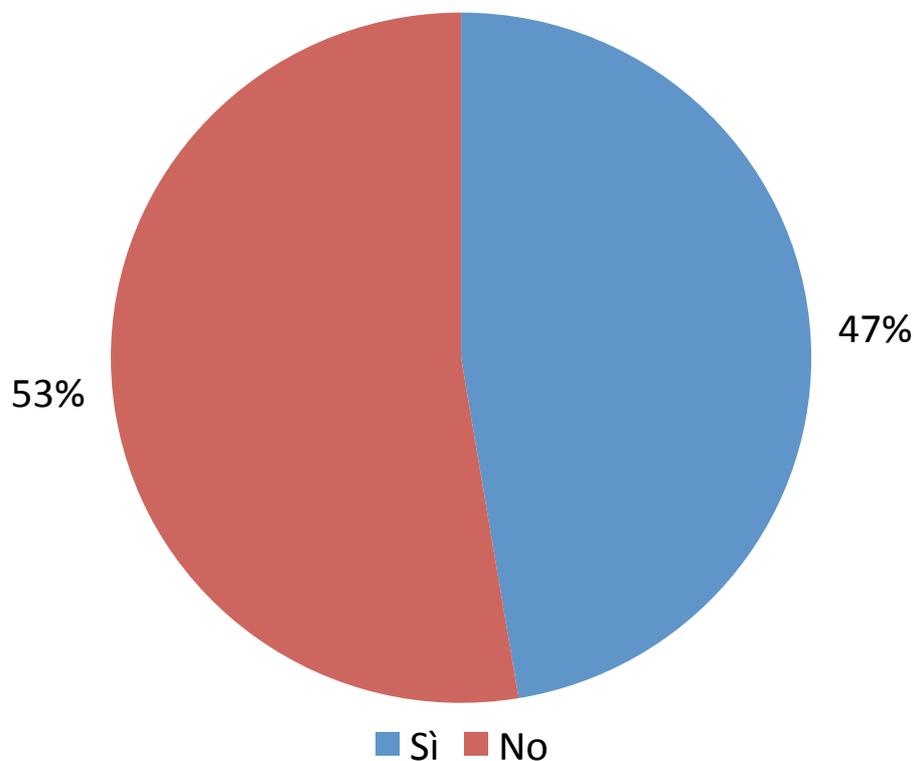
I contenuti del sito web d'ateneo erano gestiti da:



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

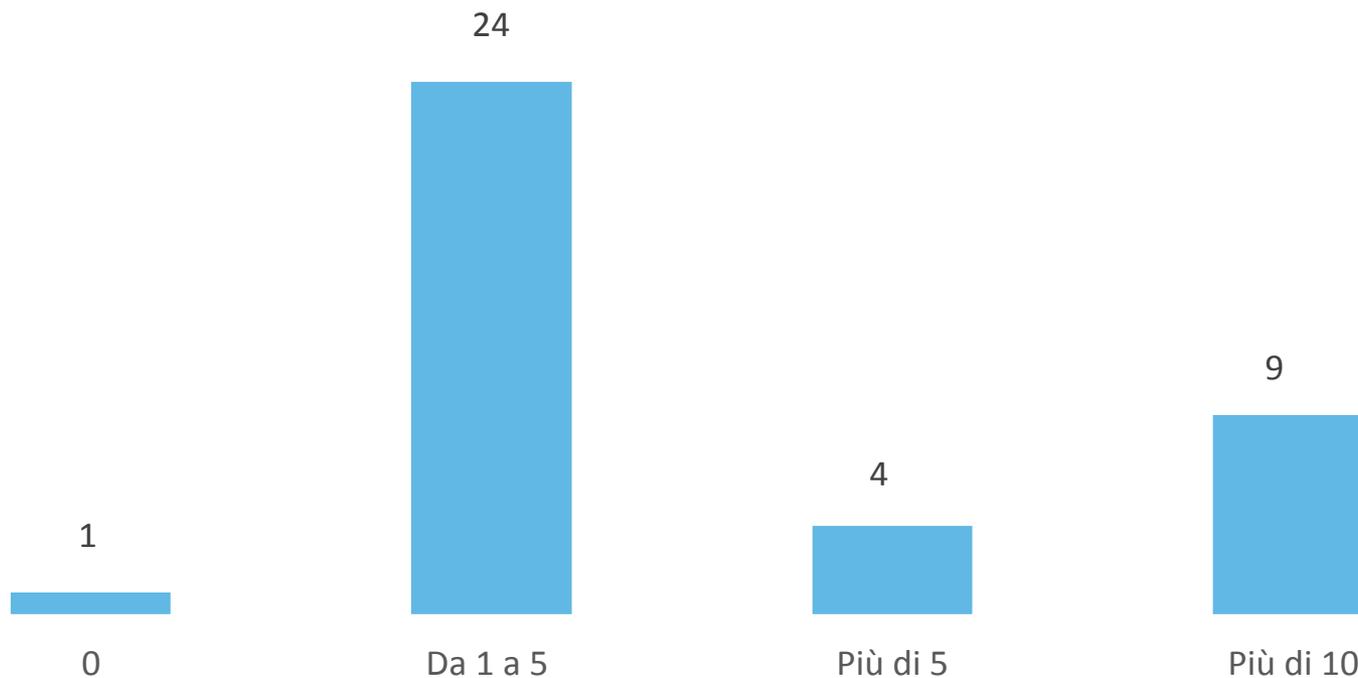
E' stata istituita la figura di responsabile della pubblicazione dei contenuti on line – web content manager?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

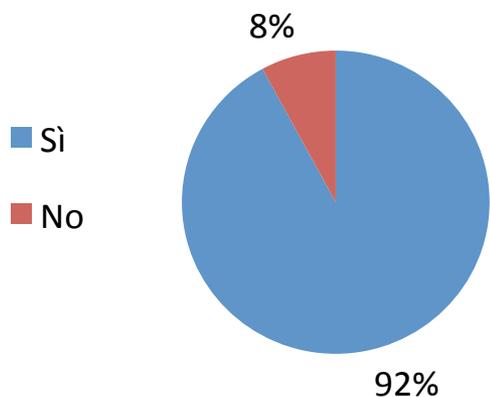
Quante unità di personale si sono occupate del *web content management* del sito istituzionale?



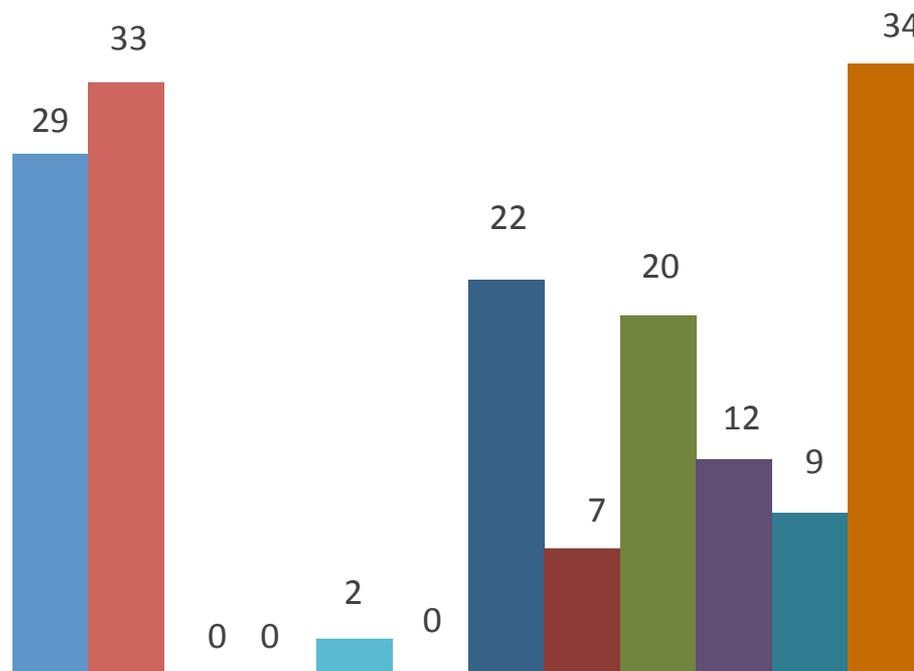
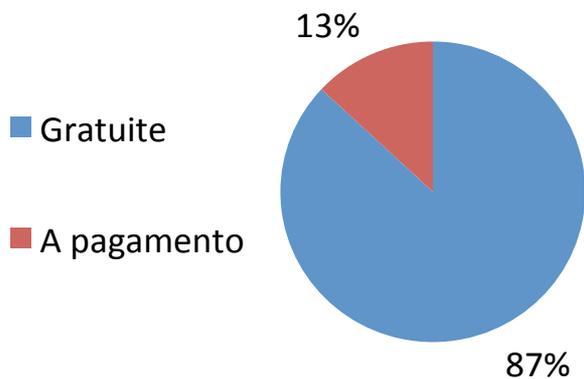
Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Comunicazione universitaria e web
 2.0: il suo ateneo era presente
 istituzionalmente sui social network?



Sono state utilizzate piattaforme di
 social media management?



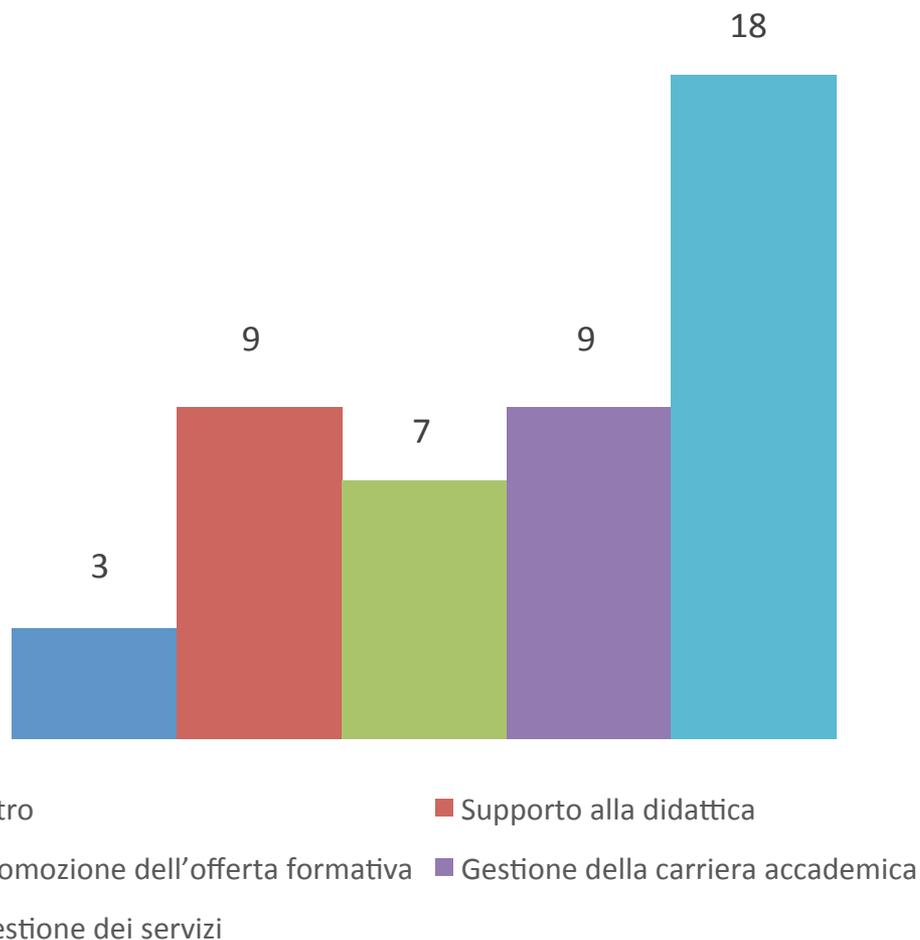
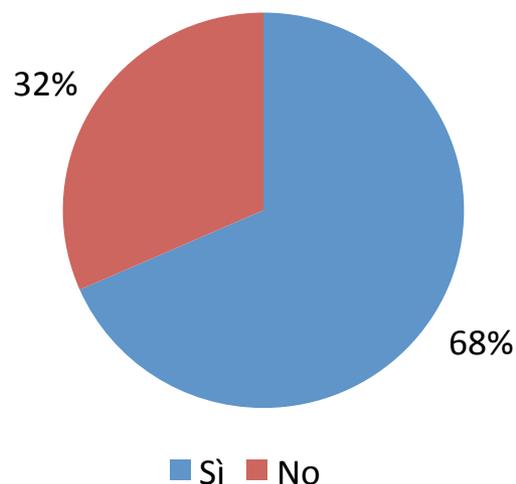
- Youtube
- Twitter
- Tumblr
- Second Life
- Printerest
- Myspace
- Linkedin
- iTunes
- Instagram
- Google+
- Flickr
- Facebook

Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

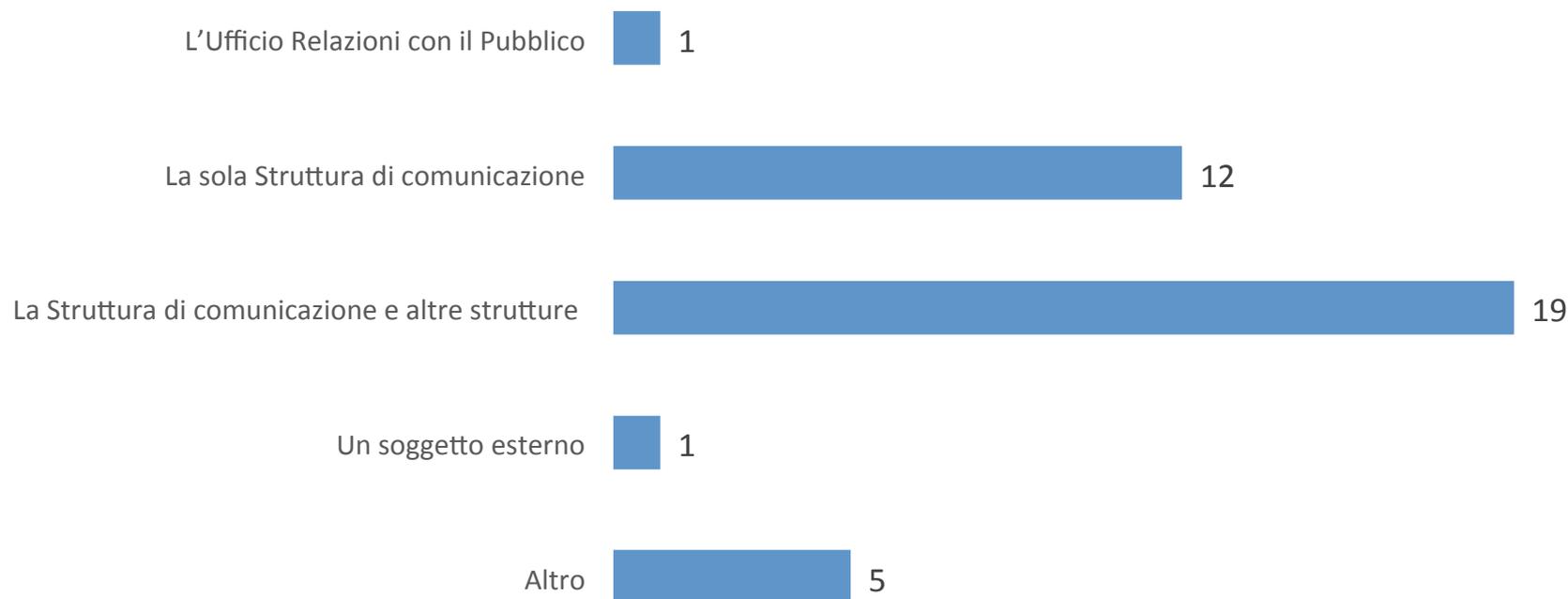
Comunicazione universitaria e mobile communication: la sua università ha offerto applicazioni mobile agli utenti?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

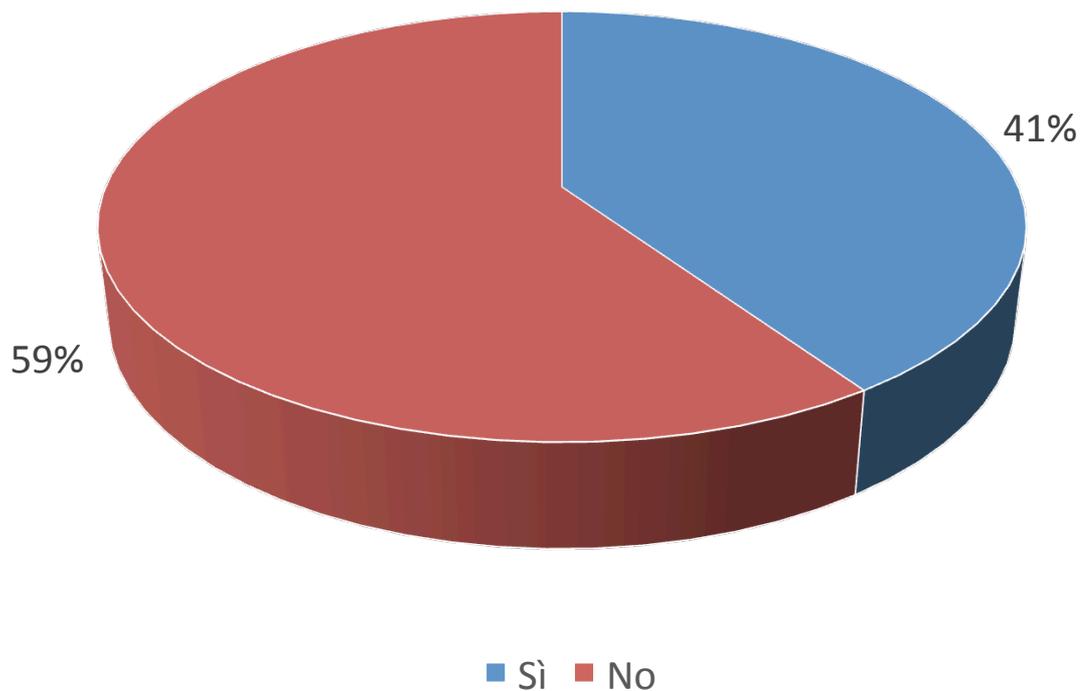
Quale struttura ha gestito l'informazione e la comunicazione sui social network?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

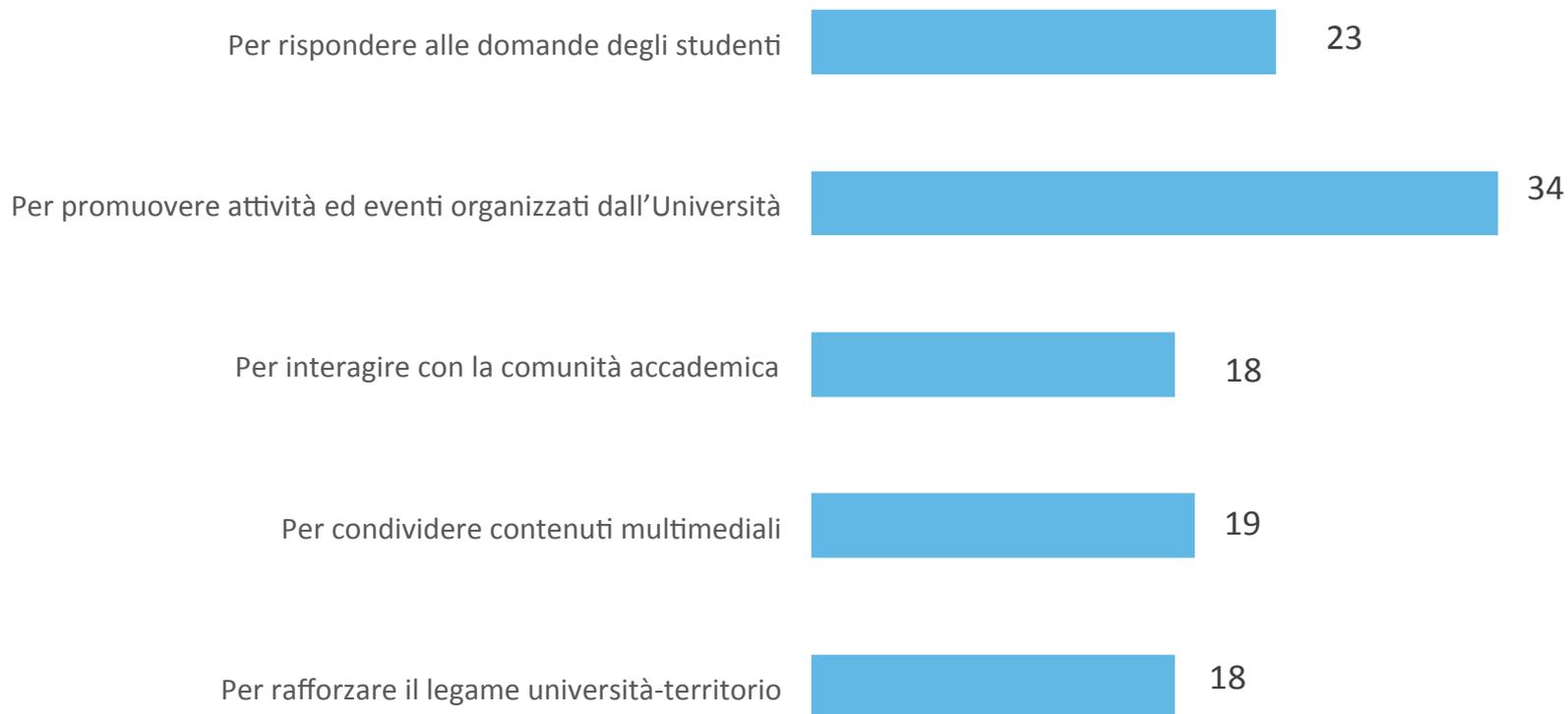
Il suo ateneo ha predisposto un piano strategico di gestione dei social media?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

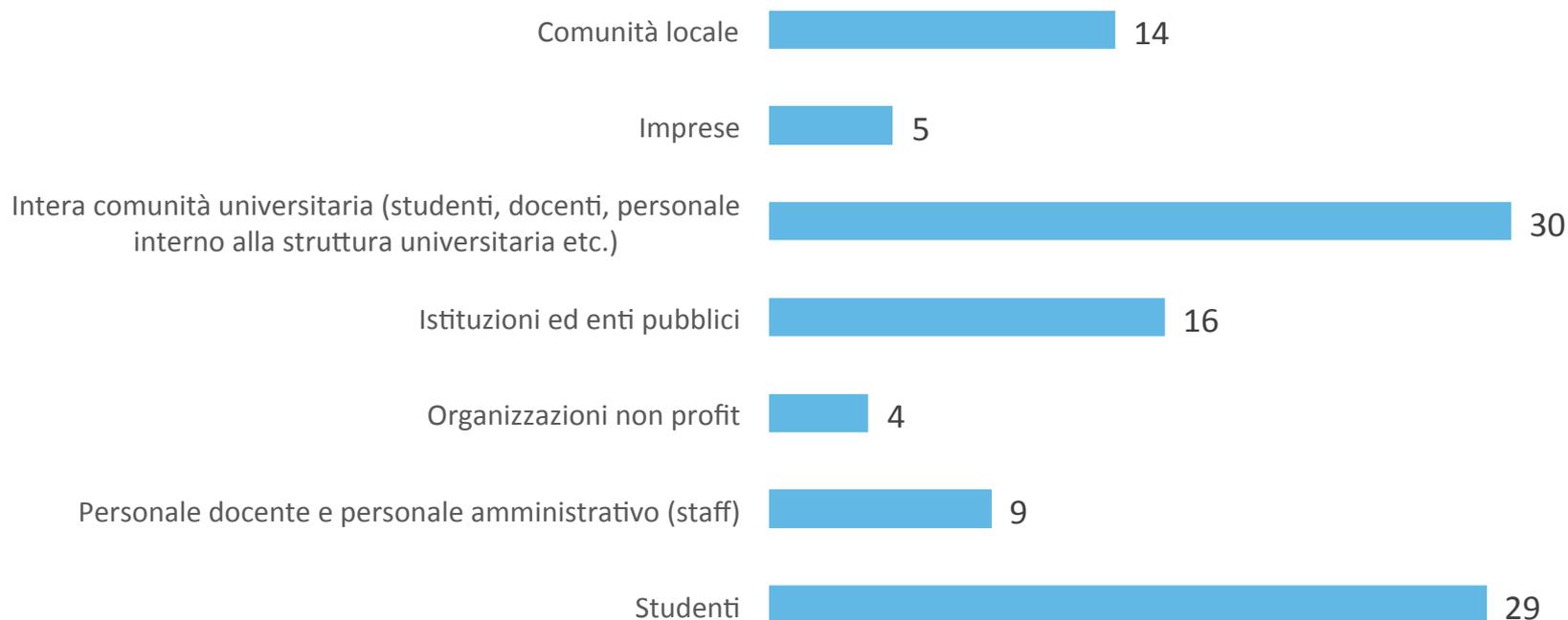
Come è stata utilizzata la comunicazione sui social media?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

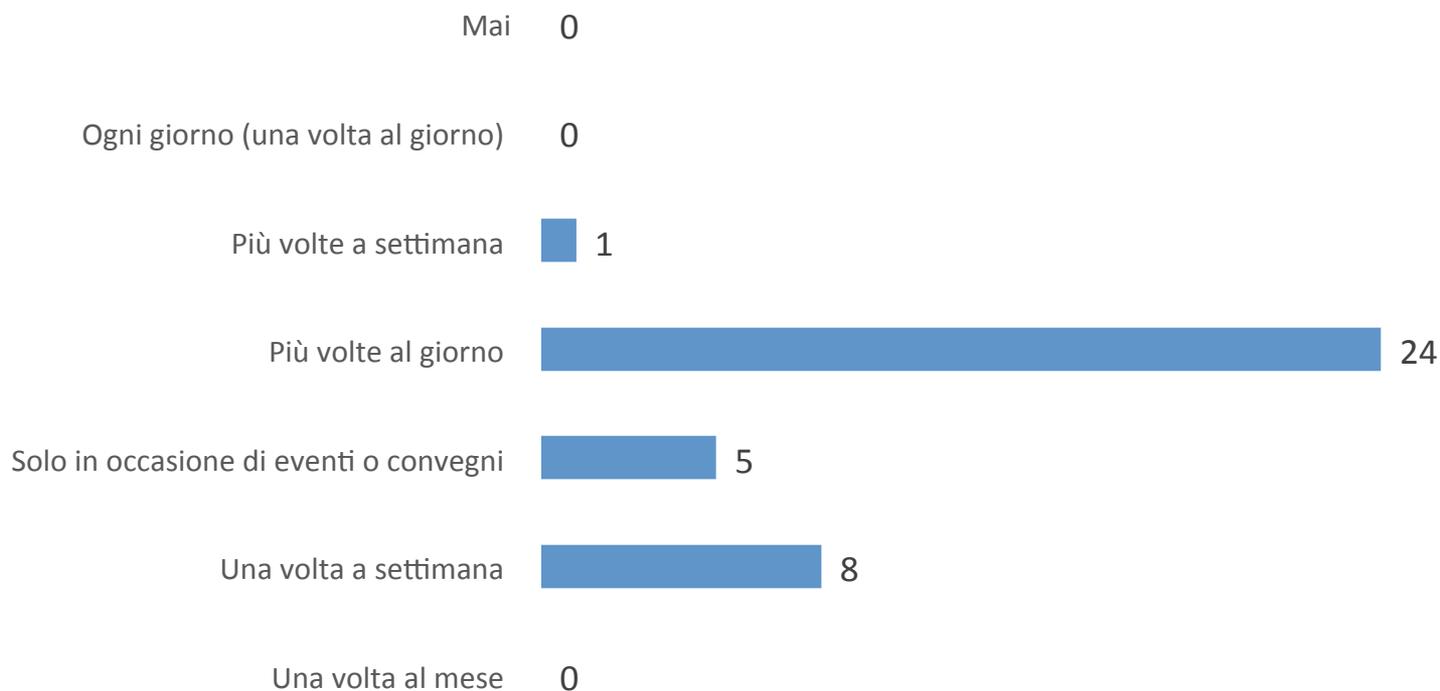
Quali sono stati i principali target dell'attività di comunicazione sui social media?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

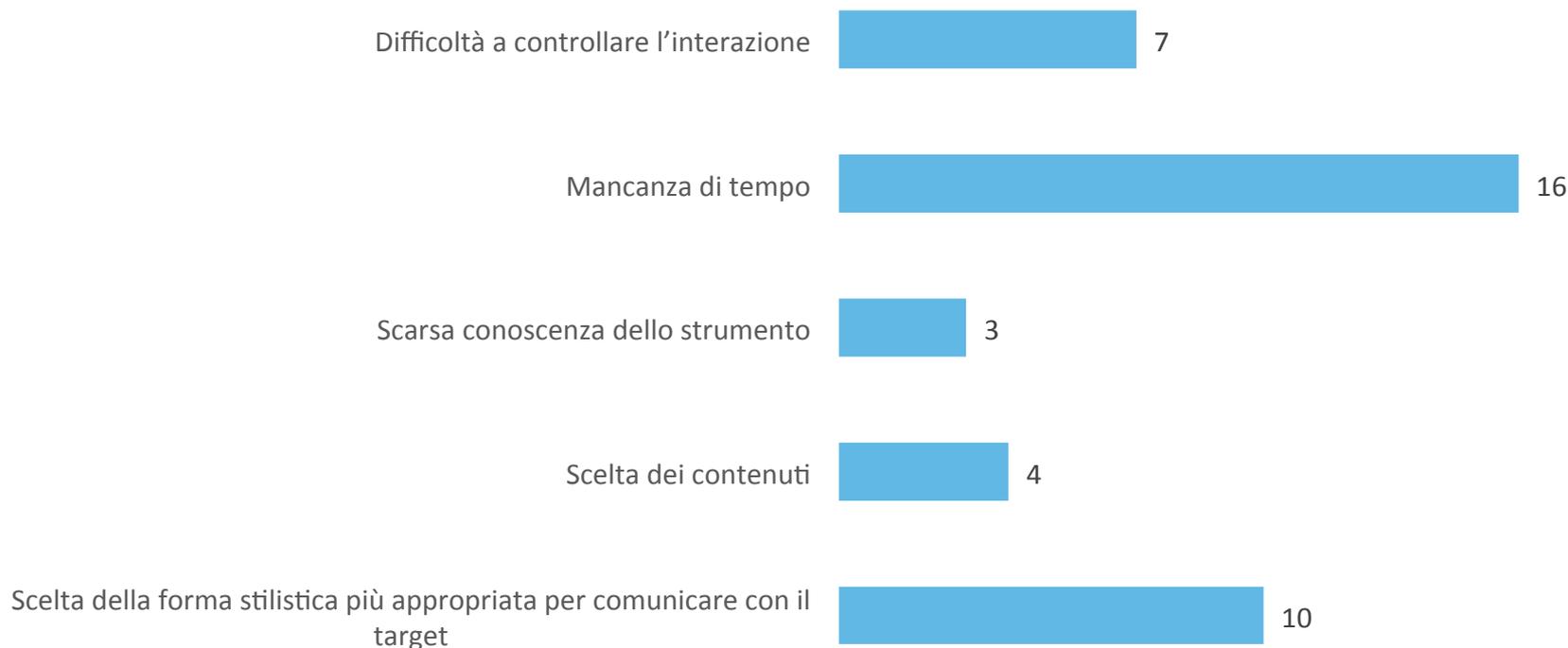
Con quale frequenza è stato effettuato l'accesso per inserire contenuti sui social media?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Quali sono state le principali difficoltà riscontrate nell'utilizzo dei social media?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

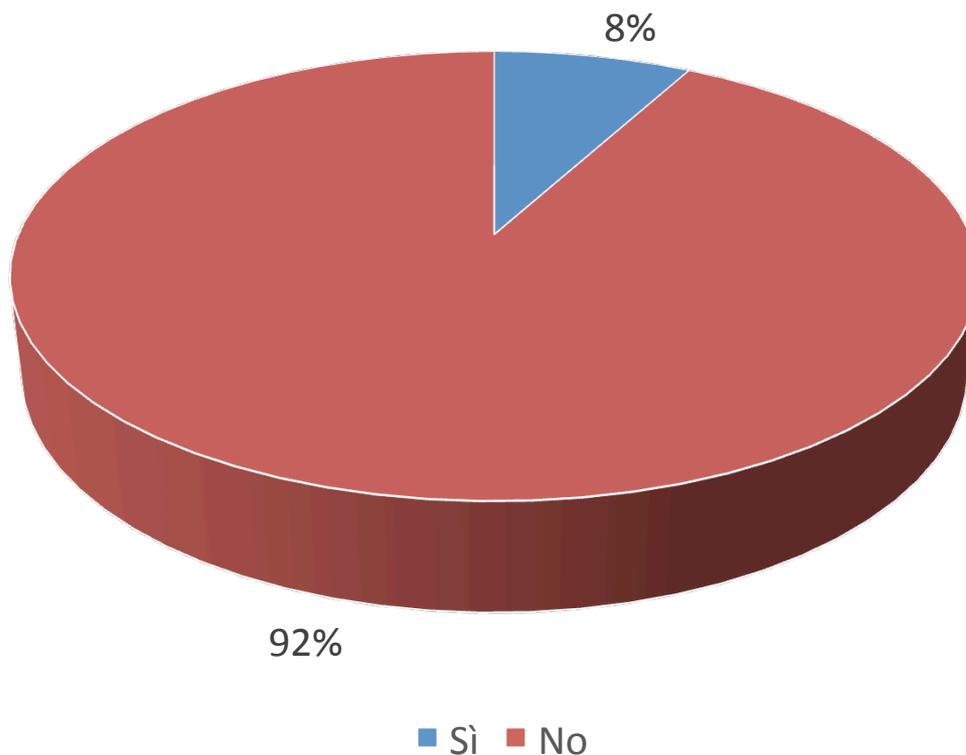
FOCUS SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE NELLE UNIVERSITÀ ITALIANE

- ✓ La presenza delle università sui social media rappresenta un marker di identità e trasparenza.
- ✓ Presenza sempre più istituzionalizzata
- ✓ Molti studi adottano un approccio quantitativo grazie ad indicatori numerici: dove sono, quali, quanti post, quanti fan. Necessità di dotarsi anche di strumenti qualitativi che indaghino a fondo le dinamiche e le percezioni di studenti e stakeholder in generale
- ✓ Forte impatto dei social media sul profilo del comunicatore universitario: aumenta il numero di social media manager e aumenta la richiesta di formazione

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

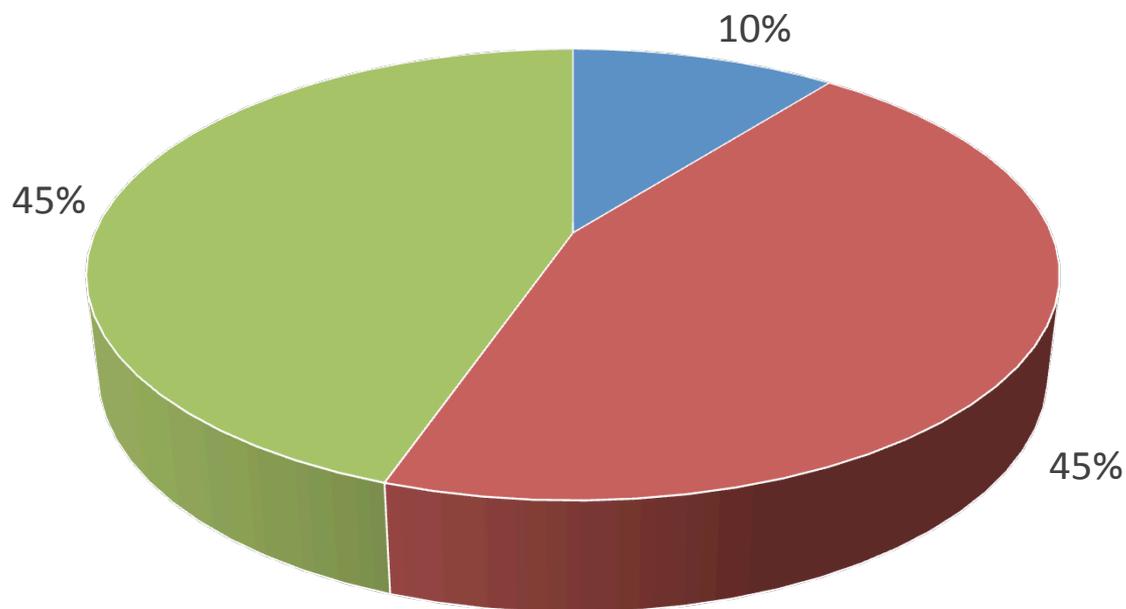
L'Ateneo aveva un proprio blog istituzionale?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

La campagna immatricolazioni per l'a.a. 2015-16
della sua università è stata promossa:



■ A livello internazionale ■ A livello nazionale ■ A livello locale

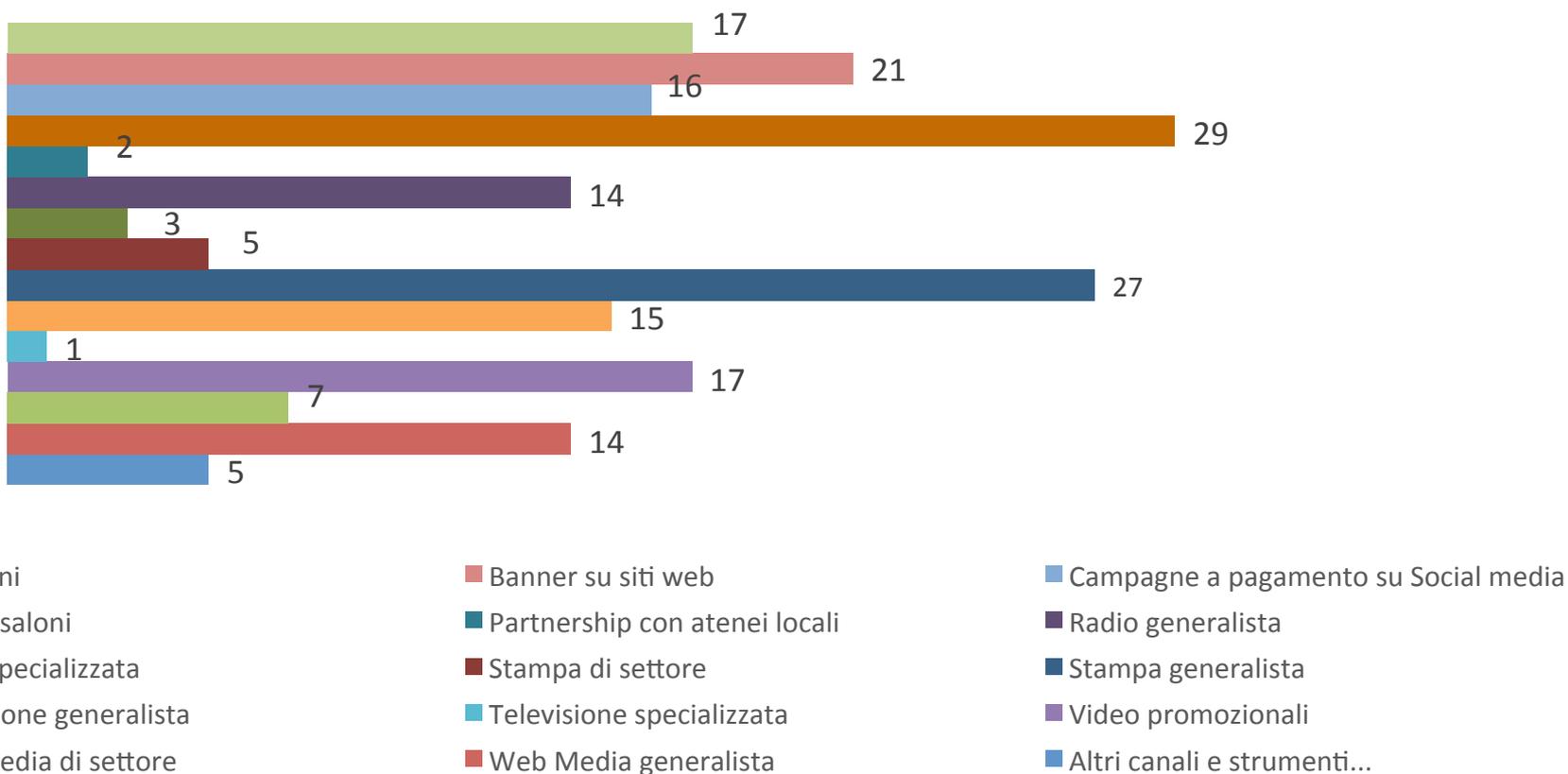
Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

©A.I.C.UN.

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Quali dei seguenti canali e strumenti della comunicazione sono stati utilizzati nella campagna immatricolazioni per l'a.a. 2015-16?

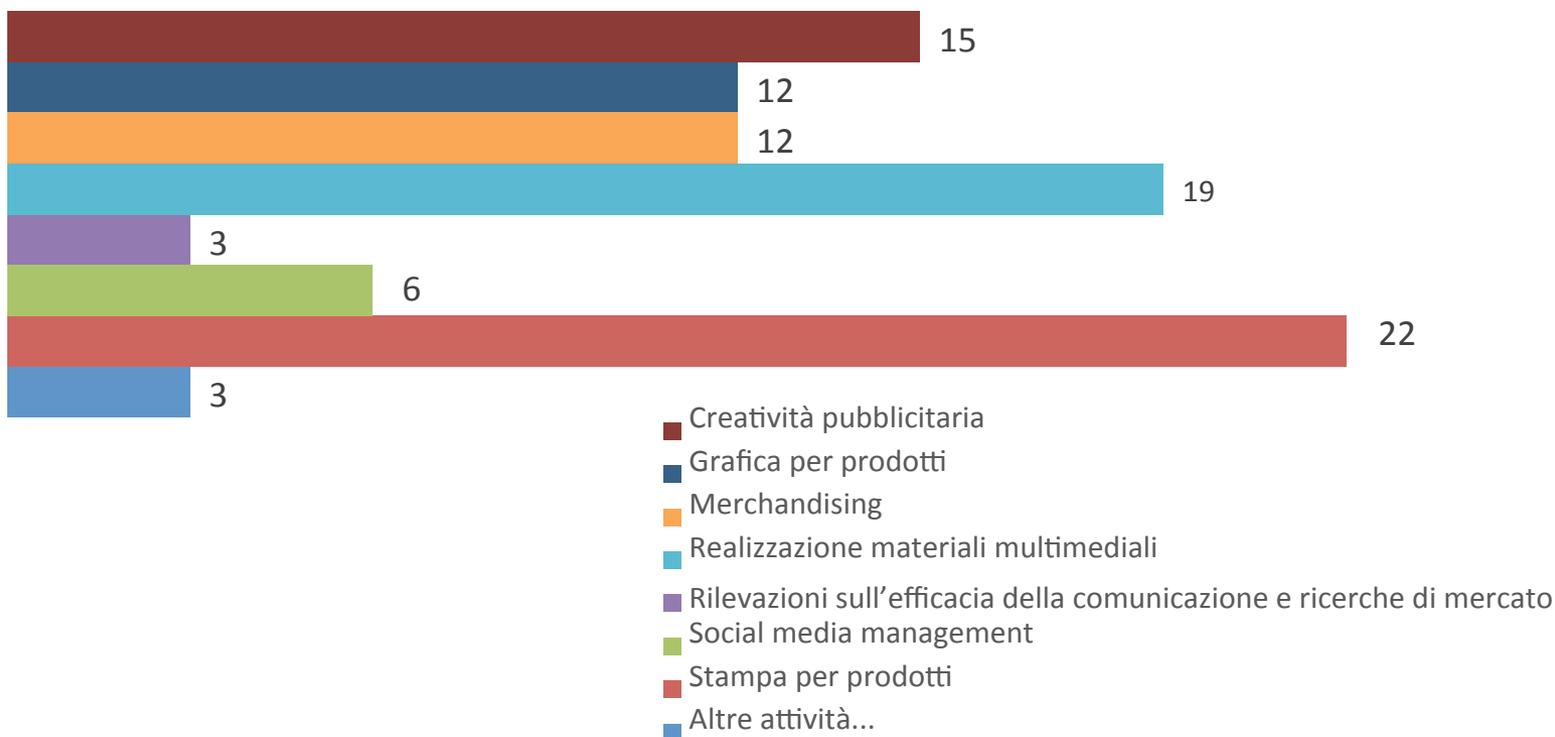


Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

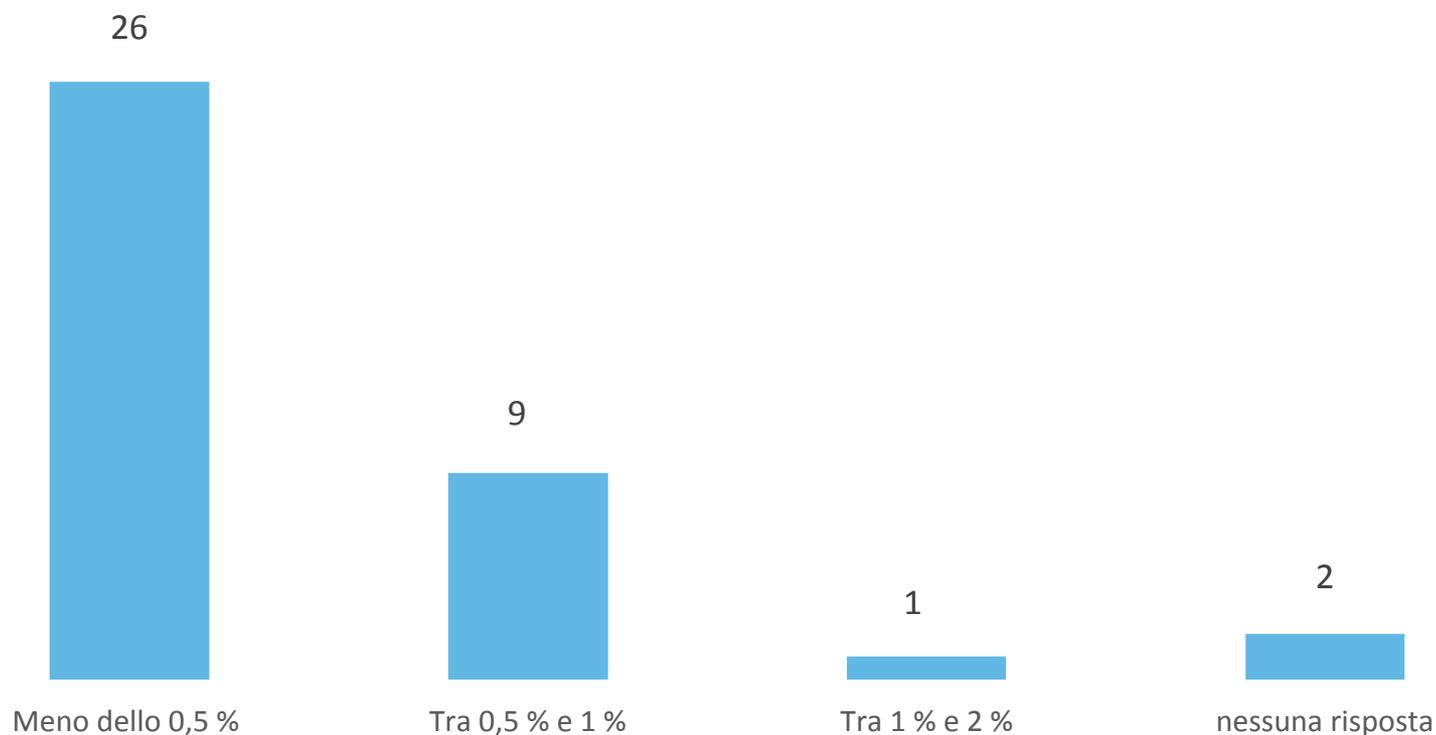
Nel corso del 2015, per quali attività di comunicazione l'ateneo ha fatto ricorso a collaborazioni esterne?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

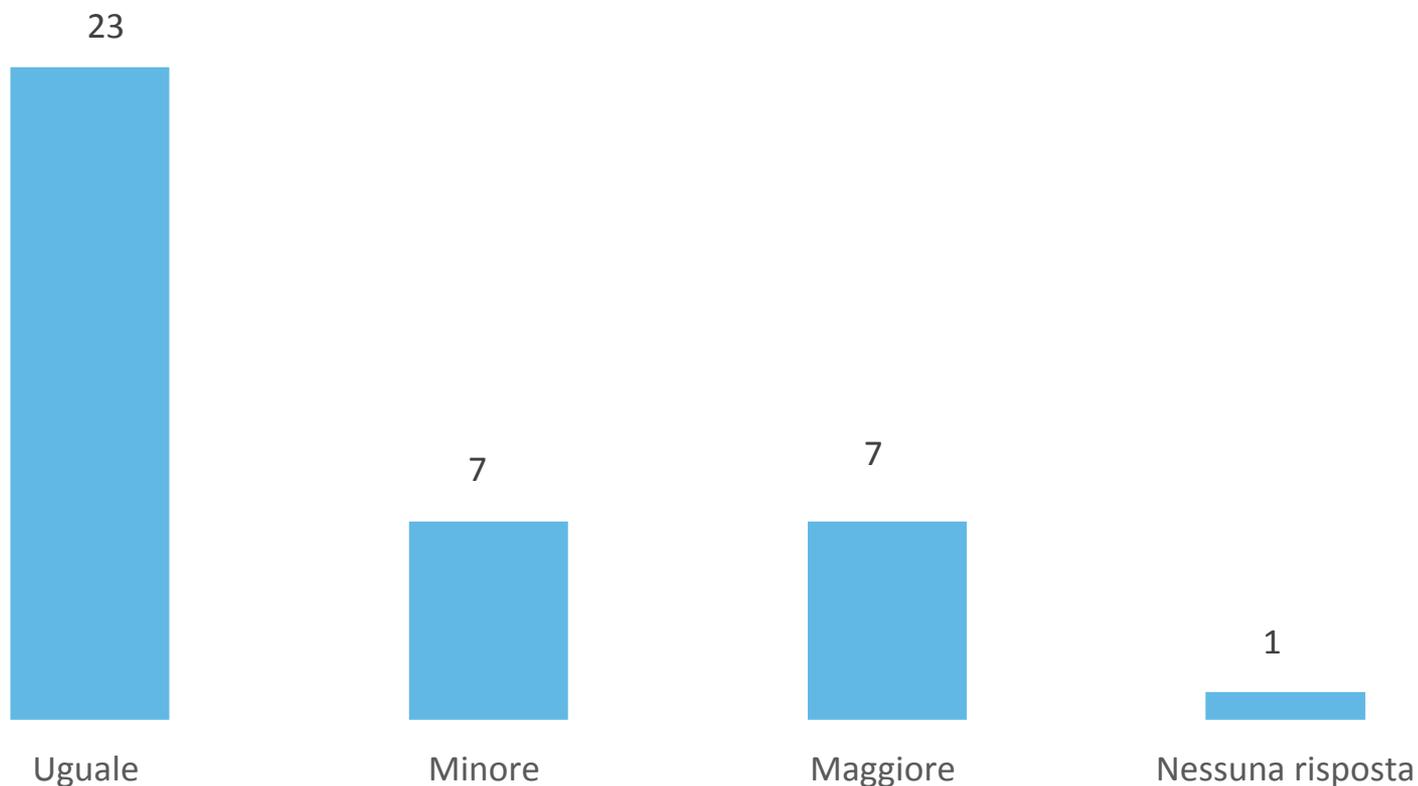
A quanto ammontava percentualmente nel 2015 l'incidenza della spesa per le attività di comunicazione rispetto al budget complessivo di ateneo?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Rispetto all'investimento effettuato nell'anno precedente, quello per le attività di comunicazione realizzate nel 2015 è stato:

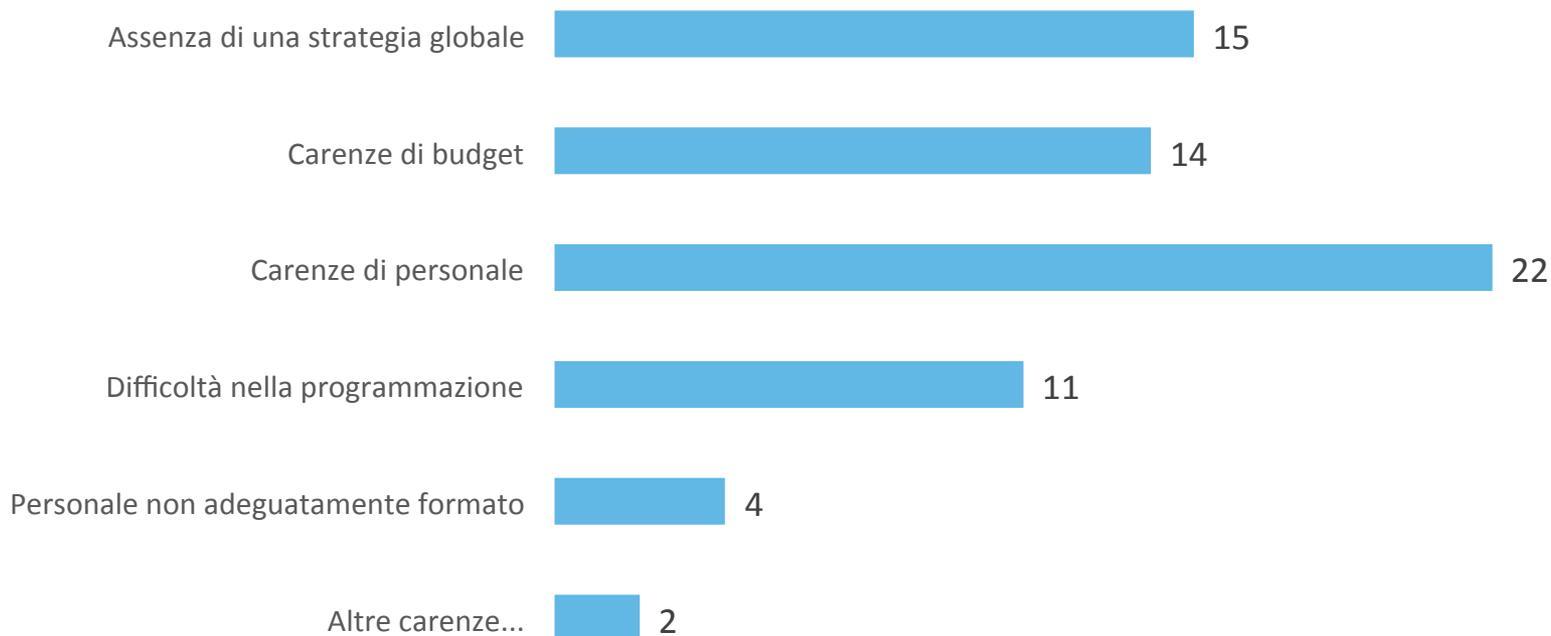


Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

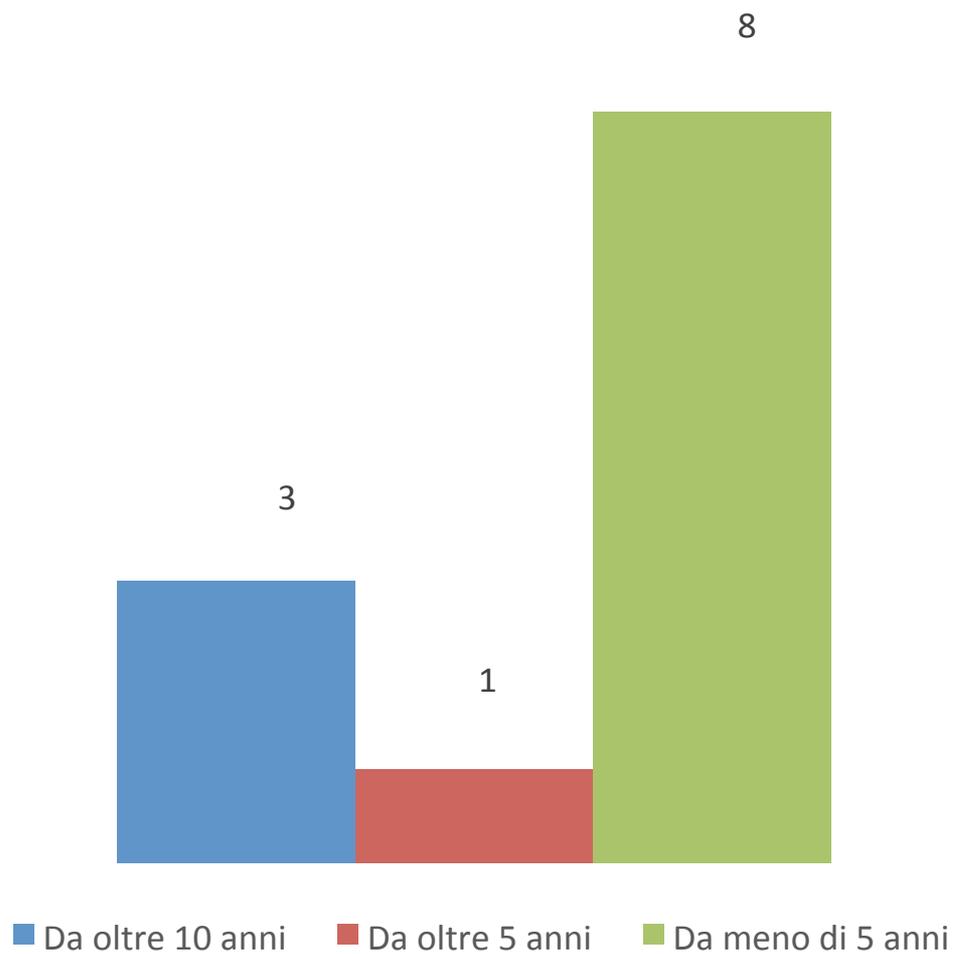
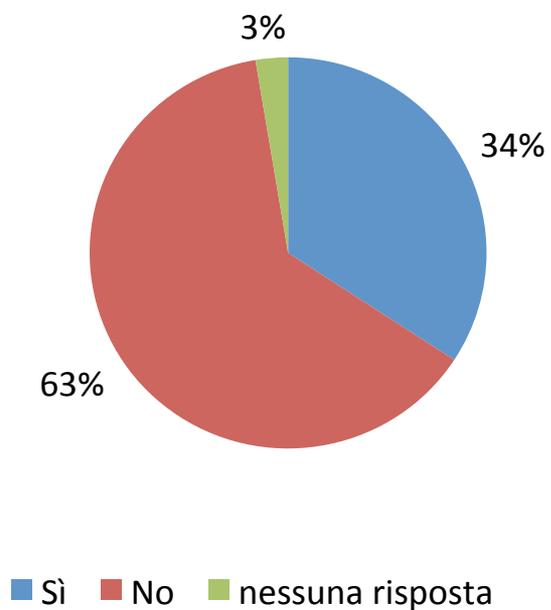
A quali carenze attribuisce le principali difficoltà nello svolgimento delle attività di comunicazione?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

La sua università ha realizzato nel 2015
 specifiche campagne di comunicazione
 a livello internazionale?

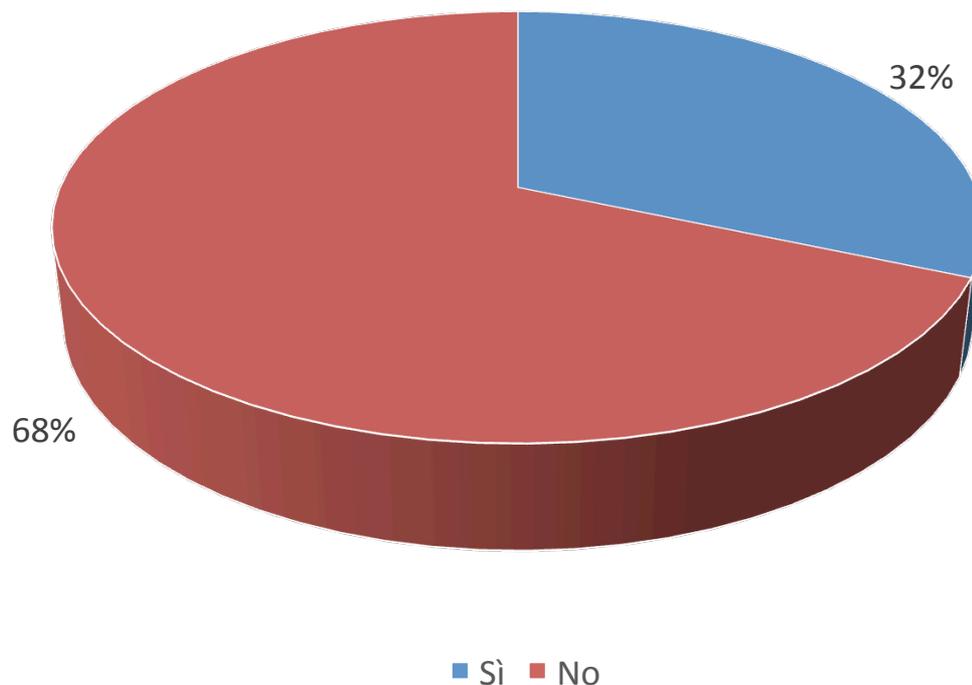


Lo stato della comunicazione delle università italiane - VIII Ricerca (anno 2016)

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

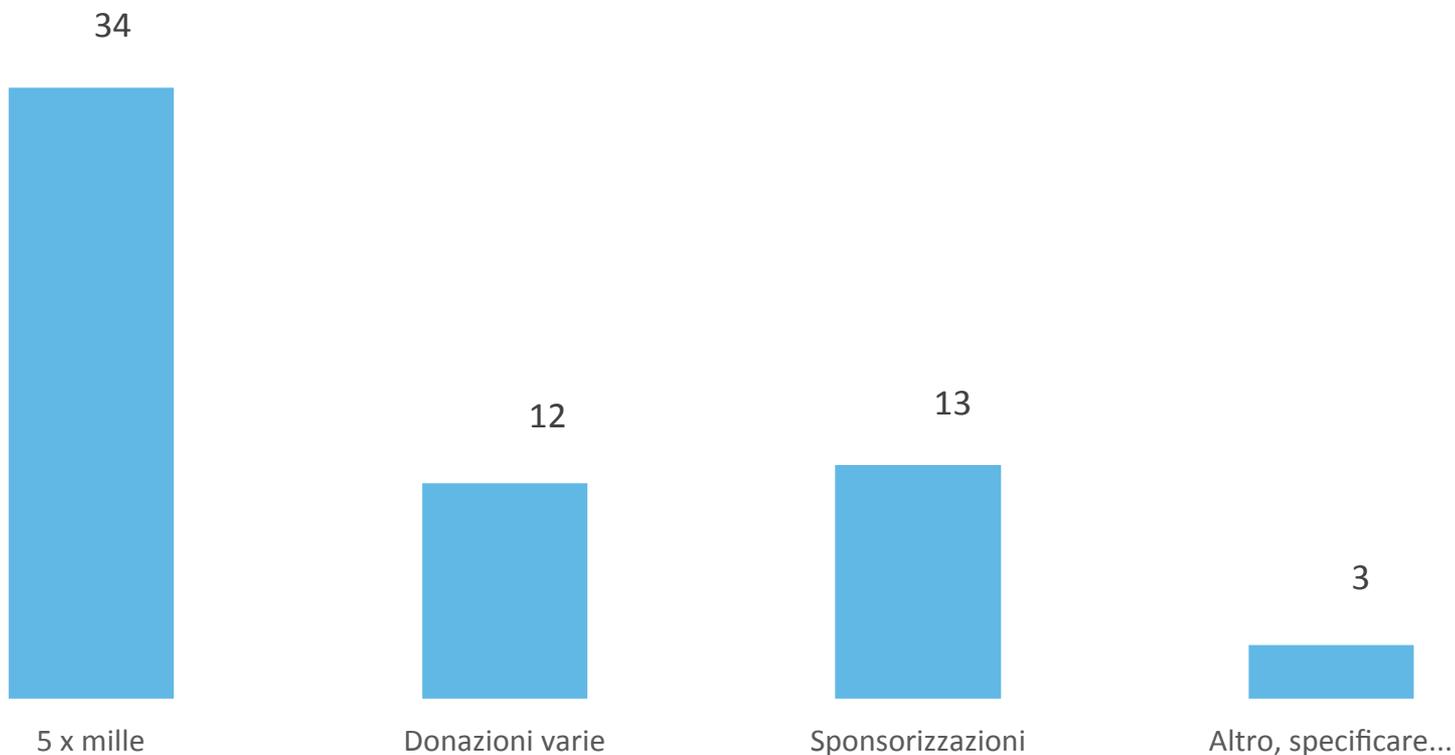
Nell'ateneo esisteva nel 2015 una figura istituzionalmente deputata al *fund raising*?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

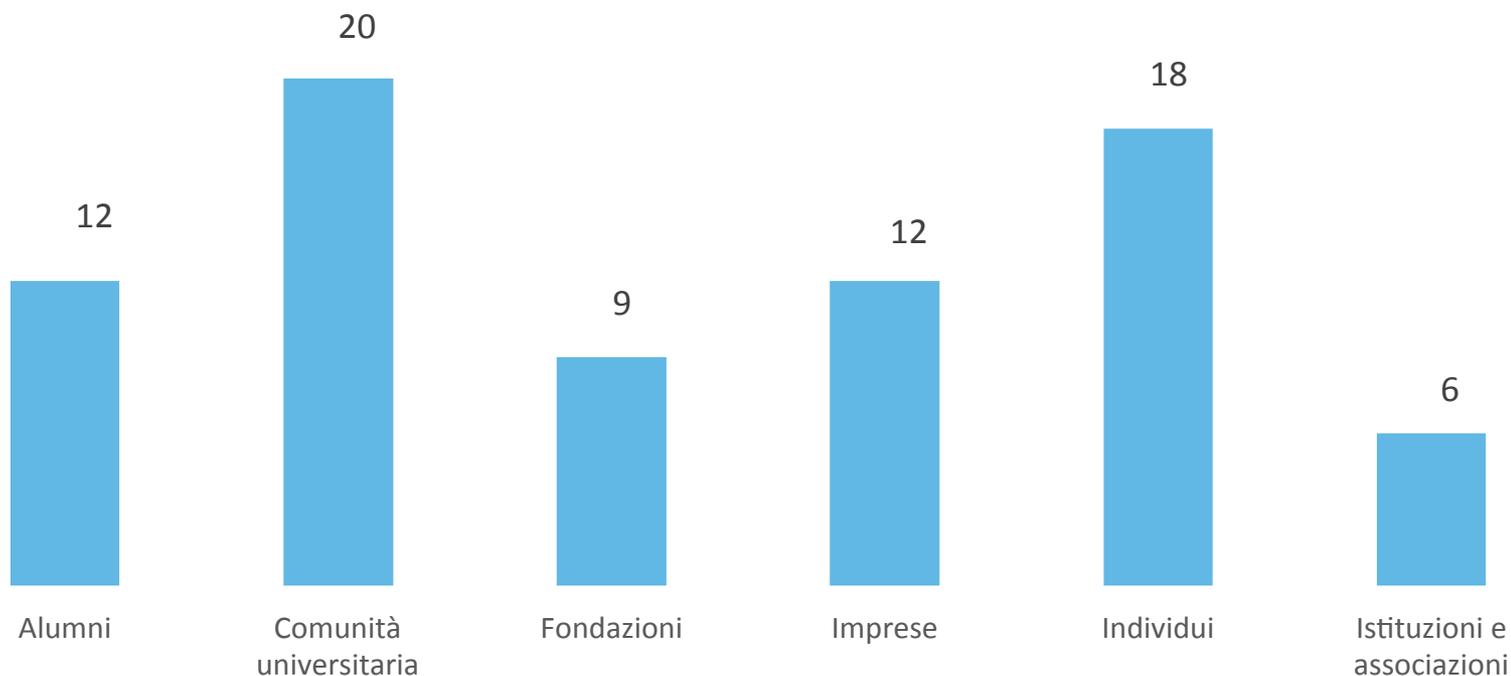
Che forma ha assunto il *fund raising*?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

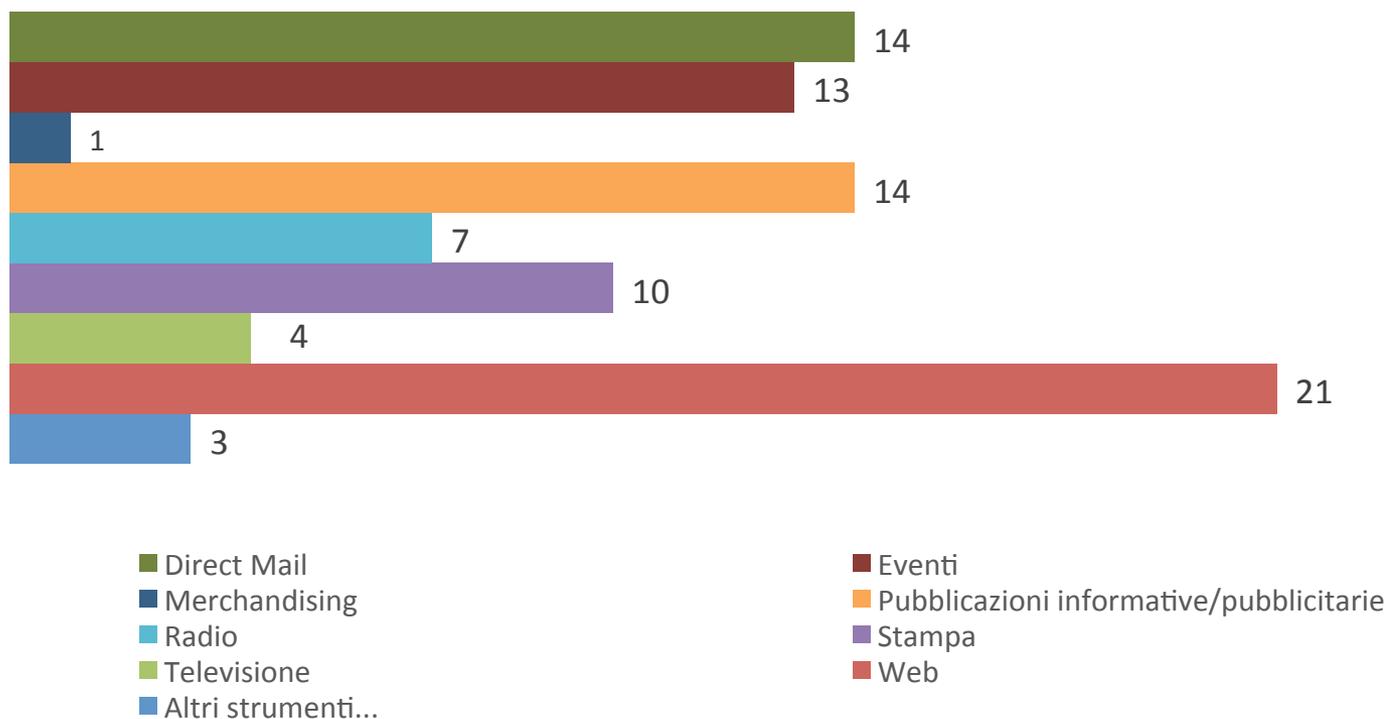
Quali sono stati i principali target di riferimento dell'attività di *fund raising*?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

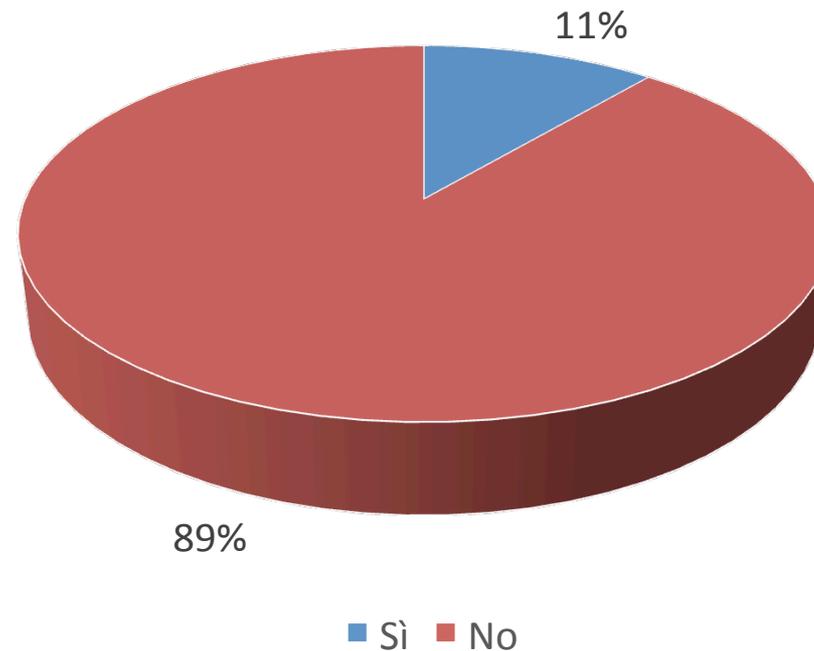
Quali strumenti di comunicazione sono stati utilizzati per il *fund raising*?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

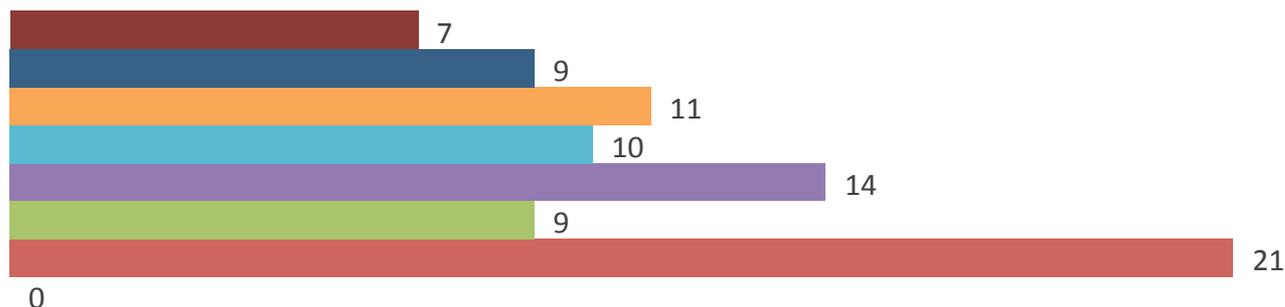
È stato mai utilizzato il *crowd-funding* quale strumento per la raccolta fondi?



Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

DL.14 marzo 2013, n. 33 “Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni”, la struttura di comunicazione è stata coinvolta a livello di

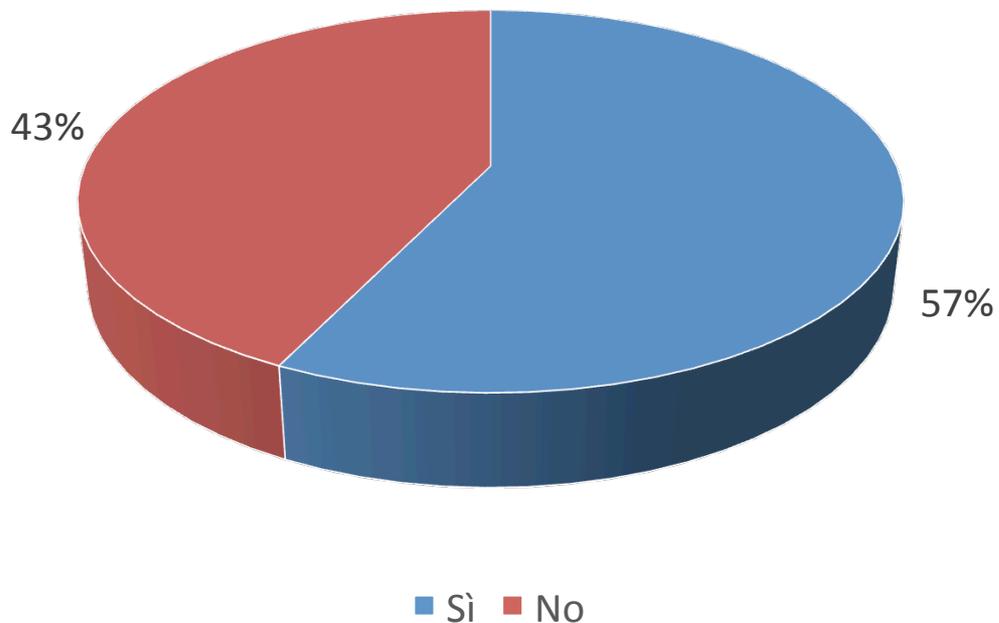


- Attività di analisi in termini di customer satisfaction
- Elaborazione del Piano triennale di prevenzione della corruzione
- Elaborazione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità
- Elaborazione del Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance e del Piano della performance
- Monitoraggio relativo all'aggiornamento dei dati pubblicati nella sezione Amministrazione Trasparente
- Programmazione strategica e definizione delle linee di indirizzo
- Pubblicazione dei dati e riordino della sezione Amministrazione Trasparente
- Altre attività...

Parte terza

Strumenti delle attività di comunicazione e informazione

Personalmente ritiene che il ruolo affidato alla struttura di comunicazione nell'ambito degli adempimenti previsti dal D.Lgs. n. 33/2013 sia stato tale da contribuire a connotare la Trasparenza quale funzione effettivamente percepita dagli utenti finali?



L'Osservatorio A.I.C.UN. monitora costantemente l'evoluzione della comunicazione universitaria in Italia dal 1992 e, a scadenza biennale, effettua una nuova ricerca.

La ricerca 2016 è stata pubblicata nel mese di giugno sul numero 140 della Rivista Universitas

http://www.rivistauniversitas.it/files/13567_u140.pdf

Per chiarimenti o approfondimenti è possibile scrivere a: infoaicun@gmail.com oppure a paolaclaudia.scioli@gmail.com