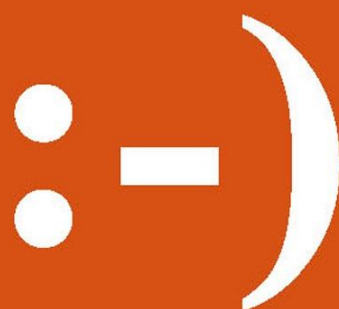


Piano di comunicazione 2021

Iniziative e proposte per un anno di Sapienza



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Sommario

Comunicare al tempo dell'emergenza, lavorare per la normalità	3
Struttura e contenuti del Piano di comunicazione 2021	5
Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione	7
I suggerimenti degli studenti	19

Comunicare al tempo dell'emergenza, lavorare per la normalità

L'anno 2020 ha cambiato la vita quotidiana e i progetti di ciascuno di noi. Con la pandemia da COVID-19 ci siamo trovati ad affrontare un periodo eccezionale, paragonabile alle epoche già vissute dalle generazioni che hanno conosciuto guerre ed epidemie, ma completamente inimmaginabile per la maggior parte degli adulti e dei giovani. Anche l'università - intesa come comunità, come istituzione e come organizzazione - è stata sconvolta da questo cambiamento epocale. La reazione non solo della Sapienza, ma di tutto il sistema universitario, è stata immediata ed efficace: grazie alle tecnologie digitali, è stato possibile restare #viciniadistanza, secondo quanto esplicitamente dichiarato nella campagna di comunicazione delle università, coordinata dalla Crui. Lezioni, esami e sedute di laurea sono passati alla modalità telematica; i servizi erogati dagli uffici sono proseguiti grazie al lavoro agile. Nelle alterne fasi di *lockdown* e di allentamento delle misure precauzionali, l'organizzazione delle attività universitarie si è adattata con grande flessibilità alle indicazioni delle normative anti-Covid. Questa risposta degli atenei alla difficile situazione del Paese e del mondo intero è stata premiata da un sorprendente aumento generalizzato delle immatricolazioni

per il nuovo anno accademico 2020-2021.

La comunicazione ha accompagnato questi sconvolgimenti con quella attività che è tipica delle situazioni di emergenza: in stretto coordinamento tra loro, i diversi attori e operatori della comunicazione Sapienza hanno garantito il costante aggiornamento in tempo reale delle informazioni utili agli studenti e alla comunità universitaria. La macchina comunicativa dell'Ateneo, nelle sue componenti redazionale e tecnica, ha assicurato una comunicazione coordinata e integrata su tutti i canali a disposizione della Sapienza.

La comunicazione di emergenza ha necessariamente comportato un rinvio temporaneo di alcuni obiettivi di comunicazione a breve e medio termine; tuttavia già nel secondo quadrimestre dell'anno le attività programmate sono state ricollocate nell'agenda e la maggior parte degli obiettivi di comunicazione 2020 sono stati raggiunti.

L'emergenza ha poi obbligato ad accelerare processi di digitalizzazione della comunicazione di Ateneo che erano previsti con tempistiche più lunghe. Questa accelerazione ha anticipato alcune importanti novità, prima fra tutte la realizzazione di una piattaforma per le giornate di orientamento *digital edition*; più in

generale l'organizzazione di iniziative digitali o in modalità mista in presenza/a distanza - che rappresenta una significativa novità per la comunicazione universitaria - ha subito una spinta decisiva a causa delle limitazioni agli spostamenti imposte dalla pandemia.

A fine anno la Sapienza, con un solo mese di ritardo rispetto a quanto programmato, ha vissuto l'avvicendamento del mandato rettorale. Questo evento, come prevedibile, pur nella continuità istituzionale e valoriale, ha imposto alcuni cambiamenti di stile nella comunicazione e apportato nuovi contenuti, a partire dalla presenza di una rettrice alla guida della Sapienza, prima donna a ricoprire questa carica

nel nostro ateneo e nelle grandi università italiane, circostanza che è stata accolta con molto interesse dai media nazionali.

Nel 2021 la Sapienza sarà ancora impegnata nella sfida della comunicazione di emergenza legata alla pandemia, già affrontata nel 2020, ma allo stesso tempo dovrà coniugare tempi e modalità "di crisi" con la progettualità necessaria per lo sviluppo della comunicazione di Ateneo, tenendo bene in vista le azioni e gli obiettivi di comunicazione pensati per la normalità, quella normalità di cui tutti noi auspichiamo grandemente il ritorno.

Struttura e contenuti del Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione della Sapienza, pubblicato annualmente dal 2010 a cura dell'Ufficio Comunicazione, è organizzato per obiettivi che mirano a ottenere un risultato specifico in termini di efficacia comunicativa.

Ogni obiettivo è declinato in azioni, cioè in attività concrete che saranno realizzate nel corso dell'anno per ottenere i risultati programmati. Dal punto di vista espositivo, il documento è articolato in schede-obiettivo: sono previsti un breve testo di presentazione e una tabella che riassume in modo schematico le azioni programmate per l'anno precedente, i risultati conseguiti nel corso dell'anno, le azioni in continuità e le nuove azioni previste per l'anno entrante.

Il Piano di comunicazione 2021 presenta una nuova articolazione

degli obiettivi di comunicazione rispetto alle edizioni precedenti, in considerazione di nuove priorità e dei progetti avviati per l'anno. Perciò il documento privilegia la segnalazione dei progetti e delle attività innovative, rispetto alla descrizione delle routine di comunicazione ormai consolidate, che restano di grande importanza, ma non necessitano più di una pianificazione specifica essendo state acquisite nell'attività ordinaria.

Il Piano di comunicazione è correlato al Piano strategico di Ateneo, per una integrazione degli obiettivi di comunicazione alle più generali linee strategiche di sviluppo della Sapienza ed è coerente con gli obiettivi indicati nel Piano integrato di Ateneo (Piano della performance).



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione

a) Servizi di comunicazione per gli studenti

Nel 2020, nonostante i rallentamenti dovuti all'insorgere della pandemia, non solo è stata costantemente assicurata la comunicazione quotidiana con gli studenti, ma sono anche stati portati a termine gli obiettivi indicati nel Piano di comunicazione 2020. Tali obiettivi riguardavano in particolare l'implementazione degli strumenti digitali di comunicazione con gli studenti. In questo ambito sono state realizzate la nuova app per il portale delle carriere Infostud (avviando inoltre la sperimentazione di un modulo di intelligenza artificiale su una platea ristretta) e la app per la card studenti virtuale.

Per migliorare l'interazione con gli utenti, nel 2020 inoltre Sapienza ha intrapreso un programma di formazione sulle tecniche di comunicazione efficace (parlata e scritta) e sulla gestione positiva dei conflitti per gli operatori delle segreterie studenti. In questo quadro, nel corso del 2021 sarà implementata l'adozione del nuovo vademecum Scrivere con Sapienza - Manuale per testi chiari, corretti ed efficaci.

Nel corso del 2021 sarà inoltre avviata la progettazione e la successiva sperimentazione di un servizio di help desk studenti, con un unico punto di accesso ai servizi informativi loro dedicati.

Un ulteriore obiettivo dell'anno riguarda la comunicazione con gli studenti internazionali: è prevista la traduzione multilingua (arabo, indi e altre lingue) di diversi documenti di particolare interesse (linee guida per la presentazione dei titoli esteri, carta dei diritti degli studenti e studentesse ecc.).

Infine nel 2021, a valle dell'esperienza maturata con la comunicazione del 2020 sull'emergenza sanitaria, è prevista l'elaborazione di un protocollo relativo al workflow della comunicazione con gli studenti e in particolare della comunicazione di emergenza.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Nuova applicazione mobile per il portale delle carriere studenti Infostud ✓ • Progetto per l'ideazione di nuovi strumenti di comunicazione digitale con gli studenti e interventi per la razionalizzazione di quelli esistenti ✓ • Implementazione dei contenuti redazionali in lingua inglese sul catalogo dei corsi di studio ✓ • Ottimizzazione delle procedure digitali per i laureandi ✓ • Promozione della nuova Carta delle studentesse e degli studenti approvata nel 2019 ✓	• Progettazione e sperimentazione di un servizio di help desk studenti, con un unico punto di accesso ai servizi informativi • Traduzione multilingua (arabo, indi e altre lingue) di documenti di particolare interesse (linee guida per la presentazione dei titoli esteri, carta dei diritti degli studenti e studentesse) • Implementazione del nuovo vademecum Scrivere con Sapienza - Manuale per testi chiari, corretti ed efficaci nell'ambito della comunicazione studenti • Elaborazione del protocollo per la comunicazione con gli studenti, in particolare in emergenza
Strutture coinvolte: Arss, Arof, Assco, InfoSapienza, Ari	

b) Potenziare la piattaforma di orientamento digitale

Nel 2020 la pandemia ha obbligato tutti gli atenei a rimodulare l'offerta di comunicazione rivolta alle future matricole, sviluppando servizi di orientamento in modalità digitale. Si è trattato in realtà di un'accelerazione rispetto a un processo già in corso di potenziamento dei canali di comunicazione online, che ha portato alla creazione di veri e propri eventi di orientamento sul web.

La Sapienza ha realizzato la piattaforma Porte aperte Digital edition, presentata sulla home page e integrata nelle pagine orientamento del sito di Ateneo.

Nei tre giorni della manifestazione, a metà luglio, la piattaforma ha proposto stand virtuali, dove chiedere informazioni e presentazioni dell'offerta formativa in diretta

dall'aula magna, oltre a molti materiali informativi e di consultazione. La piattaforma è quindi rimasta attiva per tutto l'anno, con video, brochure, informazioni e dati utili per l'orientamento continuo dei futuri studenti.

Nel 2021 la piattaforma Porte aperte Digital edition sarà rinnovata con la nuova offerta formativa e ospiterà nuove attività, realizzate in coordinamento con la Commissione orientamento e tutorato. Sarà inoltre rafforzata l'integrazione con il portale Sapienza, anche per una più immediata visibilità, e i contenuti saranno declinati in modo da essere fruibili durante tutto l'arco temporale annuale.

Azioni 2020	Azioni 2021
Realizzazione della piattaforma di orientamento online Porte aperte Digital Edition ✓	Edizione della piattaforma di orientamento online con nuove attività, maggiore integrazione con il sito Sapienza e visibilità
Strutture coinvolte: Arof, Arss, Dipartimento Saras, InfoSapienza, Assco, Centro Crea e altre strutture	

c) Informazione per la sicurezza degli studenti e del personale

L'insorgere della pandemia da COVID-19 ha richiesto sin dai primi mesi del 2020 un lavoro puntuale di comunicazione di servizio sulle azioni relative alla sicurezza degli studenti e del personale rispetto al rischio rappresentato per tutti dal diffondersi del nuovo coronavirus. Queste comunicazioni hanno riguardato le regole di comportamento anti-Covid, in particolare applicate alla didattica in aula, i protocolli da seguire per l'ingresso nelle sedi universitarie, le procedure necessarie quando si riscontra un caso confermato di COVID-19 alla Sapienza. Per raggiungere i diversi target sono stati utilizzati tutti i canali di comunicazione disponibili, in modo

integrato: invio di messaggi in mailing list, avvisi sulla home page e pagine di approfondimento sul sito, produzione di messaggi video e diffusione sui social media.

Nel 2021 sarà necessario proseguire questa attività, in coordinamento sempre più stretto con gli uffici della Sapienza che si occupano di salute e sicurezza relativamente all'emergenza Covid. Dovrà essere data particolare enfasi non solo alle regole per evitare il contagio, ma anche alle azioni positive che si renderanno possibili nel corso del tempo per contenere il virus, come l'adesione alla campagna vaccinale e alle campagne di screening con i diversi test diagnostici.

Azioni 2020	Azioni 2021
Comunicazione di servizio integrata sulle misure di contrasto a COVID-19, per la salute e la sicurezza di studenti e dipendenti della Sapienza ✓	Prosecuzione della comunicazione di servizio integrata sulle misure di contrasto a COVID-19, con particolare enfasi sulle azioni positive
Strutture coinvolte: Ufficio Alta vigilanza, Assco, Arss, InfoSapienza, Centro di medicina occupazionale	

d) Comunicare la sostenibilità

Nel 2020 l'Ateneo ha realizzato ciò che era stato programmato sia nel Piano di comunicazione sia negli obiettivi di performance del Piano integrato triennale: il Bilancio sociale, dopo un'edizione di transizione nel 2019, è stato compiutamente convertito nel Rapporto di sostenibilità, un documento dedicato alla rendicontazione dei risultati e dei servizi resi dalla Sapienza alla collettività, con puntuale illustrazione di tutte le attività che contribuiscono al raggiungimento degli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni unite (Sustainable Development Goals – SDGs).

Parallelamente è stato creato sul sito istituzionale il portale Sapienza sostenibile, interamente dedicato al

tema della sostenibilità, con sezioni riguardanti le iniziative didattiche, la ricerca, il piano energetico e le misure per la mobilità, oltre a un mosaico a 17 tessere rappresentativo, anche graficamente, dei risultati conseguiti per ciascuno degli SDGs.

A fine anno questa attività di comunicazione esterna è stata alla base della raccolta di informazioni e dati per la partecipazione al ranking internazionale Impact dell'agenzia Times Higher Education.

Nel 2021 questa attività di comunicazione troverà continuità con una nuova edizione del Rapporto di sostenibilità e con l'aggiornamento del portale Sapienza sostenibile.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Ampliamento dei contenuti del Bilancio sociale e di sostenibilità con monitoraggio di tutti i risultati conseguiti dall'Ateneo in collegamento con gli Obiettivi di sviluppo sostenibile ✓ • Ampliamento e strutturazione dei contenuti della sezione Sapienza sostenibile sul sito di Ateneo ✓	• Nuova edizione del Rapporto di sostenibilità • Aggiornamento del portale Sapienza sostenibile
Strutture coinvolte: Assco, con il contributo di tutte le altre Aree per i rispettivi progetti collegati agli Obiettivi di sviluppo sostenibile	

e) Comunicare la terza missione

La terza missione sta assumendo un ruolo sempre più rilevante tra le attività universitarie e anche la Sapienza è impegnata su questo fronte con iniziative e progetti, sia centrali sia promossi dalle strutture. Queste azioni rappresentano dunque un elemento rilevante per tutto l'Ateneo, che può mettere a disposizione dei suoi stakeholder e del territorio le proprie competenze, capacità e peculiarità con riferimento a due principali ambiti: valorizzazione della ricerca, e produzione di beni pubblici, sociali e culturali.

Per sostenere concretamente il potenziamento delle attività di terza missione, che sono e saranno sempre di più strettamente integrate con la stessa comunicazione di Ateneo, con un'attenzione particolare al *public engagement*, nel 2020 è stato promosso un bando interno con il duplice scopo

di finanziare le attività più rilevanti presentate da facoltà, dipartimenti e centri di Sapienza e di fornire un'indicazione strategica per la programmazione delle attività delle strutture.

Rendere visibile l'attività di terza missione diventa quindi indispensabile, così come avviene da molto tempo per le prime due missioni, la didattica e la ricerca. Dopo alcune attività preparatorie avviate nel 2020, nel 2021 la Sapienza intende realizzare un canale del sito istituzionale interamente dedicato alla terza missione. La struttura del canale si fonda sul lavoro già avviato nel 2020 dalla cabina di regia per la terza missione, che ha elaborato un cruscotto per la definizione, la programmazione e il monitoraggio di queste attività.

Azioni 2020	Azioni 2021
Preparazione di un progetto di massima per la comunicazione della terza missione ✓	Realizzazione del canale tematico del sito web dedicato alla terza missione
Strutture coinvolte: Asurt, InfoSapienza, Assco	

f) Presenza nelle classifiche universitarie internazionali

Anche nel 2020 le attività di comunicazione reputazionale collegata ai ranking universitari è proseguita grazie al buon posizionamento dell'Ateneo e a una tempestiva divulgazione della performance della Sapienza in coincidenza con la pubblicazione delle classifiche. In particolare sono stati valorizzati il primo posto in Italia nella classifica Cwur, la collocazione tra le prime tre università italiane nella classifica Arwu, pubblicata a Shanghai, il posizionamento tra le prime 200 università mondiali nella classifica Qs World University Ranking. L'invio del magazine sulle notizie scientifiche della Sapienza destinato

al pubblico accademico internazionale è stato mantenuto a 4 numeri annuali, con circa 80 notizie divulgate.

A fine anno, come indicato nel Piano di comunicazione 2020, sono stati raccolti e inviati i dati necessari per la partecipazione al ranking Impact, in collegamento con l'ampio lavoro previsto per comunicare Sapienza sostenibile (obiettivo b).

Per il 2021 è previsto di proseguire l'attività di comunicazione per la valorizzazione dei risultati di Ateneo nei ranking.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Monitoraggio dei ranking e valorizzazione comunicativa dei risultati ✓ • Invio dei dati, valutazione e valorizzazione dei risultati per il nuovo ranking QS Impact dedicato alla sostenibilità ✓	• Monitoraggio dei ranking e valorizzazione comunicativa dei risultati ✓
Strutture coinvolte: Assco, Ari, InfoSapienza, Asurt	

g) RadioSapienza

RadioSapienza, nata inizialmente dalla collaborazione con RadioRai, è la web radio di Ateneo che dà spazio alla creatività e alla professionalità di studenti, docenti e personale tecnico amministrativo. La radio, a servizio di tutta l'Università, è collocata presso il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale (Coris) e coinvolge studenti di varie facoltà e dipartimenti Sapienza.

Oltre alla diffusione attraverso il portale www.radiosapienza.net e la trasmissione in diretta streaming, RadioSapienza è disponibile anche sul canale Youtube <https://www.youtube.com/c/RadioSapienzaWebradio>.

Il sito della radio propone un ricco palinsesto di news.

RadioSapienza è rappresentata sui social e dal 2018 anche all'interno dell'app Infostud, l'applicazione per il portale informatico della carriera universitaria.

Con la pandemia le attività sono state adattate alle esigenze del nuovo scenario, svolgendosi prevalentemente a distanza. Nello stesso periodo, RadioSapienza è stata partner dell'iniziativa CNR #LaMiaVitaDopoIlCOVID: la ricerca scientifica dialoga con i giovani, con un programma trasmesso su

YouTube a partire da aprile 2020.

Sono inoltre proseguite le attività di disseminazione dell'iniziativa promossa da Ministero della cultura (Mic) e Siae CineOnu Italia, collegata ai temi dell'agenda Onu.

A settembre 2020, come già nel 2019, RadioSapienza ha collaborato con il prestigioso premio internazionale Prix Italia – Rai.

Queste iniziative, che troveranno continuità nel 2021, si aggiungono all'impegno costante di RadioSapienza nelle attività di disseminazione dei risultati della ricerca a livello territoriale, nazionale e internazionale, anche attraverso la partecipazione all'associazione dei media universitari Raduni.

Anche nell'anno accademico 2020-2021 RadioSapienza continua a garantire l'informazione di servizio alla comunità Sapienza e, a partire dal secondo semestre, a trasmettere dal lunedì al venerdì con un palinsesto quasi integralmente curato dagli studenti.

Sarà mantenuto anche lo spazio informativo CoriStation, ideato dal personale del Coris a favore degli studenti e la collaborazione con il progetto Gong – Gruppo orientamento nutrizione giovani.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Prosecuzione delle iniziative in collaborazione con Mic/Mur • Continuità delle trasmissioni con palinsesto di quattro appuntamenti al giorno dal lunedì al venerdì ✓ • Nuova call per la collaborazione all'area regia ✓ • Partecipazione alle iniziative dell'associazione dei media universitari Raduni ✓	• Prosecuzione delle iniziative in collaborazione con Mic/Siae • Continuità delle trasmissioni con palinsesto di quattro appuntamenti al giorno dal lunedì al venerdì • Partecipazione alle iniziative dell'associazione dei media universitari Raduni
Strutture coinvolte: Dipartimento Coris, Assco	

h) Insegne e segnaletica di servizio

L'obiettivo relativo al rinnovo della segnaletica del Palazzo dei servizi generali indicato nel Piano di comunicazione 2020 non è stato completato, in quanto l'emergenza sanitaria ha obbligato a spostare l'attenzione sulla segnaletica Covid, realizzata in emergenza per alcuni edifici della Città universitaria. Nel corso dell'anno è stato invece avviato un progetto di ampia portata per le insegne esterne, cioè il completo rifacimento del sistema di totem fissi che identificano gli edifici e indicano le strutture presenti all'interno di ciascuno di essi. I nuovi totem, realizzati sulla base di un prototipo che coniuga lo stile contemporaneo con il rispetto delle architetture degli edifici universitari, risalenti prevalentemente agli anni

Trenta del secolo scorso, andranno a sostituire l'impianto preesistente, che necessitava di un rinnovo, per l'inevitabile decadimento dei materiali a causa dell'esposizione alle intemperie. L'occasione del rinnovo dei supporti ha consentito di migliorare anche il contenuto comunicativo dei totem, con l'inserimento di una piantina su ogni totem, la descrizione puntuale delle strutture e dei servizi ospitati dall'edificio, la citazione del nome storico dell'edificio, affiancato alla numerazione introdotta alcuni anni fa per la razionalizzazione delle mappe delle sedi universitarie.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Rinnovo della segnaletica del Palazzo di servizi generali Convertito in segnaletica di emergenza Covid	• Rifacimento del sistema di totem fissi nelle sedi universitarie
Strutture coinvolte: Age, Assco, Arss	

i) Valorizzazione del marchio e del patrimonio

Nel 2020 sono stati realizzati entrambi gli obiettivi previsti dal Piano di comunicazione 2020 per la valorizzazione del brand Sapienza nell'ambito del merchandising. Nonostante un parziale rallentamento dovuto all'insorgere della pandemia, nel primo semestre dell'anno gli studenti sono riusciti a completare l'elaborazione di un video dedicato al tocco Sapienza. Il video è stato diffuso sui social media e sul sito. In prossimità delle feste natalizie, il catalogo del merchandising si è arricchito della nuova borraccia, in acciaio certificato, rosso Sapienza e termica. L'articolo è stato promosso con iniziative di dedicate. Nel 2021 è previsto che sia rinnovato il corredo fotografico promozionale per i prodotti del merchandising, consentendo così di proseguire la

comunicazione social del brand Sapienza.

Successivamente al periodo di lockdown generale e nel rigoroso rispetto dei protocolli di sicurezza, nel 2020 sono proseguite le visite guidate al patrimonio architettonico della Città universitaria e all'edificio del Rettorato, con l'Aula magna e il dipinto murario di Mario Sironi. Il patrimonio immobiliare dell'Ateneo è stato anche scelto, dai principali operatori del settore, come location per numerose serie tv e film per le principali piattaforme di streaming; la limitazione della didattica in presenza ha fatto sì che le riprese cinematografiche si svolgessero senza ripercussioni sull'attività dell'Ateneo. Nel 2021, le attività di valorizzazione del patrimonio proseguiranno con la promozione del patrimonio artistico-architettonico dell'Ateneo, orientata agli operatori culturali.

Azioni 2020	Azioni 2021
• Diffusione dei nuovi video realizzati dagli studenti per il merchandising e valorizzazione di nuovi gadget collegati alla sostenibilità ✓ • Valorizzazione del patrimonio architettonico	• Rinnovo del repertorio fotografico promozionale del merchandising di Ateneo • Prosecuzione della comunicazione social sul merchandising • Valorizzazione del patrimonio architettonico
Strutture coinvolte: Apse, Assco, Asurt	



I suggerimenti degli studenti

Anche per il Piano di comunicazione 2021 gli studenti rappresentanti in Senato accademico e in Consiglio di amministrazione hanno dato la loro disponibilità a un confronto, dal quale sono emerse valutazioni e suggerimenti utili a integrare il piano di comunicazione.

In generale i rappresentanti degli studenti hanno manifestato apprezzamento per la continuità di comunicazioni nei confronti degli studenti, realizzata integrando sito web, messaggi di posta elettronica e social media, in particolare Instagram. I rappresentanti hanno sottolineato che il sito deve restare la fonte di informazione sicura, intuitiva, chiara, e necessariamente ufficiale, mentre i social media devono porsi come strumento di supporto non secondario e sul quale puntare sempre di più.

Tra le proposte di miglioramento dei servizi di comunicazione:

- Categorizzare i messaggi inviati attraverso la posta elettronica, rendendo più facile una lettura "selettiva" delle mail. Questo risultato si potrebbe ottenere etichettando le differenti tipologie di comunicazione (per esempio scadenze amministrative, opportunità, eventi culturali).

- Promuovere con maggiore incisività l'uso della casella di posta elettronica universitaria (tutt'ora docenti e strutture comunicano anche sulla posta privata dello studente), in modo da rendere cogente la consultazione della mail istituzionale.

- Migliorare il rapporto tra utenti e uffici nelle comunicazioni via mail con le Segreterie studenti, a partire dall'uso del nome dello studente nelle formule di apertura e della firma del funzionario in calce alla comunicazione.

- Promuovere un utilizzo dei social network, in particolare Instagram, maggiormente espressivo, attento agli studenti e meno "verticale" - ferma restando la necessità di Sapienza di mantenere un'identità istituzionale - ideando format e interazione nelle stories e attività di vario tipo, anche pensate dagli stessi studenti o rappresentanti.

Si ringraziano per il contributo i rappresentanti degli studenti in Senato accademico e in Consiglio di amministrazione: Giulia Baldacci, Paolo Brescia, Claudia Caporusso, Valerio Cerracchio, Riccardo Di Pangrazio, Lucia Lombardo, Francesco Montagnese, Riccardo Paolini.

*Il Piano di comunicazione è elaborato dall'Area Supporto strategico e comunicazione
– Ufficio Comunicazione con il supporto dell'Area Servizi agli studenti*