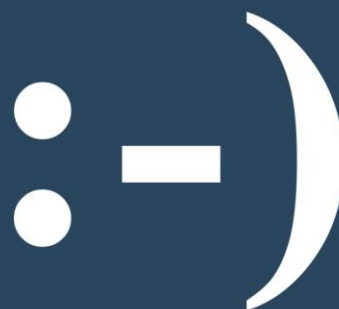


Piano di comunicazione 2018

Iniziative e proposte per un anno di Sapienza



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Piano di comunicazione 2018

Iniziative e proposte
per un anno di Sapienza

Area Supporto strategico e
comunicazione

Ufficio Comunicazione – Settore URP

“La comunicazione deve essere utile ai destinatari, non a chi la promuove ”

Sergio Mattarella, intervista a GNOSIS

<http://gnosis.aisi.gov.it/sito%5CRivista15.nsf/servnavig/5>

Sommario

Il Piano di comunicazione 2018

Gli obiettivi del Piano strategico e la comunicazione	5
Struttura e contenuti del Piano di comunicazione 2018	8
Sviluppo edilizio e centralità degli studenti: le sfide del 2018	9
Il confronto con gli studenti sul Piano di comunicazione 2018	12

Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione	14
---	----

Il Piano di comunicazione 2018

Gli obiettivi del Piano strategico 2016-2021 e la comunicazione

Il Piano di comunicazione 2018 – nona edizione del documento – conferma la duplice valenza già evidenziata negli ultimi anni: pur essendo anzitutto uno strumento di pianificazione operativa del lavoro, fa parte di quell'ampio *corpus* di documenti di programmazione e di valutazione dell'Ateneo che contribuiscono in senso sostanziale a garantire trasparenza alla “casa di vetro” Sapienza.

Il Piano è elaborato regolarmente dal 2009, secondo le indicazioni della legge 150/2000 sulla comunicazione delle pubbliche amministrazioni; la Sapienza è stata la prima università italiana a rendere pubblico questo documento.

Anche il Piano di comunicazione 2018 mantiene una strettissima correlazione con il Piano strategico della Sapienza, così da garantire la necessaria coerenza tra gli obiettivi strategici dell'Università e gli obiettivi di comunicazione.

Non si tratta di un mero esercizio editoriale, finalizzato a rendere

omogenea la “serie” dei documenti di programmazione Sapienza, ma di un allineamento puntuale e cogente, necessario per garantire che la comunicazione si muova nella stessa direzione che l'Ateneo ha scelto per il proprio futuro, investendo le risorse comunicative disponibili nei processi di sviluppo indicati dal Piano strategico ed evitando di disperdere energie per progetti di comunicazione magari attraenti e “alla moda”, ma non utili al perseguimento degli obiettivi generali. La coerenza tra obiettivi strategici e obiettivi di comunicazione è quindi illustrata in modo schematico e di facile lettura nella tabella seguente: per ogni obiettivo strategico sono indicati gli obiettivi di comunicazione a supporto, cioè utili al raggiungimento di quello specifico obiettivo strategico e alla sua percezione per il pubblico. Tale corrispondenza costituisce la premessa essenziale del Piano di comunicazione 2018.

TABELLA 1

Piano strategico 2016-2021 e Piano di comunicazione 2018*

Obiettivo strategico (Piano strategico 2016-2021)	Obiettivi di comunicazione a supporto (Piano di comunicazione 2018)
1. Assicurare una didattica sostenibile e qualificata, anche a livello internazionale	a) Attrarre studenti eccellenti, garantire a tutti possibilità di accesso all'Università b) Attrarre studenti internazionali c) Presenza nelle guide e nelle classifiche universitarie e) Servizi di comunicazione all'utenza f) Sviluppo della comunicazione digitale e social h) Pubblicazioni istituzionali e di servizio i) Eventi di Ateneo e presenza a eventi esterni
2. Migliorare la produttività della ricerca e sostenerne la qualità, anche a livello internazionale	f) Sviluppo della comunicazione digitale e social h) Pubblicazioni istituzionali e di servizio i) Eventi di Ateneo e partecipazione a eventi esterni o) Promozione delle attività di ricerca p) Media relations e comunicazione scientifica
3. Perseguire uno sviluppo socialmente responsabile	d) Sviluppo della cultura della comunicazione e della trasparenza e) Servizi di comunicazione all'utenza f) Sviluppo della comunicazione digitale e social g) Implementazione dei media di Ateneo l) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione
4. Garantire spazi, strutture e sviluppo edilizio sostenibile	e) Servizi di comunicazione all'utenza f) Sviluppo della comunicazione digitale e social m) Insegne e segnaletica di servizio
5. Assicurare qualità e trasparenza, semplificazione e partecipazione	d) Sviluppo della cultura della comunicazione e della trasparenza e) Servizi di comunicazione all'utenza f) Sviluppo della comunicazione digitale e social l) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione p) Media relations e comunicazione scientifica

* NB: ogni singolo Obiettivo di comunicazione può supportare più di un Obiettivo strategico e pertanto può comparire ripetutamente, in ordine alfabetico.



Struttura e contenuti del Piano di comunicazione 2018

Il Piano di comunicazione 2018 – redatto dall’Ufficio comunicazione con un particolare contributo del Settore Urp – mantiene la struttura editoriale rinnovata nel 2017, con l’obiettivo di rendere più facile la lettura e la consultazione e quindi di riordinare i contenuti in modo più schematico, meno testuale e più visivo. Il Piano di comunicazione, quindi, pur conservando il suo carattere di documento analitico nel quale parole e testi restano importanti, si propone di offrire al lettore un’impostazione più agile. La parte centrale del Piano di comunicazione, dedicata a obiettivi e azioni, è organizzata attraverso schede-obiettivo: sono previsti un breve testo di presentazione e una tabella che riassume in modo schematico le azioni già programmate a suo tempo per il 2017, la verifica dei risultati conseguiti nel corso dell’anno in termini di azioni effettivamente realizzate, le azioni in continuità e le nuove azioni previste per il 2018, le risorse necessarie, le strutture coinvolte.

Passando dalla forma ai contenuti, il Piano di comunicazione 2018 ha un *focus* particolarmente importante, che sarà trattato nel prossimo capitolo, riguardante lo sviluppo edilizio dell’Università. L’Ateneo, anche grazie a importanti finanziamenti esterni, ha infatti in campo un

ambizioso programma di attività per ampliare gli spazi a disposizione della comunità universitaria, in modo particolare a beneficio degli studenti. Questa politica di rinnovamento strutturale è stata avviata proprio in coincidenza con le iniziative per l’ottantesimo anniversario della realizzazione della città universitaria, celebrato a novembre 2017 in occasione dello svelamento del dipinto murale dell’Aula magna “L’Italia fra le arti e le scienze” di Mario Sironi, dopo due anni di restauro. Sempre a novembre 2017 la Sapienza ha inaugurato anche il moderno complesso Marco Polo, risultato della riqualificazione di un edificio già adibito a suo tempo a centro di smistamento delle Poste. La continuità tra il campus storico, valorizzato dagli interventi di manutenzione e restauro, e le nuove realizzazioni previste nel piano di sviluppo edilizio rappresenta un elemento particolarmente efficace sul piano comunicativo, come sarà illustrato nel prossimo capitolo. Ad agevolare la comunicazione di questo processo di continuo miglioramento sarà il nuovo portale web istituzionale, andato online nell’ottobre 2017. Il sito presenta una struttura dei contenuti totalmente rinnovata che, insieme alla nuova grafica, si propone di facilitare la navigazione da parte degli studenti e degli altri stakeholder.

Le sfide del 2018: sviluppo edilizio e centralità degli studenti

Come accennato nel capitolo precedente, nel 2018 la comunicazione dovrà accompagnare e valorizzare – sia sul piano reputazionale che su quello del coinvolgimento degli stakeholder – l'ampio programma di sviluppo edilizio avviato nel 2017. Grazie al prestito a tasso agevolato concesso dalla Banca europea per gli investimenti, saranno infatti avviati 10 nuovi progetti di grande portata per la realizzazione di nuove biblioteche, laboratori, aule e residenze. Gli obiettivi e le caratteristiche del programma – che sarà portato avanti per la parte amministrativa e gestionale dal nuovo Direttore generale nominato a fine 2017 - sono stati approfonditamente descritti nel Bilancio sociale 2016 (www.uniroma1.it/it/pagina/bilancio-sociale); il medesimo documento nelle prossime edizioni renderà quanto via via realizzato. Compito del Piano di comunicazione 2018 è assumere il programma di sviluppo edilizio come macro-tema di comunicazione, declinandolo in forma di comunicazione integrata: ogni nuovo risultato dovrà essere comunicato all'interno, lanciato sul sito e sui social di Ateneo, promosso sui media esterni, ma anche corredato di adeguata comunicazione di servizio per l'utilizzo delle strutture

da parte degli studenti. Con una buona gestione di queste attività, i progetti di sviluppo edilizio rappresenteranno nel 2018 un vero e proprio volano comunicativo, con ricadute estremamente positive in termini di immagine.

Il piano edilizio della Sapienza ha al suo centro gli studenti come fruitori dei nuovi spazi di studio, di ricerca, di aggregazione e residenziali. La centralità degli studenti sarà dunque un principio da ribadire nella comunicazione relativa al programma di sviluppo dell'Ateneo. Ma più in generale l'impostazione *student-centered* dovrà rappresentare il riferimento costante di tutte le attività di comunicazione della Sapienza.

Nel 2017 questo è avvenuto con la realizzazione del nuovo portale, che ha completamente ribaltato la struttura logica del sito precedente, portando i contenuti e i menu dedicati agli studenti in primo piano. Nel 2018 l'attività proseguirà sui siti di facoltà e dipartimento mantenendo la stessa logica, mentre si approfondirà ulteriormente il lavoro già in corso per migliorare e rendere più uniforme la comunicazione riguardante l'offerta formativa. Particolarmente interessante sul piano comunicativo potrà essere la progettazione di nuovi servizi

informativi per gli studenti, collegati al portale delle carriere Infostud. Anche l'edizione 2017 di Porte aperte alla Sapienza ha rappresentato un salto di qualità dal punto di vista dell'attenzione agli studenti come destinatari della comunicazione; sono stati infatti realizzati un nuovo allestimento e un'archigrafica pensati per un impatto comunicativo più immediato e agevole per le potenziali matricole che visitano l'Ateneo in occasione delle giornate di orientamento. Infine anche per il 2018, coerentemente con l'esigenza di tenere al centro gli studenti, sarà

particolarmente importante proseguire l'attività sui social media di Ateneo. Il 2017 si chiude con il raggiungimento di importanti traguardi, documentati nella tabella seguente, in particolare rappresentati dal raggiungimento della soglia di 100.000 like sulla pagina Facebook principale dell'Ateneo. Questi numeri fanno della Sapienza la prima università pubblica generalista italiana riguardo alla presenza sui social network; nel 2018 tali risultati dovranno essere rafforzati con iniziative editoriali sempre più mirate sui canali web 2.0 dell'Ateneo.

TABELLA 2

Attività sui social media di Ateneo – 2015/2017

Profili sui social media di Ateneo				
	2015	2016	2017	% 2017-2016
"Mi piace" Facebook Sapienza	58.000	80.000	101.000	+26%
Follower Twitter Sapienza	14.500	18.000	26.000	+44%
Follower Instagram Sapienza	-	8.000	14.000	+75%
"Mi piace" Facebook Ciao	30.000	33.500	35.000	+4%

Il confronto con gli studenti sul Piano di comunicazione 2018

Come già nelle edizioni precedenti, i rappresentanti degli studenti sono stati consultati per conoscere la valutazione delle attività svolte e raccogliere i suggerimenti e le indicazioni di priorità rispetto alle azioni future.

Le indicazioni degli studenti sono riportate di seguito; dove è stato possibile, sono state inserite anche nelle singole schede-obiettivo.

- **Campagna di comunicazione di sostegno al nuovo centro sportivo di Ateneo:** prevedere una campagna di comunicazione ad hoc per promuovere il rilancio degli impianti sportivi dell'Ateneo che dal 2018 saranno gestiti in autonomia dall'amministrazione universitaria attraverso un apposito centro.

- **Social media:** avviare la sperimentazione dei cosiddetti "post sponsorizzati" (post inviati anche a segmenti di pubblico non compresi tra i fan della pagina) su temi utili agli studenti.

- **Piattaforma Aule e orari:** migliorare l'aggiornamento (per la maggior parte delle aule non c'è alcuna informazione); prevedere modalità interattive per consentire la prenotazione per iniziative, gruppi di studio ecc.

- **Merchandising:** le azioni messe in campo nel 2017 sono valutate come molto positive;

per il 2018 proseguire con una campagna di comunicazione alla quale potrebbero partecipare come testimonial anche i rappresentanti degli studenti.

- **Posta elettronica:** rafforzare l'uso esclusivo della posta elettronica istituzionale (facoltà e dipartimenti nutilizzano ancora la posta privata degli studenti), anche associando alla posta del dominio uniroma1 eventuali servizi aggiuntivi.

- **Siti web istituzionali:** prevedere un completo allineamento tra il sito centrale e i siti di Facoltà e Dipartimenti per le informazioni che interessano gli studenti, anzitutto per quanto riguarda la didattica (orari delle lezioni, catalogo dei corsi), ma anche per i contatti, in particolare quelli dei rappresentanti degli studenti e dei garanti degli studenti di Ateneo e di Facoltà.

- **Mailing list studenti:** aumentare le informazioni inviate con un'attenta selezione dei contenuti e dei messaggi (per esempio diffondere le informazioni sui concerti di MuSa con la stessa regolarità dei concerti Luc).

Si ringraziano gli studenti Antonio Lodise e Angelo Marzano (Consiglio di Amministrazione) che hanno partecipato al confronto.



Obiettivi e azioni per un anno di comunicazione

a) Attrarre studenti eccellenti, garantire a tutti possibilità di accesso all'Università

Gli studenti migliori restano un target di riferimento per l'Ateneo, coerentemente con la vocazione all'eccellenza; al contempo è necessario garantire pari opportunità di accesso alla formazione universitaria, con particolare attenzione alle fasce sociali più deboli, coerentemente con la funzione di ascensore sociale tipica di una grande università.

Per assicurare questa doppia esigenza la Sapienza negli anni ha messo in campo una serie di misure che premiano il merito, alcune delle quali ulteriormente potenziate nel 2017, tra cui: l'esenzione dal contributo universitario del primo anno per il voto di maturità pari a 100 e un'agevolazione per punteggi da 95 in su, l'esenzione per chi supera il concorso di accesso alla Scuola superiore di studi avanzati, le borse *Wanted The Best* per laureati triennali di altri atenei. Molte di queste esenzioni possono essere mantenute anche negli anni successivi, ottenendo buoni voti agli esami e un numero significativo di crediti formativi. Parallelamente sono state introdotte agevolazioni a tutela di particolari

situazioni familiari: esonero totale dai contributi per Isee entro i 14.000 euro (superiore a quanto indicato dalla legge), agevolazioni per Isee inferiore a 40.000 euro, bonus fratelli-sorelle per famiglie con più di un figlio iscritto alla Sapienza, esenzione totale per gli studenti delle zone terremotate del Centro Italia.

A sostegno di queste politiche nel 2017 è stata realizzata una comunicazione integrata dedicata (sito, social media, giornate di orientamento).

Nel 2018 la comunicazione sulle misure a favore dei meritevoli e sulle agevolazioni proseguirà con i vantaggi offerti dal nuovo sito che consente di pubblicare con maggiore evidenza le informazioni utili agli studenti (alla comunicazione per gli studenti sono dedicate l'apertura delle news in home page nonché tre link specifici). A tali azioni si potrebbe aggiungere, come suggerito dagli studenti, la sperimentazione di post sponsorizzati – cioè di messaggi Facebook mirati a una platea sicura; questo strumento, già programmato per il 2017 ma non attuato, potrebbe essere riconsiderato nel 2018.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
Comunicazione integrata con post sponsorizzati sui social media per divulgare premialità e agevolazioni, in particolare il bonus fratelli/sorelle	Sì (a esclusione dei post sponsorizzati)	Azioni in continuità - Comunicazione integrata sulle premialità per gli studenti migliori e sulle agevolazioni per le fasce deboli Nuove azioni - Valutazione di eventuali post sponsorizzati sui social media per divulgare premialità e agevolazioni
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: ¹ Arof, Arss, Assco, Centro InfoSapienza		

¹ Per le sigle delle Aree amministrative della Sapienza si veda il glossario a pagina 37

b) Attrarre studenti internazionali

La Sapienza negli ultimi anni ha gradualmente aumentato il numero dei propri studenti internazionali (a fine 2017 oltre 7.900) grazie a policy mirate, quali in particolare i nuovi corsi di laurea in lingua inglese, il potenziamento dei servizi di accoglienza messi a disposizione dall'Area offerma formativa e dall'Area per l'internazionalizzazione, diverse opportunità come le borse *Don't miss you chance*. Queste novità sono state sostenute da azioni comunicative specifiche, particolarmente amplificate sui social media. Intenso è stato anche l'impegno per la partecipazione a fiere universitarie, coordinato dall'Area per l'internazionalizzazione, soprattutto in zone del mondo dove vi è una crescente domanda di istruzione universitaria, come l'Asia e l'America Latina.

A fronte di questi risultati, l'ampliamento della platea degli studenti internazionali resta uno dei fattori determinanti di competitività e modernizzazione, considerato anche che questo aspetto è valutato dal Miur per i finanziamenti pubblici agli atenei e dai ranking universitari come fattore premiante.

Nel 2017 sono state portate avanti tutte le azioni comunicative previste dal Piano.

In particolare per quanto riguarda la versione in inglese del sito,

nell'ambito del rinnovo del portale in italiano si è scelto di adottare il sito multilingua che consente la traduzione di tutti i contenuti in un'altra lingua, utilizzando uno strumento messo a disposizione dal software opensource Drupal con cui è realizzato il portale della Sapienza.

I profili social sono stati razionalizzati riducendoli a una sola pagina Facebook in inglese gestita dallo sportello Hello, oltre alla pagina Studiare alla Sapienza dedicata agli studenti stranieri che già parlano l'italiano.

I contenuti in lingua inglese pubblicati sui social media centrali sono stati cadenzati in modo regolare, con una news al giorno lanciata in orario serale, per un totale di circa 300 all'anno, su Facebook e Twitter.

Per il 2018, oltre all'aggiornamento delle pubblicazioni in inglese (tra cui l'infografica Sapienza at a Glance lanciata nel 2016) e alla partecipazione alla fiere internazionali in continuità con il 2017, è previsto il completamento della traduzione delle pagine informative e la messa a regime della traduzione quotidiana delle news del sito. Per questa attività è ipotizzato il coinvolgimento del nuovo Centro linguistico di Ateneo.

Per quanto riguarda i social media, utilizzando le risorse e il workflow redazionale messo a punto per il sito, potrà essere implementata anche la

pubblicazione di contenuti in inglese su Instagram, l'account social che a fine 2017 presenta maggiori prospettive di espansione e dove si

manifesta una forte domanda di contenuti in inglese, adatti anche al pubblico internazionale.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
- Messa a punto della nuova <i>english version</i> del sito e dei relativi flussi redazionali - Aggiornamento della pubblicazione cartacea di presentazione dell'Ateneo; nuovo pieghevole con dati e infografiche - Riordino dei profili social in lingua inglese per garantire univocità e promozione di un ruolo centrale di Facebook Sapienza con incremento dei post in lingua inglese	Sì Sì Sì	Azioni in continuità - Aggiornamento delle pubblicazioni cartacea di presentazione dell'Ateneo (pieghevole con dati e infografiche) Nuove azioni - Completamento della traduzione delle pagine informative e messa a regime della traduzione quotidiana delle news del sito - Avvio di post in inglese sull'account Instagram di Ateneo
Risorse		Interne disponibili
Strutture coinvolte: Ari, Assco, Arof		

c) Presenza nelle guide e nelle classifiche universitarie

Anche nel 2017 la Sapienza, tra gli atenei italiani, si è collocata al top nei ranking universitari internazionali. In particolare le classifiche Cwur e Us News hanno riconfermato la Sapienza al primo posto in Italia. Sul piano comunicativo questi risultati sono stati valorizzati con notizie sul sito e sui canali social e la promozione sui media, soprattutto per quanto riguarda la classifica Arwu - Shanghai Jiao Tong University (Sapienza guida la classifica insieme all'Università di Padova) la cui pubblicazione avviene nel pieno mese di agosto, nella fase di preiscrizione delle future matricole ai test di ingresso.

Nel corso dell'anno il gruppo di lavoro dedicato, che integra diverse aree e competenze, ha proseguito il proprio lavoro di analisi dei risultati e di elaborazione di strategie di miglioramento delle performance nei

ranking. È emerso, come già evidenziato in parte nel 2016, che la forte concorrenza di atenei giovani, soprattutto del continente asiatico, entrati da poco nei ranking, rende più difficile per la Sapienza, e in generale per le università italiane, scalare posizioni, anche in presenza di risultati soggettivi del tutto soddisfacenti.

Dal punto di vista delle azioni comunicative, a fine 2017 è stato lanciato il nuovo magazine di Ateneo dedicato alle scoperte scientifiche e destinato a un pubblico di accademici internazionali allo scopo di aumentare la *reputation* della Sapienza (nello specifico, si veda l'obiettivo p).

Nel 2018 il magazine dovrà proseguire le pubblicazioni per consentire di cogliere positivi effetti in termini di reputazione e posizionamento internazionale.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Monitoraggio dei ranking e valorizzazione comunicativa dei risultati • Rafforzamento della <i>academic reputation</i> attraverso la realizzazione di un magazine scientifico digitale - Obiettivo p)	Sì Sì	Azioni in continuità • Monitoraggio dei ranking e valorizzazione comunicativa dei risultati • Rafforzamento dell'<i>academic reputation</i> attraverso lo strumento del magazine scientifico - Obiettivo p)
Risorse	Aggiuntive disponibili	
Strutture coinvolte: Assco, InfoSapienza, Ari, Asur		

d) Sviluppo della cultura della comunicazione e della trasparenza

Su questo obiettivo nel corso del 2017 sono state soddisfatte tutte le azioni previste dal Piano di comunicazione (corrispondenti ad altrettanti indicatori nel Piano integrato di Ateneo): la redazione del Bilancio sociale e dello stesso Piano di comunicazione, l'aggiornamento di tutti i documenti di Ateneo relativi alla trasparenza, una presentazione dedicata specificamente alla comunicazione all'interno del corso di formazione di base offerto al personale tecnico-amministrativo neoassunto. Una citazione a parte merita la Giornata della trasparenza, organizzata in forma plenaria in Aula magna con l'intervento, tra gli altri, del Presidente dell'Anac, che ha avuto come tema il valore della trasparenza sul piano culturale ed educativo, declinato sotto diversi aspetti, compreso quello linguistico-comunicativo.

Per quanto riguarda il decreto legislativo 97/2016, nel corso del 2017 la condivisione di questo nuovo dettato normativo è stata ampliata attraverso l'emanazione di un Regolamento dedicato e di linee guida esplicative, sulle quali tutte le Aree dell'amministrazione hanno potuto inviare contributi in base alle prime esperienze di applicazione del decreto.

Per il 2018 è certamente necessario dare continuità a queste azioni, rinnovando i documenti di Ateneo relativi a programmazione, rendicontazione e trasparenza e con una nuova edizione della Giornata della trasparenza. È possibile inoltre programmare una revisione del format del Bilancio sociale, allo scopo di rendere più snella e fruibile tale pubblicazione, mantenendo la ricchezza di dati e di informazioni.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
Redazione del Bilancio sociale e presentazione alla Giornata della trasparenza, aggiornamento dei documenti di Ateneo anticorruzione, corsi di comunicazione per i neoassunti	Sì	Azioni in continuità - Aggiornamento dei documenti di Ateneo relativi a programmazione, rendicontazione e trasparenza; nuova edizione della Giornata della trasparenza Nuove azioni - Revisione del format del Bilancio sociale
Comunicazione ad hoc sulle novità introdotte dal dlgs 97/2016	Sì	
Risorse		Interne disponibili
Strutture coinvolte: Arai, Assco		

e) Servizi di comunicazione all'utenza

I servizi di comunicazione all'utenza nel 2017 sono stati supportati dalle azioni specifiche indicate dal Piano di comunicazione, in particolare per quanto riguarda la prosecuzione delle attività ormai consolidate, quali la definizione degli standard di qualità dei servizi, la customer satisfaction, il servizio di informazione itinerante nei periodi di svolgimento dei test di ammissione. Il progetto relativo alla realizzazione di una piattaforma *open* accessibile alle altre amministrazioni pubbliche per la verifica delle autocertificazioni, in particolare riguardo alle carriere studenti (portale Infostud), non è invece ancora stato realizzato. Tale mancato risultato è conseguente a diverse ragioni, soprattutto alla evidenza di altre priorità, quali il rilascio del nuovo sito web, che hanno impegnato i tecnici del Centro InfoSapienza.

Sono state tuttavia avviate le attività prodromiche alla realizzazione dell'infrastruttura tecnica necessaria per l'attivazione dello strumento tecnico. La piattaforma *open* è quindi confermata come azione da prevedere nel 2018.

Nel 2017, in coordinamento con Arof e Arss, si è avviato un lavoro di revisione grafica degli attuali format previsti per i diplomi e attestati emessi dalla Sapienza, in relazione ai diversi titoli di studio rilasciati.

Tale attività, avviata nel corso dell'anno, porterà all'adozione dei nuovi format Sapienza nel 2018, rafforzando il brand di Ateneo anche in questo contesto.

L'apertura di un servizio di informazione via chat per gli studenti, programmata come sperimentazione nel 2017, è stata invece rinviata in considerazione del fatto che è allo studio una piattaforma generale di comunicazione online sia per gli studenti sia eventualmente per altre categorie di utenti.

Infine presso il Ciao, nel corso del 2017, sono state svolte le attività propedeutiche necessarie per avviare un progetto riguardante il supporto alla comunicazione visiva destinata alla platea studentesca. Nel 2018 il progetto dovrà essere realizzato con un apposito bando per selezionare studenti borsisti con specifiche competenze e capacità (grafica, video, videoanimazione, fotografia).

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Standard di qualità dei servizi, indagini di customer satisfaction, servizio di informazione itinerante • Piattaforma open per la verifica delle autocertificazioni sulle carriere degli studenti • Sperimentazione di un servizio di informazione via chat • Supporto alla comunicazione visiva (grafica, video, foto) da parte del Ciao con il contributo delle competenze specifiche degli studenti collaboratori	Sì No No Sì (per quanto riguarda le attività propedeutiche del progetto)	Azioni in continuità • Standard di qualità dei servizi, indagini di customer satisfaction, servizio di informazione itinerante Nuove azioni • Piattaforma open per la verifica delle autocertificazioni sulle carriere degli studenti • Adozione dei nuovi format grafici per diplomi e attestati • Emanazione di un bando specifico per le attività di comunicazione visiva presso il Ciao
Risorse	Aggiuntive disponibili	
Strutture coinvolte: Arof, Arss, InfoSapienza, Assco		

f) Sviluppo della comunicazione digitale e social

Nel 2017, come già detto in precedenza, è stato pubblicato il nuovo sito web della Sapienza, interamente progettato a misura di studente e con un ampio coinvolgimento degli studenti stessi e delle loro famiglie nella fase di test. Il nuovo portale consente il caricamento dei contenuti in molteplici lingue. Si è quindi compiuto un grande passo avanti, rispetto alla situazione di partenza, in cui le informazioni in inglese erano relegate in una *english version* separata.

Come già indicato all'obiettivo b) Attrarre studenti internazionali, nel 2018 dovrà essere realizzato il completamento della traduzione delle pagine informative e la messa a regime della traduzione quotidiana delle news del sito, con la definizione di un *workflow* che dovrebbe coinvolgere il nuovo Centro linguistico di Ateneo.

Oltre all'implementazione del sito multilingua, nel 2018 è prevista l'estensione del nuovo template del portale a tutti i siti delle strutture (facoltà, dipartimenti ecc.), un'operazione che sarà fondamentale per riportare a unitarietà la galassia web della Sapienza. In questo ambito particolare attenzione andrà posta a rendere sempre più univoca la presentazione dell'offerta formativa, come già accennato nel capitolo iniziale dedicato alle sfide del 2018. Il

catalogo dei corsi di studio deve infatti risiedere solo centralmente, essere completato di tutte le informazioni di servizio necessarie ed essere correttamente richiamato sui siti periferici evitando "distrazioni" dal flusso di informazioni ufficiale. Sempre allo scopo di creare coerenza nella comunicazione digitale dell'Ateneo destinata agli studenti, nel 2018 dovrà essere adottato un template unificato per la presentazione dei dottorati di ricerca all'interno della galassia web della Sapienza, mettendo fine alla frammentazione di stili e contenuti informativi presenti in questo ambito. Per quanto riguarda i social media, come già detto all'obiettivo b), utilizzando le risorse e il workflow redazionale messo a punto per il sito, potrà essere implementata anche la pubblicazione di contenuti in inglese su Instagram, l'account social con maggiori prospettive di espansione. Sarà inoltre ulteriormente sistematizzata la condivisione di contenuti fotografici e video realizzati dagli studenti; foto e video saranno in ogni caso i fattori su cui si punterà ancora per far crescere le dimensioni della community social Sapienza e l'interattività sui profili di Ateneo. Per il direct mailing sarà data continuità all'invio delle newsletter e delle rubriche già esistenti.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Pubblicazione del nuovo sito • Implementazione dei contenuti foto e video sui social media, anche attraverso un maggiore coinvolgimento degli studenti • Riordino dei profili social in inglese	Sì Sì Sì	Azioni in continuità • Prosecuzione delle newsletter e rubriche in direct mailing • Sistematizzazione dei contenuti foto e video sui social media, anche attraverso un sempre maggiore coinvolgimento degli studenti Nuove azioni • Adozione del nuovo template del sito da parte delle strutture (facoltà, dipartimenti) • Rafforzamento del Catalogo dei corsi come sede univoca e completa dell'informazione sull'offerta formativa • Adozione del template web unificato per i dottorati di ricerca
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: InfoSapienza, Arof, Assco, Asur, Ari		

g) Implementazione dei media di Ateneo

RadioSapienza, nata inizialmente dalla collaborazione con RadioRai, vuole dare spazio alla creatività e alla professionalità di studenti, docenti e personale tecnico amministrativo. Il progetto è gestito dal Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale – Coris a servizio di tutta l'Università. La web radio collabora con diverse strutture dell'Ateneo e per migliorare la propria dotazione tecnologica si è potuta avvalere del Fondo per le medie e grandi attrezzature. Nel 2017 RadioSapienza ha continuato a trasmettere dal lunedì al venerdì con un palinsesto che prevede in media quattro appuntamenti al giorno, dedicati all'informazione, al cinema, alla cultura, alla scienza, allo sport, agli eventi settimanali e informazioni sui temi universitari. Nel 2017 si è consolidata l'esperienza, già avviata nel 2016, del coinvolgimento degli studenti dell'Alternanza scuola-lavoro (progetto nel quale l'Ateneo è per altro impegnato nel suo complesso). Sono inoltre stati integrati nel laboratorio radiofonico numerosi studenti stagisti provenienti da dipartimenti diversi dal Coris, con l'intenzione di rafforzare il ruolo della radio come

laboratorio a disposizione di tutti gli studenti e della comunità universitaria.

La ripresa dei programmi di studio e la trasmissione in diretta streaming avviene sul canale Youtube

<https://www.youtube.com/c/RadioSapienzaWebradio>

Il sito della radio propone un ricco assortimento di news tra le quali prevalgono l'informazione sulle opportunità culturali presenti in città e la discussione di questioni emergenti nel mondo giovanile. La radio è presente sui social con una pagina Facebook e un canale Twitter, quest'ultimo utilizzato soprattutto per la comunicazione dei grandi eventi.

Per il 2018 la radio proseguirà le attività secondo le linee di indirizzo presenti nel documento "La Sapienza della Comunicazione.

Progetto strategico e linee di azione". In particolare la web radio assicurerà un contributo specifico per la campagna del 5 per mille a favore dell'Ateneo.

Sarà certamente confermato l'impegno nel progetto Alternanza scuola lavoro, con l'inserimento degli studenti delle scuole superiori nelle attività di regia.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
Sviluppo editoriale di RadioSapienza in base alle linee di indirizzo previste nel Progetto di comunicazione Sapienza	Sì	Azioni in continuità - Prosecuzione delle attività secondo le linee di indirizzo "La Sapienza della Comunicazione. Progetto strategico e linee di azione". - Contributo specifico della radio per la campagna di Ateneo per le donazioni del 5 per mille
Risorse		Interne disponibili/Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Assco		

h) Pubblicazioni istituzionali e di servizio

Nel 2017 l'Ateneo ha dato corso alle azioni previste per questo obiettivo, rinnovando tutte le pubblicazioni cartacee a uso degli studenti e del pubblico internazionale, tra le quali l'infografica Sapienza af a glance (di cui si è già detto all'obiettivo c) e le pubblicazioni per le future matricole, riunite nella serie #IoScelgoSapienza, utilizzate durante Porte aperte e in occasione della partecipazione a fiere universitarie.

È stato invece deciso di soprassedere alla produzione a stampa del Piano strategico 2016-2021, in considerazione del fatto che la pubblicazione sul sito istituzionale e la divulgazione del file pdf è risultata sufficiente a garantire visibilità al documento e che la fruibilità dello stesso non sarebbe aumentata con le copie a stampa, in assenza di un piano di distribuzione efficiente.

Il bouquet delle pubblicazioni di Ateneo si è invece arricchito di un pregevole volume rappresentato dal catalogo, uscito a fine 2017, della mostra sul dipinto murale di Mario Sironi "L'Italia fra le arti e le scienze" che decora lo sfondo dell'Aula magna. Il libro, particolarmente curato, si presta a uso di rappresentanza e a divulgazione culturale.

Nel 2018 sarà data continuità agli aggiornamenti delle pubblicazioni destinate agli studenti, oltre alle pubblicazioni in lingua inglese già citate nella scheda obiettivo c). Nel programmare la composizione e la stampa dei materiali per Porte aperte potranno essere introdotte novità in base alle esigenze di razionalizzazione dei contenuti informativi per gli studenti.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
Pubblicazione del Piano strategico 2016-2021	Sì (in formato digitale)	Azioni in continuità Aggiornamento delle pubblicazioni di servizio per gli studenti, con aggiustamenti in base alle esigenze di razionalizzazione delle informazioni
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Arof, Arss, Assco		

i) Eventi di Ateneo e presenza a eventi esterni

In continuità con il 2016, anche il 2017 ha fatto registrare un notevole incremento del numero e del livello degli eventi culturali proposti al pubblico interno ed esterno.

Tra gli eventi realizzati, vanno sicuramente ricordate le manifestazioni per il 60° anniversario dei Trattati di Roma, organizzate in collaborazione con la rete Unica, le celebrazioni per gli ottant'anni della città universitaria e lo svelamento del murale di Mario Sironi restaurato, già descritte nella premessa di questo documento. L'impegno della Sapienza nelle attività culturali è destinato a incrementarsi ulteriormente, a seguito dell'attivazione del centro di servizi Crea, con sede presso il Teatro Ateneo. Lo stesso Teatro, restaurato nel 2017, potrà ospitare numerose manifestazioni ed eventi.

Nel corso del 2017 sono state inoltre inaugurate diverse sedi nuove o rinnovate, come la sala studio H24 di via Scarpa, il complesso Marco Polo, il Ragno blu a San Lorenzo, il Centro congressi di via Salaria. Non è stato invece possibile inaugurare l'edificio di Giurisprudenza a seguito della realizzazione della sopraelevazione, a

causa del ritardo nel completamento dei lavori da parte della stazione appaltante.

Per quanto riguarda gli eventi di orientamento, si è tenuta la consueta edizione di Porte Aperte alla Sapienza, oltre agli incontri distribuiti nel corso dell'anno e alle iniziative capillari presso le scuole.

La Sapienza ha inoltre partecipato, come previsto, a eventi esterni di rilievo quali in particolare il Forum Pa e la Maker Faire, oltre a fiere specificatamente dedicate all'orientamento universitario.

Anche per il 2018 sono confermate le giornate di orientamento Porte aperte, la partecipazione al Forum Pa, con la presentazione di servizi e innovazioni organizzative, e alla Maker Faire, dove saranno esposte le creazioni e invenzioni dei ricercatori e degli studenti della Sapienza.

Infine nel 2018 sempre maggiore rilievo sarà dato all'inaugurazione dell'anno accademico, con una cerimonia di livello internazionale. È previsto che la lectio magistralis sarà tenuta da uno scienziato di fama mondiale; all'evento parteciperanno esponenti del vertice istituzionale italiano.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
- Eventi culturali di Ateneo su temi e figure della cultura internazionale, Porte aperte alla Sapienza, partecipazione al Forum Pa e a Maker Faire - Eventi per gli 80 anni della Città universitaria e per i Trattati di Roma. Inaugurazione di nuove sedi, quali una sala studio H24 e gli edifici Poste San Lorenzo e Giurisprudenza; inaugurazione del dipinto di Mario Sironi in aula magna restaurato.	Sì Sì (a esclusione dell'avvio delle attività del Teatro e della inaugurazione di Giurisprudenza)	Azioni in continuità - Eventi culturali di Ateneo su temi e figure della cultura internazionale, Porte aperte alla Sapienza, partecipazione al Forum Pa e a Maker Faire Nuove azioni - Avvio delle attività del Teatro Ateneo restaurato - Inaugurazione dell'edificio di Giurisprudenza - Cerimonia di inaugurazione dell'anno accademico di livello internazionale con lectio di uno scienziato e presenze istituzionali
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Assco, Cerimoniale, Arof		

I) Campagne di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione

Nel 2017 è stato realizzato quanto previsto dal Piano di comunicazione. In particolare la campagna per le donazioni del 5 per mille all'Ateneo è stata completamente rinnovata con una nuova grafica e un nuovo *claim*. L'attività è stata portata avanti in collaborazione con il Consigliere per la comunicazione e il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale, coerentemente con le linee indicate nel documento "La Sapienza della Comunicazione: Progetto strategico e linee di azione" allegato al piano dello scorso anno. Oltre al nuovo concept della campagna è stato realizzato anche un video con brevi interviste ai giovani ricercatori che hanno avuto opportunità di ricerca grazie al sostegno del 5 per mille. Inoltre, all'interno della programmazione dei futuri assegni di ricerca, è stata assunta come priorità l'esigenza di mantenere la "tracciabilità" degli assegni coperti dai proventi del 5 per mille, così da poter utilizzare in futuro in modo continuativo lo *storytelling*

rappresentato dalle testimonianze dei giovani ricercatori, come momento comunicativo e di rendicontazione verso i contribuenti.

Come programmato, è stata realizzata la campagna "Diamo il meglio di noi", grazie alla collaborazione con il Centro nazionale trapianti, promotore dell'iniziativa. Nella Città universitaria si sono svolte diverse giornate dedicate alla raccolta delle dichiarazioni di consenso alle donazioni di organi, con adesioni significative.

Per il 2018 è prevista una nuova campagna 5 per mille, con particolare valorizzazione delle interviste ai ricercatori.

Sarà inoltre ripetuta la campagna contro il fumo e i mozziconi, pubblicizzando il portacicche del merchandising di Ateneo; infine saranno rafforzate le iniziative contro la violenza sulle donne e sui bambini, in coincidenza con la giornata mondiale del 25 novembre.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Rinnovo della campagna 5 per mille • Giornate “Diamo il meglio di noi”	Sì Sì	Azioni in continuità • Campagna 5 per mille con interviste ai ricercatori • Campagna contro il fumo e l'abbandono dei mozziconi Nuove azioni • Rafforzamento delle iniziative contro la violenza di genere
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Assco, Arof, Apse		

m) Insegne e segnaletica di servizio

La segnaletica Sapienza da diversi anni è impostata secondo un rigoroso sistema e applica una grafica coerente con l'identità visiva dell'Ateneo.

L'accuratezza e la leggibilità di insegne e cartelli risponde all'esigenza di una facile fruizione da parte del pubblico. A partire dal 2016 sono stati completamente rinnovati insegne e impianti di segnaletica in tutte le sedi e gli spazi nuovi o ristrutturati. Questa attività è proseguita anche nel 2017 e nel 2018 vedrà completate le segnaletiche relative alle nuove sedi inaugurate nel corso dell'anno.

Per quanto riguarda i sistemi virtuali, è stata realizzata la prevista estensione del Virtual Tour Sapienza alla sede di Villa Mirafiori, in

coincidenza con l'ampliamento alla nuova sede dell'edificio ex Poste San Lorenzo.

Nel 2018 queste attività proseguiranno puntualmente. In particolare, dovrà essere garantito l'aggiornamento della segnaletica in occasione dell'attivazione di nuove strutture o di ristrutturazioni delle sedi.

Infine sarà necessario mantenere aggiornati i data base che censiscono gli spazi, in modo particolare le aule, in coerenza con le informazioni inserite nel sistema Gomp. Potrà così essere assicurato l'aggiornamento dei dati di utilizzo delle aule da parte delle strutture periferiche.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
- Realizzazione di insegne e impianti di segnaletica nelle sedi rinnovate - Estensione del Virtual Tour alla sede di Villa Mirafiori e all'edificio ex poste	Sì Sì	Azioni in continuità - Aggiornamento segnaletica in occasione di espansioni edilizie o ristrutturazioni sedi - Aggiornamento data base spazi e aule
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Age, InfoSapienza, Assco		

n) Valorizzazione del marchio e del patrimonio

Le azioni previste nel Piano di comunicazione 2017 riguardo a questo obiettivo sono state realizzate. È stata infatti potenziata la comunicazione integrata sul merchandising; a fine anno sono stati presentati al Rettore tre prodotti video realizzati dagli studenti per la promozione specifica dei gadget di Ateneo e ne è stata programmata la diffusione in rete.

Per quanto riguarda la sperimentazione di *product placement* del merchandising Sapienza in produzioni cinematografiche, questa operazione è stata calibrata diversamente da quanto inizialmente pensato, con ottimi risultati. La prima ipotesi di un *product placement* vero e proprio all'interno dei sequel del film *Smetto quando voglio* si è infatti rivelata non percorribile. In collaborazione con la produzione è invece stato possibile realizzare una più ampia attività di promozione del

brand Sapienza e soprattutto della mission universitaria, con un progetto che ha creato opportunità per giovani ricercatori, attraverso un assegno di ricerca, e coinvolto la comunità universitaria. Gli studenti, in collegamento con il progetto, hanno realizzato un contributo video ispirato al film, interviste televisive e servizi radiofonici su RadioSapienza. Per il 2018 si potranno elaborare iniziative mirate sul merchandising sulla base delle indicazioni che emergeranno da un questionario lanciato a fine 2017 grazie alla collaborazione degli studenti (il questionario confluirà in una tesi di laurea).

Sempre nel 2018 potranno essere valorizzati i risultati del bando Mymerchandising emanato per la progettazione di gadget innovativi da parte degli studenti e del personale dell'Ateneo.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
- Potenziamento della comunicazione integrata sul merchandising, in particolare social e video dedicati - Product placement del merchandising in produzioni cinematografiche	Sì Sì	Nuove azioni Iniziative mirate di promozione del merchandising sulla base dei risultati del questionario 2017 e del bando My Merchandising
Risorse		Interne disponibili
Strutture coinvolte: Apse, Assco, Asur		

o) Promozione delle attività di ricerca

Nel 2017 è stato raggiunto un traguardo importante per la promozione della ricerca di Ateneo, con l'apertura ufficiale dell'ufficio della Sapienza a Bruxelles. Questo presidio nel "cuore dell'Europa" consentirà di monitorare da vicino le novità che emergono in ambito comunitario europea per i programmi a favore della ricerca e di tenere i rapporti con importanti agenzie internazionali e soggetti istituzionali che hanno sede a Bruxelles. L'apertura dell'ufficio ha rappresentato un significativo momento di comunicazione istituzionale.

Nel corso dell'anno sono state realizzate le attività di comunicazione a supporto dei progetti di ricerca scientifica previste in sede di programmazione, in particolare l'evento dedicato alla promozione del bando Horizon2020 per il settore Ict e la promozione del progetto USRNet sulla responsabilità sociale della ricerca universitaria, realizzato nell'ambito di Erasmus +. Riguardo a quest'ultimo progetto l'Ateneo ha partecipato anche a una giornata organizzata presso il Parlamento europeo.

Nel 2017 inoltre l'Ateneo ha ospitato la giornata informativa organizzata dall'Appe sui nuovi bandi Horizon 2020 per la Sfida sociale 6 e l'incontro "Infoday Bando H2020 FET Flagship Quantum Technologies", in collaborazione con Cnr e Appe, dedicato alle opportunità di finanziamento relative alle tecnologie quantistiche.

Sempre nel corso dell'anno sono state avviate le attività di comunicazione per il progetto Saperi&Co, in particolare attraverso un sito web e social media dedicati.

Per il 2018 è previsto il lancio pubblico ufficiale del progetto Saperi&Co, con la costituzione del centro che gestirà le attività e che coordinerà il Fablab creato dalla Sapienza all'interno di questa iniziativa.

A questo si aggiungeranno nuovi eventi di comunicazione su un altro importante progetto europeo dedicato alla ricerca responsabile, il progetto Fit4RRI di cui l'Ateneo è coordinatore.

Nel corso dell'anno saranno inoltre organizzate come già in passato incontri e giornate informative sui bandi che saranno via via emanati a livello europeo e nazionale.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Evento nazionale sui bandi H2020 del settore Ict • Lancio di Saperi&Co • Lancio di USRNet	Sì Sì (avvio delle attività di comunicazione) Sì	Azioni in continuità • Incontri di presentazione dei bandi europei e nazionali Nuove azioni • Lancio pubblico ufficiale del progetto Saperi&Co • Eventi di comunicazione per il progetto Fit4RRI
Risorse		Interne disponibili
Strutture coinvolte: Asur, Assco		

p) Media relations e comunicazione scientifica

Nel 2017 le attività di media relations sono proseguite con risultati soddisfacenti. Anche grazie ai numerosi eventi di rilievo istituzionale e culturale organizzati durante l'anno, con la regia del Rettore, del Consigliere alla comunicazione e della governance (tra cui, come ricordato nelle premesse del Piano, il disvelamento del dipinto di Mario Sironi in Aula magna dopo il restauro, alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella), la Sapienza ha trovato ampia visibilità sui media. A questo tipo di notizie si sono aggiunte le novità per gli studenti, le attività di sviluppo edilizio e le circa 40 ricerche e scoperte scientifiche divulgate durante l'anno. Si sono inoltre registrati alcuni casi nei quali l'Ateneo ha saputo gestire con equilibrio news "delicate", potenzialmente critiche, uscendo bene sui mezzi di comunicazione (per esempio il primo licenziamento per il "cartellino" e il permesso concesso a

una dipendente per curare il proprio animale domestico).

Nel 2018, come già riportato nella scheda relativa all'obiettivo c), le attività di media relations e ufficio stampa si arricchiranno del magazine scientifico lanciato a fine anno 2017. A questo proposito sarà necessario portare a regime il flusso di lavoro, confermando la struttura di mini-redazione che è stata sperimentata con il contributo di tirocinanti e consolidato il ruolo dei Prorettori e degli altri docenti esperti nel processo di validazione delle ricerche da inserire nel magazine. Sempre nel 2018 il magazine, così come la newsletter degli appuntamenti che è alla base di questo nuovo prodotto, dovrà auspicabilmente essere portato su un template coerente con il nuovo portale e strutturato in modo da attribuire pesi diversi dal punto di vista grafico alle diverse news, alle interviste e ai commenti, superando la struttura a nastro della newsletter.

Azioni 2017	Risultato	Azioni 2018
• Pubblicazione del nuovo magazine scientifico online in lingua inglese	Sì	Azioni in continuità • Gestione delle media relations a sostegno delle policy del governo Sapienza Nuove azioni • Consolidamento della mini-redazione dedicata per il magazine scientifico e del coinvolgimento dei Prorettori e docenti esperti nel workflow • Riformulazione grafica del magazine scientifico coerentemente con il template del sito
Risorse		Aggiuntive disponibili
Strutture coinvolte: Assco, InfoSapienza, Asur		

Abbreviazioni delle denominazioni delle Aree amministrative della Sapienza

Age Area Gestione edilizia

Aos Area Organizzazione e sviluppo

Apse Area Patrimonio e servizi economici

Arai Area Affari istituzionali

Aral Area Affari legali

Arcofig Area Contabilità finanza e controllo di gestione

Ari Area per Area Offerta formativa e diritto allo studio

Aru Area Risorse umane

Arss Area Servizi agli studenti

Assco Area Supporto strategico e comunicazione

Asurtt Area Supporto alla ricerca e trasferimento tecnologico

Centro InfoSapienza

