



POLITECNICO
MILANO 1863

Linee guida Comunicazione

Senato accademico del 25.01.2010

Aggiornate il 18.04.2016

Premessa

Obiettivi:

- coordinare la comunicazione delle diverse strutture dell'Ateneo in modo da dare una immagine unitaria del Politecnico di Milano;
- rendere più efficiente la comunicazione delle iniziative dell'Ateneo in modo che queste ricevano la dovuta attenzione da parte del mondo esterno;
- promuovere l'immagine dell'Ateneo in Italia e all'estero.

I principi generali ai quali ci si deve riferire sono i seguenti:

- tutte le comunicazioni all'esterno, anche quelle ritenute poco rilevanti, coinvolgono l'immagine dell'Ateneo e quindi la loro ricaduta interessa l'intera comunità del Politecnico e non solo chi della comunicazione è stato il promotore;
- il Politecnico deve essere percepito all'esterno come una comunità unitaria nella quale lo spirito di appartenenza è di gran lunga superiore al desiderio di autonomia;

Utilizzo del Logo del Politecnico di Milano

L'apposizione del Logo del Politecnico:

- deve rispondere ai criteri di immagine coordinata (vedi www.polimi.it/pubblicazioni)
- è incompatibile con l'apposizione di qualsiasi altro Logo/simbolo caratterizzante una struttura dell'Ateneo

L'apposizione del Logo del Politecnico è comunque subordinata all'approvazione del Rettore.

La richiesta, caso per caso, deve essere inviata al Responsabile dell'Area Comunicazione e Relazioni Esterne che darà una risposta entro 7 giorni dalla ricezione della richiesta.

La richiesta può essere omessa nei casi seguenti:

- per attività istituzionali delle strutture dell'Ateneo (Dipartimento, Scuola, Polo, Cluster, Grande Infrastruttura, Laboratorio interdipartimentale, Centro, ogni altra struttura deputata alla didattica e alla ricerca ed Aree e Servizi dell'Amministrazione) su documenti inerenti la funzione specifica della struttura stessa, previa autorizzazione del Responsabile della struttura (mandata per conoscenza anche all'Area Comunicazione e Relazioni esterne). Ci si riferisce in particolare alle attività di ricerca per i Dipartimenti, di didattica per le Scuole, organizzative o di servizio di interesse locale per i Poli.
- per pubblicazioni o eventi di strutture dell'Ateneo tenuti al Politecnico.

Si ricorda che il Logotipo del Politecnico di Milano e i conseguenti recapiti stradali, telefonici e informatici non possono essere apposti su alcun documento che contenga opinioni personali attribuibili solo all'autore del documento ed in particolare in qualunque documento relativo ad attività extra moenia, anche se permessa o autorizzata. In questo caso si devono utilizzare i propri riferimenti e recapiti personali riportando, se lo si desidera, soltanto le seguenti indicazioni:

(es: prof. ing. Giulio Ballio professore ordinario di
nel Politecnico di Milano).

Si ricorda altresì che il Direttore del Dipartimento, il Preside di Scuola, il Prorettore di Polo, i responsabili delle altre strutture sopra indicate, il Direttore generale possono autorizzare l'apposizione del Logotipo del Politecnico di Milano accompagnata dalla denominazione della struttura che dirigono su documenti relativi a lavori istituzionali specifici della struttura, anche a firma di personale non strutturato (docenti a contratto, dottorandi, assegnisti, borsisti, tesisti, prestatori d'opera, ecc.).

Il Direttore del Dipartimento può anche autorizzare che la dicitura del Dipartimento sia accompagnata da diciture individuanti specifici Laboratori, Gruppi di Ricerca, Sezioni del Dipartimento.

Il Preside di Scuola può anche autorizzare che la dicitura della Scuola sia accompagnata da diciture individuanti specifici Corsi di Studio.

Si precisa infine che i consorzi, gli spin-off e le società ospitate nell'Incubatore di Impresa del Politecnico non possono fare uso del Logotipo del Politecnico. Dovranno inserire nel loro logotipo la scritta "consorzio del Politecnico di Milano / spin-off del Politecnico di Milano / società accolta nell'Incubatore di Impresa del Politecnico di Milano".

Promozione di attività istituzionali di didattica e di ricerca

Il Politecnico di Milano concentra tutti i suoi sforzi nel rendere sempre più facile la diffusione delle informazioni tramite web e svolge ogni sforzo affinché le sue attività vengano rese pubbliche e valorizzate dagli organi di comunicazione.

Il Politecnico di Milano adotta la politica di non pubblicizzare mediante inserzioni a pagamento la propria attività istituzionale di didattica, di ricerca e di fornitura di servizi, eccezion fatta per la presentazione di attività di master di I e II livello e dei corsi di formazione permanente.

Deroghe a questa regola possono essere concesse solo dal Rettore, anche in base a motivazioni che riguardino:

- le opportunità di internazionalizzazione dell'Ateneo;
- la diffusione della conoscenza di attività nelle sedi non milanesi dell'Ateneo;
- le attività svolte in cooperazione con altre istituzioni pubbliche e private.

La bozza della pubblicità (comunque da prevedere secondo il manuale di immagine coordinata sopra indicato) va sottoposta in via preventiva al Responsabile dell'Area Comunicazione e Relazioni Esterne che darà una risposta entro 7 giorni dalla ricezione della richiesta.

L'erogazione di contributi in denaro per la pubblicazione episodica di articoli divulgativi relativi ad attività di ricerca è soggetta alla sola approvazione dei Dipartimenti.

La comunicazione di attività e/o di eventi promossi da Strutture dell'Ateneo

L'esperienza di questi ultimi anni dimostra che gli uffici stampa e i giornalisti desiderano ricevere comunicazioni già selezionate e funzionali ai temi che devono trattare. Spesso comunicazioni anche importanti, ma inviate in forma disorganizzata e ripetitiva non hanno il successo che il loro contenuto meriterebbe.

Per tale ragione l'Area Comunicazione e Relazioni Esterne offre alle Strutture dell'Ateneo servizi per:

- supporto nell'individuazione delle attività istituzionali da promuovere;
- redazione e invio di Comunicati Stampa;
- organizzazione di Conferenze Stampa.

Ovviamente per utilizzare tali servizi è necessaria una forte collaborazione della struttura richiedente, in termini di produzione del materiale e di sforzo organizzativo.

Qualora una Struttura dell'Ateneo decida di procedere in modo autonomo, è comunque tenuta a inviare all'Area Comunicazione e Relazioni Esterne il testo di ogni comunicazione con 7 giorni di anticipo rispetto all'invio all'esterno.

Eventi

L'esperienza maturata consente di classificare gli eventi in tre differenti tipologie:

- eventi promossi o patrocinati dall'Ateneo
- eventi promossi da strutture dell'Ateneo (Scuole, Dipartimenti, Poli, Aree dell'Amministrazione, etc.)
- eventi non rientranti nelle tipologie sopra elencate

Eventi promossi o patrocinati dall'ateneo

Rientrano in questa tipologia gli eventi promossi dal Rettorato e gli eventi promossi da strutture di ateneo e/o loro docenti che siano rivolti a un pubblico eterogeneo, trattino argomenti di interesse generale, promuovano l'immagine dell'ateneo nei riguardi della comunità sociale.

La richiesta di promozione o patrocinio va in questo caso indirizzata al Rettore (tramite l'Area Comunicazione e Relazioni esterne: comunicazione@polimi.it) e per conoscenza al responsabile della struttura di afferenza almeno 15 giorni prima dell'evento allegando il programma dell'iniziativa. La richiesta può essere effettuata solo da personale strutturato.

Eventi promossi da strutture dell'ateneo (Scuole, Dipartimenti, Poli, Cluster, Grandi Infrastrutture, Laboratori interdipartimentali, Centri, ogni altra struttura deputata alla didattica, alla ricerca ed Aree e Servizi dell'Amministrazione)

Per eventi di interesse settoriale e per uno specifico pubblico di riferimento, il responsabile della struttura che patrocina l'evento (Preside, Direttore di Dipartimento, Prorettore di Polo, Responsabile di altra struttura, Direttore generale) è autorizzato a concedere il patrocinio autorizzando l'utilizzo del logo con la specifica struttura di riferimento (come da immagine coordinata). Qualora l'evento sia relativo o correlato ad attività oggetto di specifico finanziamento da parte di persone o enti partecipanti (es. master, corsi di istruzione permanente ecc.) il Responsabile della struttura deve confrontarsi con il Rettore per garantire una politica comune di Ateneo.

Il richiedente deve altresì verificare la disponibilità degli spazi necessari interfacciandosi con l'Area Gestione Infrastrutture e Servizi. Le attrezzature disponibili in aula saranno messe a disposizione gratuitamente mentre l'assistenza tecnica specialistica o la presenza di un tecnico per tutta la durata dell'evento sarà onere a carico della struttura richiedente.

Eventi non rientranti nelle tipologie sopra indicate

In questa tipologia rientrano gli eventi organizzati da Associazioni, Consorzi o Enti esterni, anche partecipati dal Politecnico.

In questo caso il Rettore si riserva di valutare se l'evento proposto abbia valenza scientifica, didattica, culturale o promozionale dell'immagine dell'Ateneo e/o possa essere di interesse generale per il personale, gli studenti o i laureati del Politecnico. In relazione a tale giudizio può concedere gli spazi a titolo gratuito o oneroso.

La richiesta va sottoposta all'Area Comunicazione e Relazioni esterne almeno 15 giorni prima della data dell'evento presentando un programma dell'evento.

In questo elenco non sono stati indicati gli eventi studenteschi che seguono l'iter della Commissione permanente studenti.

Merchandising

Il merchandising di ateneo è curato dall'Area Gestione Infrastrutture e Servizi e dall'Area Comunicazione di Ateneo che, d'accordo con i vertici dell'ateneo, decidono i prodotti da realizzare e ne curano la realizzazione.

Le strutture di ateneo possono suggerire nuovi prodotti non presenti in catalogo di cui ravvisano l'esigenza (scrivendo a comunicazione@polimi.it).

Per le strutture dell'ateneo è possibile ordinare e acquistare i prodotti di merchandising non recandosi in negozio utilizzando l'apposita procedura.

Sono stati realizzati anche alcuni oggetti promozionali dell'ateneo non in vendita nei negozi POLISHOP (es. cravatta istituzionale del Politecnico).

Gli altri prodotti realizzati sono stati pensati con una duplice valenza:

- prodotti ad uso principale degli studenti (marchio POLIMI since 1863)
- prodotti ad uso prevalente delle strutture e del personale dell'ateneo (linea più istituzionale, utilizzo del logotipo POLITECNICO DI MILANO)

Essendo lo scopo del merchandising veicolare l'immagine dell'ateneo, non è stato ritenuto utile personalizzare in alcun modo il marchio del Politecnico. Unica eccezione è stata fatta per i prodotti per convegnistica per i quali è stato aggiunto il nome del convegno.

Ritenendo il merchandising strumento di comunicazione dell'immagine dell'ateneo le strutture dell'ateneo sono invitate a non usare altri marchi oltre ai summenzionati e, se non provenienti da POLISHOP, a sottoporre in via preventiva i prodotti da realizzare all'Area Comunicazione e Relazioni esterne (comunicazione@polimi.it).