



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DELL'INSUBRIA**

LINEE GUIDA RELAZIONI STAMPA UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELL'INSUBRIA

*Approvato dal Senato Accademico in data 25 marzo 2024, deliberazione n. 51
Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 10 Aprile 2024, deliberazione n. 53
Entrato in vigore il 10 Aprile 2024*



Via Ravasi, 2 – 21100 Varese (VA) – Italia

Tel. +39 0332 21 9136

Email: comunicazione@uninsubria.it PEC: ateneo@pec.uninsubria.it

Web: <http://www.uninsubria.it>

P.I. 02481820120 - C.F. 95039180120

Chiaramente Insubria!



LINEE GUIDA RELAZIONI CON LA STAMPA

INDICE

CAPITOLO 1 – ASPETTI GENERALI.....	3
CAPITOLO 2 – COMUNICATI STAMPA	3
CAPITOLO 3 – CONFERENZE STAMPA.....	4
CAPITOLO 4 – CONTATTI CON I GIORNALISTI	5
CAPITOLO 5 – RASSEGNA STAMPA	5
CAPITOLO 6 – NEWS SUL SITO DI ATENEIO.....	5
CAPITOLO 7 – ATTIVITÀ SUI SOCIAL MEDIA DI ATENEIO	5

CAPITOLO 1 – ASPETTI GENERALI

Il Responsabile delle relazioni con la Stampa è l'Addetto Stampa, che ha il compito di **comunicare informazioni sull'Ateneo**, su eventi, progetti, ricerche scientifiche e pubblicazioni. Il target di riferimento di questa attività sono i giornali divulgativi – cartacei e online, locali, nazionali e internazionali – non le riviste scientifiche e accademiche, e dunque i lettori di riferimento sono lettori cosiddetti “comuni”.

L'Addetto Stampa, come previsto dalla **Legge 150/2000**, è un **giornalista iscritto all'Albo nazionale** dei professionisti o dei pubblicitari.

L'azione dell'Addetto Stampa si espleta attraverso **l'invio di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa**, la realizzazione di video-interviste, la proposta di servizi pensati per una particolare testata e il supporto alle richieste di contatti, approfondimenti e interviste che arrivano dai giornalisti. L'Addetto Stampa **fornisce sempre informazioni corrette, verificate e basate su dati oggettivi e se ne rende garante con la propria firma**; i riferimenti deontologici sono la “Carta dei doveri del giornalista degli Uffici Stampa” del 2011 e, più in generale, il “Testo unico dei doveri del giornalista” del 2019.

L'Addetto Stampa valuta e seleziona le proposte sulla base del **principio della notizia**, la cosiddetta “notiziabilità”. Per notizia si intende un contenuto, un evento, una iniziativa, un articolo scientifico, una ricerca, una intervista, un progetto che possano essere comunicati a nome dell'Ateneo (e non solo dei docenti, dipartimenti, scuole o strutture coinvolti) e possano essere **oggettivamente e giornalmisticamente interessanti al di fuori della comunità accademica**. Nel caso di notizie particolarmente rilevanti o “delicate” dal punto di vista mediatico, l'Addetto Stampa informa anche i delegati del Rettore nella materia in oggetto, e/o i direttori di dipartimento, e/o presidenti dei corsi di laurea, e/o la Governance, al fine di gestire correttamente la comunicazione.

Per quanto riguarda le **missioni all'estero**, viene data copertura alle iniziative promosse dalla Governance, dai direttori di dipartimento e dai delegati del Rettore.

L'Addetto Stampa **non si occupa della promozione delle attività dei docenti** (convegni, libri, eventi) che non siano strettamente legate all'immagine di Ateneo, né degli aspetti organizzativi degli eventi proposti dai docenti.

L'Addetto Stampa utilizza lo strumento delle **mailing list dei giornalisti** – che vengono costantemente aggiornate – e integra l'invio di comunicazioni con una attività di **media relations** puntuale non solo con le testate locali, ma anche con le agenzie di stampa e i punti di riferimento nelle principali testate e televisioni regionali e nazionali.

CAPITOLO 2 – COMUNICATI STAMPA

I comunicati stampa sono testi di **sintesi giornalmistica** e contengono tutte le informazioni necessarie in merito al tema proposto, organizzate in un format semplice e chiaro, facilmente utilizzabile da chi riceve. Rispettano le regole dei principali **manuali di scrittura giornalmistica** (per esempio il Manuale Lepri), che non sono sempre in linea con quelle della scrittura accademica e scientifica (per esempio, nel caso di acronimi e lettere maiuscole); nelle scelte prevale l'aspetto divulgativo rispetto al target di riferimento.

I **comunicati stampa** possono riguardare:

- a. presentazione di eventi/convegni/conferenze organizzati dall'Ateneo;
- b. nuove ricerche scientifiche;



- c. eventi istituzionali di Ateneo (Inaugurazione anno accademico, lauree honoris causa, Open day, Graduation day);
- d. vita di Ateneo (avvio e modalità delle lezioni; avvio immatricolazioni; borse di studio; novità sui servizi, le mense, le aule studio, le biblioteche);
- e. nuovi progetti di edilizia universitaria;
- f. nuovi corsi di studio, master, laboratori;
- g. nuovi centri di ricerca;
- h. convenzioni con enti, istituzioni o imprese;
- i. notizie condivise con altri atenei o con altri enti, con una comunicazione coordinata tra i rispettivi uffici stampa;
- j. presentazione periodica generale di atleti e risultati importanti del Cus Insubria e dei Collegi sportivi.

Per i comunicati stampa a contenuto scientifico l'Addetto Stampa informa il direttore del Dipartimento di appartenenza.

Per richiedere un comunicato stampa è **necessario scrivere una mail** a stampa@uninsubria.it, allegando:

- a. le coordinate e la descrizione (in italiano) di ciò che si intende promuovere, scritta in modo semplice in Word, rispondendo alle 5 "W" giornalistiche "chi, cosa, quando, dove, perché?";
- b. il paper e l'abstract in italiano per le pubblicazioni scientifiche;
- c. una fotografia adeguata al contenuto (il o i docenti, il luogo, il tema o altro), con un taglio orizzontale, meglio se scattata in ambito universitario e, in ogni caso, in una cornice professionale, con il soggetto non troppo in primo piano per consentire diversi tipi di taglio;
- d. il materiale grafico di supporto;
- e. una dichiarazione virgolettata del docente di riferimento.

Le tempistiche per essere inseriti nella programmazione dei comunicati, previa valutazione da parte dell'Addetto Stampa, sono almeno di 10 giorni prima dell'evento, convegno, conferenza, presentazione; apertura delle iscrizioni a nuovi corsi, master ed eventi di formazione; pubblicazione di un articolo scientifico. Per esigenze di programmazione (calendario editoriale) il Servizio si riserva di posticipare l'uscita di notizie ricevute tardivamente.

Le richieste accettate vengono lavorate in ordine cronologico e viene data priorità a quelle segnalate con maggior preavviso e complete della documentazione necessaria. La **data di lancio dei comunicati viene stabilita dall'Addetto Stampa** anche sulla base della programmazione; in generale si evita, per esempio, di inviare due comunicati stampa lo stesso giorno o di promuovere una ricerca scientifica o un convegno in giorni istituzionalmente importanti come l'inaugurazione dell'anno accademico o gli open day. Può accadere che lo stesso tipo di comunicazione sia trattata in modo diverso in diversi periodi dell'anno, a seconda del numero di proposte e delle contingenze del periodo.

CAPITOLO 3 – CONFERENZE STAMPA

Le conferenze stampa devono essere richieste all'Addetto Stampa con un preavviso di almeno 15 giorni. Le conferenze stampa non sono incontri pubblici di presentazione ma **uno strumento di lavoro destinato ai giornalisti**, di conseguenza l'invito deve essere motivato da alcuni fattori:



- a. importanza della notizia per l'Ateneo;
- b. comunicazioni istituzionali della Governance;
- c. necessità di incontrare i giornalisti per approfondimenti e interviste che vanno oltre il comunicato stampa;
- d. necessità di presentare la notizia in presenza di stakeholders, enti e istituzioni.

CAPITOLO 4 – CONTATTI CON I GIORNALISTI

È l'Addetto Stampa a seguire le **media relations dell'Ateneo**, supportando le richieste dei giornalisti per interviste, dati, informazioni, contatti con i docenti, nonché proponendo e organizzando servizi su temi specifici. Inoltre, in occasione degli eventi istituzionali o di convegni di particolare importanza, l'Addetto Stampa si occupa degli inviti ai giornalisti.

CAPITOLO 5 – RASSEGNA STAMPA

L'Addetto Stampa si occupa quotidianamente di **monitorare, correggere e integrare la rassegna stampa** fornita da una agenzia esterna all'Ateneo.

La rassegna stampa non è accessibile a tutti, come era in passato, poiché l'Associazione italiana editori, tramite Promopress, basandosi sulla legge sul diritto d'autore ha emanato disposizioni fortemente restrittive sulla possibilità di diffondere, pubblicare o condividere articoli di stampa o servizi audio-video. L'Addetto Stampa, che è tra i dieci utenti di Ateneo autorizzati a consultare il servizio di Rassegna stampa, si impegna a **segnalare successi o criticità presenti sui media** ai delegati, direttori di dipartimento e singoli docenti interessati.

Tra le attività è prevista anche dell'**analisi periodica della rassegna stampa** per evidenziare la diffusione e la percezione dell'Ateneo sui media.

CAPITOLO 6 – NEWS SUL SITO DI ATENEEO

L'Addetto Stampa **contribuisce alla redazione di articoli per la sezione Notizie del sito di Ateneo**, dove vengono proposti i comunicati stampa, ma anche notizie non destinate ai giornalisti ma rilevanti per la vita accademica.

CAPITOLO 7 – ATTIVITÀ SUI SOCIAL MEDIA DI ATENEEO

L'Addetto Stampa **collabora alle attività di redazione sui social network di Ateneo**, sia per la divulgazione delle notizie dei comunicati stampa e del sito sia con proposte e campagne mirate per eventi particolari.

CAPITOLO 8 – FOTOGRAFIE E PRODOTTI MULTIMEDIALI

Le fotografie sono necessarie per l'invio dei comunicati stampa e per la pubblicazione su sito e social di Ateneo. L'Addetto Stampa ha un archivio fotografico – che viene aggiornato con ogni contributo



inviato – ma è particolarmente importante **rinnovare la comunicazione con immagini sempre nuove**; per questo si chiede collaborazione da parte dei docenti.

L'Addetto Stampa può essere coinvolto nell'organizzazione di **servizi fotografici e video per eventi e campagne istituzionali di Ateneo** e può proporre a sua volta servizi per divulgare particolari progetti di ricerca o novità rilevanti.