

## Strumenti e strategie di una nuova comunicazione istituzionale.

All'Università per Stranieri di Perugia la conferenza annuale dell'Associazione europea dei comunicatori universitari (Euprio)

di Nadia Catarinangeli<sup>1</sup>

*Turn it upside down!* è il titolo che Euprio (*European Universities Public Relations and Information Officers*) ha voluto provocatoriamente scegliere per la sua conferenza annuale 2015. Oltre 280 fra responsabili, addetti stampa, graphic designer e professionisti del web della comunicazione pubblica, provenienti da 27 paesi europei, sono stati ospitati dall'Università per Stranieri di Perugia dal 6 al 9 settembre per esaminare e ribadire il ruolo strategico della comunicazione a livello nazionale e internazionale. Negli ultimi anni gli atenei di tutta Europa stanno affrontando non solo un momento difficile sul fronte delle scarse risorse finanziarie disponibili per la didattica e la ricerca, ma anche una fase di completa rivoluzione per il ruolo chiave che sono chiamati ad assolvere nel processo di sviluppo sostenibile della società della conoscenza. Di conseguenza, la comunicazione istituzionale ha dovuto affrontare anch'essa rapidi cambiamenti di strategie e tecniche, rinnovandosi negli strumenti e nelle professionalità. Di tutto questo si è parlato per tre giorni nelle aule dell'Ateneo di Palazzo Gallenga: le sessioni parallele con una trentina di relatori hanno permesso ai partecipanti di confrontarsi su temi specifici. Petra Wend, vice rettore e direttore della Queen Margareth University di Edimburgo ha aperto la conferenza lanciando un appello: «Il pericolo della perdita di centralità dei sistemi educativi, e dell'università in particolare, è direttamente collegato alla massificazione dei saperi. La comunicazione istituzionale vissuta come valore e risorsa strategica può impedire che ciò avvenga».

Esperti provenienti non solo dal mondo universitario hanno parlato delle loro esperienze professionali di *communication* e *branding* (Rijk van Ark, amministratore delegato del Dipartimento economico della città di Amsterdam; tanto per curiosità, sua è

la campagna *I-Amsterdam*), di nuovi strumenti per il finanziamento delle università come il *crowdfunding* (Ivana Pais dell'Università Cattolica del Sacro Cuore), della comunicazione internazionale per il *recruitment* degli studenti stranieri (Edilio Mazzoleni e Nicole Brini dell'Università Cattolica del Sacro Cuore), di comunicazione attraverso i social media (Elisabetta Zuanelli, docente dell'Università di Roma Tor Vergata), di strategie di rete e comunicazione digitale (Adrian Ebsary dell'Università di Ottawa), di social media e relazioni esterne (Alexander Derno di Deutsche Telekom), di comunicazione della scienza (Nico Pitrelli della Sissa di Trieste, Elena Lazaro dell'Università di Cordoba) e di gestione informativa delle situazioni di crisi (Lilly Korpiola dell'Università di Helsinki). Sono 18 i progetti che hanno partecipato al premio Euprio 2015 per la comunicazione universitaria: il primo classificato è *#IAMIN - Your selfies*<sup>2</sup>, una campagna di recruitment realizzata diffusa tramite i canali social che sarà oggetto di un workshop tenuto da Emma Leech (ideatrice e staff della Comunicazione presso l'Università di Loughborough, Leicestershire) nella Conferenza 2016 ospitata dall'Università di Anversa.

Christine Legrand, Presidente Euprio e Responsabile della comunicazione e delle relazioni con le imprese presso l'Ecole Supérieure de Chimie Physique Electronique di Lione ha così sintetizzato le prospettive di cambiamento del ruolo delle strutture di comunicazione negli atenei di tutta Europa:

«Il cambiamento delle missioni istituzionali delle università ha influenzato fortemente il lavoro dei comunicatori, non solo perché si trovano nell'era digitale: il mutamento più importante riguarda il ruolo dell'università nella società della conoscenza e le aspettative dei target di riferimento, insieme alla diminuzione dei finanziamenti, pubblici e privati che spinge gli atenei europei a percorrere nuove strade per aumentare la propria attrattività, o addirittura per sopravvivere. Nondimeno, nell'era digitale i target sono estremamente eterogenei. Un fenomeno che risulta difficile da controllare e gestire. Le informazioni seguono dinamiche sempre più veloci, i comunicatori devono essere molto reattivi e competenti su diversi fronti. Conseguentemente all'aumento dei target e del flusso dei contenuti, il messaggio va destrutturato e sintetizzato, trasmettendo efficacemente l'essenziale. I social media, ad esempio, rappresentano oggi uno dei canali preferenziali per la diffusione e la fruizione di informazioni destrutturate riguardanti anche la didattica e la ricerca. Linguaggi, canali e professionalità tradizionalmente attribuiti alla comunicazione accademica si stanno adattando alle regole dell'efficienza comunicativa, sempre più indirizzata verso il web».

<sup>1</sup> Ufficio Stampa, Università per Stranieri di Perugia. Membro Euprio (*European Universities Public Relations and Information Officers*) e membro del Direttivo Aicun (Associazione Italiana Comunicatori d'Università)

<sup>2</sup> Loughborough University. *#IAMIN - Your selfies*. <https://www.youtube.com/watch?v=QeRLwnQH7Dw> (URL visitata il 15/12/2015).



1. Cerimonia di Apertura della conferenza Euprio 2015. Aula Magna, Palazzo Gallenga, Univesità per Stranieri di Perugia.



2. Euprio Awards. Presentazione del progetto Smart UNI dell'Università di Lodz, Sala Goldoniana di Palazzo Gallenga, Univesità per Stranieri di Perugia.



3. Euprio Awards. Presentazione del progetto vincitore #IAMIN - Your selfies, Sala Goldoniana di Palazzo Gallenga, Univesità per Stranieri di Perugia.



4. Partecipanti alla conferenza Euprio 2015. Palazzo Gallenga, Univesità per Stranieri di Perugia.