



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

KIT COMUNICAZIONE DELL'UNIVERSITA' DI SIENA

a cura delle Divisione stampa, comunicazione e URP e del Delegato alla Comunicazione



**UNIVERSITÀ
DI SIENA**
1240

KIT COMUNICAZIONE DELL'UNIVERSITA' DI SIENA

a cura delle Divisione stampa, comunicazione e URP e del Delegato alla Comunicazione

Sommario

1. Introduzione e obiettivi	3
2. Cosa comunicare	3
3. I canali	4
4. Il flusso delle notizie	4
5. Contatti Utili	5

Kit comunicazione dell'Università di Siena

(a cura della Divisione stampa, comunicazione e URP e del Delegato alla Comunicazione)

1. Introduzione e obiettivi

Il presente documento definisce i criteri e le modalità operative per la gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna dell'Università di Siena. L'obiettivo è valorizzare l'immagine dell'Ateneo, standardizzando e semplificando le procedure in modo che l'informazione sia tempestiva, coerente e di qualità.

2. Cosa comunicare

L'Università di Siena intende concentrare la propria attività di comunicazione istituzionale sulla promozione di notizie di rilevante impatto che affrontino, in chiave divulgativa, tematiche di interesse collettivo. L'obiettivo di tale flusso informativo è quello di contribuire a generare valore pubblico, favorendo il miglioramento della qualità della vita e del benessere economico, sociale e ambientale della comunità di riferimento.

Tra le tematiche di maggior interesse, si segnalano:

- **Ricerca:** pubblicazioni su riviste scientifiche internazionali, prestigiose nel rispettivo ambito disciplinare e con alto Impact Factor; brevetti e spin off, scoperte, premi nazionali/internazionali, finanziamenti di Grant ERC, FIS o di altri progetti nazionali ed europei.
- **Didattica:** nuovi corsi di laurea, workshop e iniziative innovative, scambi internazionali di rilievo.
- **Terza Missione:** eventi aperti al pubblico, iniziative di public engagement, attività di trasferimento tecnologico ad alto impatto, protocolli d'intesa con enti e imprese.
- **Internazionalizzazione:** accordi internazionali, visite delegazioni estere.
- **Convegni:** congressi e conferenze di interesse nazionale e internazionale.
- **Vita di Ateneo:** servizi a studentesse e studenti, opportunità, successi della comunità accademica.

3. I canali

La comunicazione istituzionale¹ di una università sempre meno si rivolge indistintamente a un pubblico generalista e sempre più, al contrario, utilizza diversi canali per raggiungere target diversi e con strumenti e linguaggi specifici e appropriati.

Tra i canali di maggior interesse, si segnalano:

- **Stampa e media:** gestione dei rapporti con i media locali e regionali, nazionali e internazionali; redazione e invio di comunicati stampa; organizzazione di conferenze stampa; rassegna stampa e multimediale.
- **Web:** aggiornamento quotidiano del portale www.unisi.it, coordinamento, consulenza e formazione sui portali del dominio unisi.
- **Social:** gestione dei canali social ufficiali (Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube).
- **Grafica:** realizzazione di prodotti grafici per eventi di interesse generale di Ateneo.
- **Comunicazione interna:** Intranet, newsletter, mail, monitor.

4. Il flusso delle notizie

Per garantire una copertura tempestiva ed efficace, la segnalazione della notizia deve seguire questo percorso:

- **Segnalazione:** via mail all'indirizzo: comunicazione@unisi.it, almeno una settimana in anticipo e comunque non oltre il venerdì della settimana prima dell'evento. In caso di notizie, eventi o convegni di particolare rilievo si raccomanda un maggior anticipo.
- **Invio materiali:** testo di massimo 1.000 battute in un linguaggio divulgativo, immagini ad alta risoluzione (argomento della notizia, referente/autore, gruppo di ricerca), link utili (sito, video), tag social, contatti del/i referente/i.
- **Valutazione:** il settore comunicazione effettua una valutazione del potenziale comunicativo della notizia e ipotizza il mix informativo da utilizzare.
- **Comunicazione e monitoraggio:** il settore comunicazione condivide testi, modalità e tempistiche della diffusione con il/i referente/i; programma il calendario di invio delle notizie e procede alla loro diffusione; monitora l'impatto.

¹ Si ricorda e si raccomanda il rispetto delle Linee guida di identità visiva dell'Università di Siena: <https://www.unisi.it/comunicazione/identita-visiva>

5. Contatti Utili²:

- **Divisione stampa, comunicazione e URP:** comunicazione@unisi.it
- **Responsabile:** Antonio D'Agnelli, antonio.dagnelli@unisi.it
- **Stampa e media:** Patrizia Caroni, patrizia.caroni@unisi.it
- **Redazione web:** Krystyna Faron, krystyna.faron@unisi.it Francesca Ghiselli, francesca.ghiselli@unisi.it e David Lifodi, david.lifodi@unisi.it
- **Social media:** Marta Tiezzi, marta.tiezzi@unisi.it
- **Grafica:** Corrado Marianelli, corrado.marianelli@unisi.it

² Si consiglia di utilizzare sempre l'indirizzo mail generale dell'ufficio, almeno in copia conoscenza.



**UNIVERSITÀ
DI SIENA**
1240