Università Iuav di Venezia
Linee strategiche di comunicazione 2024-2025

Indice

1. La missione di Iuav
2. Il ruolo della comunicazione
3. Il pubblico
4. La struttura operativa
5. Gli obiettivi strategici
6. Gli strumenti

1. La missione di Iuav

La quinta missione (Identità, Eccellenza, Comunicazione) è rivolta a tutti gli attuali e futuri utenti di Iuav e ha lo scopo di massimizzare il valore culturale e sociale delle iniziative proposte dall'ateneo e di raggiungere un pubblico il più vasto possibile. Iuav si candida a costituire un riferimento costante e permanente sui temi che la caratterizzano, legati al progetto, alle arti, alla cura, alla conservazione e al rapporto con il territorio. Iuav deve stabilire e accrescere una forma di autorevolezza culturale che consenta di divenire un riferimento a livello nazionale e internazionale.

Le azioni della quinta missione per migliorare la qualità Iuav grazie al processo di revisione sono principalmente le seguenti:

- rinnovare la comunicazione: dal sito web all'ecosistema web Iuav
- rafforzare e consolidare il network di relazioni: Erasmus, Iuav Abroad, Alumni
- digitalizzare le procedure e i flussi documentali.
- riorganizzare l'architettura dell'informazione, raccogliere in un unico database tutte le informazioni
- valorizzare i servizi di ateneo (Biblioteca, Archivio Progetti, etc.)
- rinnovare e qualificare l'editoria Iuav materiale e immateriale.

2. Il ruolo della comunicazione

Il ruolo della comunicazione dell'Università Iuav è finalizzato a mantenere una presenza dell'istituzione coerente, efficace e riconoscibile, sia verso l'interno che verso l'esterno, che ne rafforzi la reputazione e che ne promuova le attività nell'ambito della didattica, della ricerca, della Terza Missione e dell'internazionalizzazione. Secondo quanto indicato nel Piano strategico, la comunicazione costituisce anche l'elemento intorno cui ruota il rinnovamento dell'ecosistema web, la semplificazione digitale dei processi e l'avvio della riorganizzazione per la creazione e gestione dell'informazione dell'ateneo.

A tale scopo questo documento:

- definisce la strategia a breve e medio termine per la costituzione di un ecosistema complessivo e integrato della comunicazione Iuav (EDU);
- sovrintende affinché le attività di collaboratori e fornitori siano rispondenti alla strategia Iuav;
- si occupa di definire e mantenere l'identità istituzionale dell'università Iuav attraverso l'uso coerente di loghi, colori, font e altri elementi visivi, e ne predispone gli strumenti per la gestione;
- rafforza il valore del brand Iuav, promuovendo la comunicazione delle attività dell'università attraverso un linguaggio e un sistema di

identità visiva coerente. Questa attività coinvolge tutti i materiali di comunicazione e promozione su tutti i canali a disposizione;
- sviluppa strategie di comunicazione, contenuti e campagne multicanale che supportino gli obiettivi prioritari di Iuav e che affrontino le sfide del linguaggio e dell'inclusività;
- promuove una comunicazione responsabile, etica, inclusiva e non ostile, rivolta a coltivare una cittadinanza consapevole e informata

3. Il pubblico

La comunicazione istituzionale è strategicamente orientata verso tutta la comunità Iuav costituita da diversi tipi di pubblico, ciascuno con esigenze e aspettative specifiche.

- Studenti e studentesse attuali
- Futuri studenti e studentesse
- Alumni e alumnae
- Docenti, ricercatori e comunità accademica
- Personale amministrativo
- Genitori e famiglie degli studenti attuali e futuri
- Docenti e ricercatori di altre università italiane e straniere
- Partner istituzionali
- Imprese e soggetti privati
- Media e stampa
- Governo e istituzioni pubbliche
- Comunità locale e cittadinanza in generale
- Enti di accredito e valutazione

4. La struttura operativa

All'Ufficio comunicazione spetta il presidio di tutte le attività che hanno un impatto diretto sull'immagine e sul brand dell'Università Iuav e sulla qualità della comunicazione interna ed esterna.
Nello specifico all'Ufficio comunicazione compete:

- coordinare e gestire la comunicazione istituzionale
- progettare, gestire, tutelare e promuovere l'immagine coordinata e il brand Iuav attraverso un Design system incrementale;
- definire i processi per l'accesso agli strumenti di comunicazione da parte di tutti i portatori d'interesse;
- seguire la progettazione grafica, la realizzazione e la diffusione di materiali di comunicazione stampa e web;
- gestire i contenuti della piattaforma web istituzionale e coordinare la redazione diffusa;
- gestire i canali social istituzionali;

- progettare e realizzare materiali video e multimediali;
- gestire l'archivio delle immagini, dei video e dei materiali a stampa;
- mantenere i rapporti con la stampa nazionale e internazionale, fornire i comunicati stampa ai media e curare la Newsletter settimanale;
- coordinare le traduzioni in inglese dei materiali di comunicazione istituzionali e informativi.

Nella prospettiva indicata da queste Linee strategiche per la comunicazione è necessario l'apporto di ulteriori competenze e personale in grado di supportare, nel tempo, il raggiungimento degli obiettivi.

5. Gli obiettivi strategici

Il progetto di ecosistema della comunicazione online e offline dell'Università Iuav (EDU) è l'iniziativa messa in campo per il rinnovamento della comunicazione indicato dal Piano Strategico e ha l'obiettivo di realizzare una comunicazione istituzionale integrata e coerente a tutti i livelli e su tutti i canali utilizzati (web, canali social, stampa, editoria). Un assetto coerente è essenziale per i processi di produzione dei contenuti e per il rafforzamento dell'autorevolezza dell'ateneo. Affinché tale obiettivo possa essere colto nei prossimi anni è

necessaria la collaborazione dell'intera comunità Iuav in uno sforzo collettivo rivolto verso la semplificazione dei processi interni ed esterni rivolti alla comunicazione di dati e informazioni. Allo stesso modo la predisposizione di una rete redazionale diffusa, secondo regole e funzioni che saranno individuate, finalizzata alla creazione dei contenuti web permetterà di ampliare l'offerta comunicativa senza aggravare l'attività dell'Ufficio comunicazione.

Il rinnovamento e la riorganizzazione della comunicazione Iuav avrà l'obiettivo di migliorare:

- il reclutamento di studenti e studentesse
- la visibilità e l'attrattività internazionale
- il trasferimento della conoscenza
- l'inclusività, superamento del gap di genere, mobilità sociale
- la comunicazione interna
- il rapporto con il territorio

6. Gli strumenti

Gli obiettivi strategici qui definiti saranno perseguiti attraverso la predisposizione di strumenti che siano di facilitazione per gli operatori e gli utenti, che siano flessibili per far fronte alle diverse necessità, che siano condivisi per permettere la gestione a una platea allargata di utilizzatori e che siano sostenibili dal punto di vista economico e operativo.
Gli strumenti dell'ecosistema faranno riferimento a due principali output:

1. la piattaforma web
2. il design system

6.1. Piattaforma web

La piattaforma web è un'architettura digitale programmabile progettata per organizzare le interazioni tra diversi tipi di utenti (studenti, docenti,

personale amministrativo) alimentata dall'utilizzo di dati automatizzati e organizzati attraverso algoritmi e interfacce. Il redesign del sito web, dopo quasi 20 anni di esercizio dell'attuale, consente di affrontare in una prospettiva radicalmente innovativa il progetto per la comunicazione digitale dell'ateneo.

La piattaforma web:

- costituirà il principale punto di accesso alle informazioni e ai servizi web Iuav
- permetterà l'aggiornamento decentrato dei contenuti personali e locali (redazione diffusa)
- semplificherà i processi in un'ottica di trasformazione digitale

L'aumento esponenziale, nel corso degli anni, della dispersione del sistema web Iuav evidenzia la necessità di riunire sotto un unico ecosistema istituzionale tutta la comunicazione digitale Iuav. È quindi determinante strutturare un'architettura solida, ma allo stesso tempo flessibile, modulare, riusabile e sostenibile a lungo termine.
Una prima riorganizzazione dell'architettura delle informazioni, della navigazione e dell'interfaccia grafica è già stata sviluppata e sarà online, in una versione di prova, da agosto 2024.
Il completamento del progetto riguarderà l'effettiva trasformazione del portale Iuav in piattaforma e a questo scopo sarà necessaria una stretta collaborazione tra le diverse strutture di ateneo per ridefinire processi e procedure in un'ottica di trasformazione digitale. Dal punto di vista tecnologico sarà sviluppata con un frontend agnostico (indipendente, cioè, dal tipo di piattaforma usata per lo sviluppo) cui corrisponderà la creazione di una libreria Iuav centralizzata di componenti autonomi e uniformi per i vari applicativi digitali.

Per la convergenza verso un unico ecosistema web si prevede di:

- definire le tipologie di strutture e attività per le quali è prevista la produzione di minisiti con una struttura di navigazione personalizzata

- definire le modalità di utilizzo della libreria Iuav da parte di sviluppatori interni e fornitori esterni per uniformare la comunicazione visiva digitale
- coordinare i minisiti esterni con il sito Iuav attraverso l'utilizzo di *web component* predisposte allo scopo
- ricondurre tutti i domini all'interno del sistema Iuav come domini di terzo livello (*xxx.iuav.it*) con redirect verso pagina interna o esterna.

6.2. Design system

Il design system è un insieme di modelli interconnessi e di pratiche condivise organizzate in modo coerente per rispondere alle finalità di un prodotto di comunicazione digitale. Il design system Iuav conterrà quanto necessario per la comunicazione online (web, applicativi, social) e offline (stampa ed editoria) dell'Ateneo.
Il design system è da intendersi come un sistema in continua evoluzione.

Il Design system di ateneo prevede di:

- predisporre una piattaforma online contenente le linee guida per l'applicazione del Design system di ateneo;
- aggiornare e manutenere la piattaforma in un'ottica *endless*
- mettere a disposizione i caratteri tipografici, le palette colori e tutti gli altri asset eventualmente necessari per la comunicazione istituzionale e promozionale;
- elaborare e mettere a disposizione di ogni template necessario per la creazione autonoma di materiali comunicativi nei formati che saranno individuati coerentemente con quanto previsto dalla normativa e dal GDPR;
- predisporre un presidio per la verifica della corretta applicazione del Design system;
- rendere disponibile da parte del servizio comunicazione un supporto per eventuali utenti non autonomi (per la realizzazione degli esecutivi);

- semplificare la comunicazione tra i diversi uffici preposti all’organizzazione delle attività di comunicazione.