

<i>Piano di Comunicazione Università</i>	<i>Codice Atto</i>	<i>Numero</i>	<i>Anno</i>	<i>Autore</i>	<i>Estensore</i>
	AA1N	01	2012	AS -RZ - MB	RZ

# PIANO DI COMUNICAZIONE UNIVERSITÀ 2012

Consiglio dell'Ordine Nazionale  
Dei Dottori Agronomi e dei Dottori  
Forestali  
Via Po, 22  
00198 Roma  
[www.conaf.it](http://www.conaf.it)  
[protocollo@conafpec.it](mailto:protocollo@conafpec.it)

Delibera del Consiglio Nazionale n. 263 del 21.12.2011  
Delibera del Consiglio Nazionale n.11 del 25.01.2012

## **INDICE**

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Azioni di Comunicazione Esterna per l'anno 2012.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Ufficio Stampa .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Portale <a href="http://www.conaf.it">www.conaf.it</a>.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Piano Comunicazione con le Università.....</b>	<b>7</b>

## **Introduzione**

Il CONAF è Ente pubblico non economico e come tale, nel rispetto della legge quadro 150/2000 (**Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni**), redige il proprio piano di comunicazione annuale al fine di :

- Programmare le azioni di comunicazione nell'arco dell'anno;
- Garantire la trasparenza dei processi decisionali, rendendo effettivo il diritto di accesso degli Iscritti agli atti dell'Ente;
- Informare con completezza e correttezza gli Iscritti sulle decisioni adottate dal Consiglio Nazionale;
- Informare gli Iscritti sui servizi erogati dal Consiglio Nazionale;
- Incrementare negli Iscritti il senso di appartenenza all'Ordine;
- Raccordarsi nelle azioni di comunicazione con Enti territoriali della Categoria (Federazioni e Ordini);
- Diffondere la cultura della nostra professione nell'ambito della società civile;
- Penetrare la nostra cultura professionale e le nostre competenze nell'ambito delle istituzioni dello Stato e negli organismi europei;
- Raccordarsi con altre associazioni e istituzioni di Categoria di livello europeo e internazionale.

Questo è il quarto piano di comunicazione e sempre maggiore è la convinzione dell'importanza di questo strumento per la pianificazione e la divulgazione delle attività del Consiglio Nazionale.

Nell'anno trascorso si è data attuazione alle azioni impostate nel piano di comunicazione 2011, in coerenza anche con gli obiettivi e le attività fissati all'inizio dell'anno.

I risultati ottenuti in termini di visibilità esterna della Categoria sono notevolmente incrementati come testimonia il *report* fornito dall'Ufficio Stampa, infatti si può constatare l'inserimento dei nostri comunicati, delle nostre interviste nelle principali testate economiche e di settore della carta stampata, del web e delle trasmissioni radiotelevisive.

La comunicazione interna ha visto la strutturazione e programmazione con gli Organi locali dando continuità e concretezza alla rete interna mettendo in campo sinergie che hanno consentito un più facile raggiungimento degli obiettivi fissati.

La realizzazione di eventi CONAF, in collaborazione con gli Ordini e le Federazioni, che, di volta in volta, hanno apportato il loro contributo in termini economici e di organizzazione, ha consentito di attuare al meglio la politica della Categoria volta alla realizzazione di un ordine professionalmente formato, organizzato e compatto.

Gli obiettivi quindi sono essenzialmente gli stessi dei precedenti piani di comunicazione

elaborati dal CONAF in coerenza con il programma che il CONAF si è dato all'insediamento di questa Consiliatura.

Analizzando le azioni di comunicazione programmate per il 2011, preme sottolineare come queste siano state per la gran parte realizzate, in particolare si è dato attuazione a:

1. La distribuzione di firma, tessera e timbro digitale ha raggiunto oggi circa 1.000 Iscritti con un picco crescente negli ultimi mesi dell'anno, diventando sempre più uno strumento di lavoro necessario per accedere ai servizi telematici;
2. Il programma formativo nazionale è stato attuato con incontri e seminari svolti in collaborazione con gli ordini e le federazioni regionali; sarà attivata nel 2012 l'applicazione della tecnologia di e-learning;
3. Si è svolto il XIV congresso nazionale in Sicilia coinvolgendo oltre 600 partecipanti, tra Iscritti, rappresentanti ordinistici, relatori e ospiti;
4. La newsletter è stata rinnovata con ampliamento del suo raggio di spedizione oggi esteso ad oltre 11.000 Iscritti che risultano nel data base nazionale; la stessa è stata estesa ad ordini e federazioni che inviano notizie e comunicati stampa da inserire anche se questo moderno strumento di comunicazione di uso immediato, è da implementare e strutturare per raggiungere in tempo reale una buona fetta degli iscritti.
5. Attribuzione delle PEC: è continuata l'assegnazione gratuita delle caselle di posta elettronica certificata con incremento nel corso del 2011 di circa 1.500 posizioni e raggiungimento ad oggi di 10.604 indirizzi PEC, disponibili in un elenco riservato alle pubbliche amministrazioni tramite accesso con password.
6. Piano di fidelizzazione: nel 2011 è proseguita, in accordo con i vari Atenei e in collaborazione con gli Ordini e le Federazioni, l'azione di divulgazione delle attività professionali agli studenti delle ex Facoltà di Agraria attraverso seminari mirati su specifici argomenti. Questa azione è da potenziare nel 2012 poiché il rapporto tra gli iscritti all'ordine e i laureati è ancora troppo basso.

## **1 Azioni di Comunicazione Esterna per l'anno 2012**

### *1.1. La strategia 2012: un tema al mese*

La comunicazione esterna attuata attraverso i media (giornali, riviste, radio e tv) generalisti e specializzati, con la trattazione di argomenti di maggior rilievo e di interesse per i cittadini su cui incentrare l'attenzione in modo costante e continuo, costituisce la principale attività dell'Ufficio Comunicazione per migliorare ed incrementare la percezione della nostra figura professionale all'interno delle istituzioni e della società civile. Nel corso del 2012, al fine di far percepire al meglio

le nostre competenze, sarà realizzato un piano mensile di comunicazione concentrando tutte le attività su un tema specifico delle nostre attività professionali attraverso il coinvolgimento di tutti i livelli ordinistici mediante i referenti della comunicazione di ciascuna Federazione avvalendosi del coordinamento del Consiglio Nazionale. I temi scelti per il 2012 sono di stretta attualità e selezionati in relazione ai principali eventi nazionali e internazionali:

MARZO il mese della RIFORMA delle <b>PROFESSIONI</b>
APRILE il mese della <b>SVILUPPO RURALE SOSTENIBILE</b>
MAGGIO il mese <b>LE VALUTAZIONI AMBIENTALI E FONDIARIE</b>
GIUGNO il mese della <b>PREVIDENZA PROFESSIONALE</b> e delle <b>PARI OPPORTUNITA'</b>
LUGLIO il mese delle <b>QUALITA' E SICUREZZA AGROALIMENTARE</b>
SETTEMBRE il mese della <b>COOPERAZIONE INTERNAZIONALE</b>
OTTOBRE il mese del <b>PAESAGGIO E BIODIVERSITA'</b>
DICEMBRE il mese sulla <b>SICUREZZA EGESTIONE DEL TERRITORIO</b>

Lo slogan di riferimento per l'intero anno e comune a tutti i temi sarà:

**“Coltiv@LaProfessione”**

La campagna “multi-soggetto” sul nuovo modo di fare professione procederà attraverso:

1. la realizzazione di manifesti e locandine da parte del Conaf e successiva diffusione presso gli ordini, presso le sedi dei principali Enti territoriali (comuni, province, comunità montane e regioni) grazie alla collaborazione dei colleghi degli Ordini distribuiti sul territorio nazionale;
2. area specifica del tema del mese sul portale CONAF [www.conaf.it](http://www.conaf.it) o [www.agronomi.it](http://www.agronomi.it)
3. la realizzazione di brochure in aggiunta a quelle già realizzate esplicitando le principali attività del dottore agronomo, del dottore forestale, dell'agronomo iunior, del forestale iunior e del biotecnologo agrario con una distribuzione capillare presso gli stessi Enti pubblici locali, ma anche presso strutture private, studi professionali, ecc.
4. campagna informativa sul tema della qualità e sicurezza agroalimentare presso gli Autogrill posti nella rete autostradale d'Italia, questa campagna sarà attuata preferibilmente durante i mesi di grande esodo e quindi di maggior passaggio sulle autostrade italiane.
5. incontri, dibattiti e convegni di livello Nazionale organizzati dal Consiglio Nazionale e di livello territoriale organizzati da Ordini e Federazioni.
6. apertura di posizioni e forum di discussione sui principali social network quali Facebook, Twitter, Flickr, Youtube.

Questo modo di agire con il necessario raccordo con le strutture territoriali consentirà

una diffusione capillare del **“Coltiv@LaProfessione”** sui temi trattati con una auspicata ricaduta positiva in termini di visibilità e quindi di attività per l'intera Categoria.

Il programma potrà subire modifiche in corso di attuazione

## **1.2 Ufficio Stampa**

### **1.2.1 La comunicazione esterna e interna dell'ufficio stampa**

Essa sarà dettata dalle tematiche stesse scelte per ciascun mese

### **1.2.2 Azioni Attività Istituzionale**

L'attività dell'ufficio stampa si svolgerà seguendo uno specifico piano di azione e rispettando le tematiche di **“Coltiv@LaProfessione”**: individuazione temi da comunicare; stesura e invio di comunicati stampa; attività di “media relation” con redazioni (nazionali, specializzate e locali). Presa di contatto con stampa, radio e tv nazionale, di settore e locale per la veicolazione delle notizie utili al CONAF e per la creazione di un'immagine consona alle figure di dottore agronomo, di dottore forestale; di agronomo iunior, di forestale iunior e di biotecnologo agrario, convocazione e organizzazione di conferenze stampa; aggiornamento sito internet istituzionale; redazione rivista “AF Dottore Agronomo e Dottore Forestale”; comunicazione di emergenza e crisi; servizio rassegna stampa; accordi di collaborazione con le principali testate di riferimento (generaliste e specializzate).

#### **Attività Mensile Pianificata**

##### **1.2.2.1 Obiettivi**

Il principale obiettivo è quello di rafforzare nei media, generalisti e non, la presenza dei dottori agronomi e dei dottori forestali come categoria professionale. La suddivisione in temi, permetterà mensilmente, di affrontare in maniera approfondita e mirata un argomento scelto dal CONAF. I contenuti saranno di volta in volta comunicati alle testate (giornali, web, radio e tv) generaliste e specializzate, a seconda che si tratti di un tema di interesse pubblico del cittadino-consumatore (es. Qualità e sicurezza agroalimentare) oppure tecnico-professionale.

##### **1.2.2.2 Comunicazione esterna**

I media (giornali, web, radio e tv) saranno informati mensilmente attraverso una modalità operativa che sarà ripetuta per tutti gli undici argomenti trattati:

- Ultimi 2/3 giorni mese precedente: redazione e invio comunicato stampa di presentazione del mese della “Professione” (ad esempio), che dovrà contenere il messaggio politico del consiglio nazionale; proposte, novità, modifiche, ecc. Inoltre saranno comunicate le attività nazionali (CONAF) e locali (Federazioni e Ordini) in programma sull'argomento;
- Per l'intero mese: l'attività dell'ufficio stampa sarà incentrata sulla divulgazione del tema del

mezzo. Saranno redatti comunicati di aggiornamento o di integrazione al comunicato stampa di lancio;

- Appuntamenti: in occasione di appuntamenti pubblici (convegni, workshop, etc.) saranno redatti comunicati stampa *ad hoc*.

### **1.2.2.3 Comunicazione interna**

L'ufficio stampa CONAF divulgherà i propri comunicati stampa ai responsabili della comunicazione della Federazione che a loro volta potranno, nell'ambito dei loro canali di informazione regionali, proporre alle testate di riferimento, il tema promosso dalla categoria per quel mese. Con le stesse modalità i temi scelti dal Consiglio Nazionale possono essere adattati, ove possibile e comunicati anche dagli Ordini provinciali.

### **1.3 Portale [www.conaf.it](http://www.conaf.it)**

Il sito modificato nel 2010 ha un numero di visite di **140.000 circa con 96.000 visitatori** all'anno provenienti anche da USA, Germania, Irlanda, Inghilterra, Francia, Belgio, Spagna, Svizzera e Australia. Maggiore rimane il numero dei visitatori che entrano con accesso diretto ed in misura minore con motori di ricerca. Molti sono gli Ordini e le Federazioni che hanno fatto richiesta del sottodominio per l'apertura del proprio sito che attraverso l'accesso diretto o il portale nazionale porterà ad incremento delle visite, così come il link ai profili CONAF sui social network.

### **1.4 Piano Comunicazione con le Università**

In collaborazione con i Dipartimenti universitari dell'area agraria e gli Atenei, in attuazione del protocollo di Bari, saranno messe in campo azioni per la divulgazione delle attività professionali e della figura del dottore agronomo, del dottore forestale, dell'agronomo iunior, del forestale iunior e del biotecnologo agrario dirette agli studenti universitari volte a orientare i futuri professionisti nella scelta del loro piano di studi e della loro futura professione; questo anno sarà dedicata particolare attenzione ai Dottorandi e agli Assegnisti di ricerca in modo che possano al meglio orientare la loro attività in stretto legame con il mondo professionale.

Il piano prevede oltre a brevi seminari informativi anche la realizzazione di brochure, opuscoli e filmati da pubblicare sui siti degli Istituti di riferimento e distribuire nelle sedi e dipartimenti delle Università. Nei precedenti anni sono state già coinvolte le seguenti Facoltà di Agraria: Bari, Firenze, Sassari, Catania, Padova, Ancona, Udine, Viterbo e Milano.

Di seguito un riepilogo degli Atenei o delle Facoltà in cui nel corso dell'ultimo triennio sono già stati organizzati eventi:

TAB. 1 Facoltà di Agraria ed Atenei già coinvolti

Anno	Facoltà Agraria/Ateneo	Città	Titolo evento
2009	Facoltà di Agraria	BARI	Formazione permanente; firma del protocollo di intesa con la Conferenza nazionale dei Presidi delle Facoltà di agraria
2010	Facoltà di Agraria	FIRENZE	Formazione e rinascimento delle professioni intellettuali
2010	Facoltà di Agraria	SASSARI	Libertà degli studi e liberalità nell'esercizio della professione
2010	Facoltà di Agraria	PADOVA	Etica, legalità ed economia. Quale formazione?
2010	Facoltà di Agraria	CATANIA	Formazione della persona e sviluppo della società
2010	Università politecnica . delle Marche	ANCONA	Formazione professionale permanente dei dottori agronomi e dottori forestali
2010	Facoltà di Agraria	UDINE	
2011	Università degli studi della Tuscia	VITERBO	Giovani, per credere nel futuro
2011	Università degli studi di Milano	MILANO	Giovani, per credere nel futuro

Per l'anno in corso si prevedono due cicli di seminari , uno dedicato ai Dottorandi e agli Assegnisti di ricerca e l'altro agli Studenti, i temi prescelti saranno quelli di [Coltiva@LaProfessione](#)

*A. Le mani giovani della ricerca.*

I dottorandi e gli assegnisti di ricerca di alcuni Atenei italiani protagonisti degli incontri a:

- Pisa (aprile 2012)
- Torino (ottobre 2012)
- Napoli (novembre 2012)

*B. Giovani, per credere nel futuro* (seguono gli eventi di Viterbo e Milano del dicembre 2011)

- Palermo (29 marzo 2012)
- Potenza (maggio 2012)



**TAB. 2 Atenei per nuovi eventi**

<i><b>Mese</b></i>	<i><b>Ateneo</b></i>	<i><b>Città</b></i>
Marzo	Università degli studi di Palermo	PALERMO
Aprile	Università di Pisa	PISA
Maggio	Università degli studi della Basilicata	POTENZA
Ottobre	Università degli studi di Torino	TORINO
Novembre	Università degli studi di Napoli	NAPOLI

ROMA, 25 Gennaio 2012

*Firmato*

Rosanna Zari

Vice Presidente

e Responsabile della Comunicazione

*Firmato*

Marcellina Bertolinelli

Dipartimento Formazione, ricerca ed  
Università

*Firmato*

Il Presidente

Andrea Sisti