

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNI 2025-2027

Aggiornamento

SOMMARIO

Piano di comunicazione anni 2025-2027- Aggiornamento

Premessa	p.3	Benefit	p.19
L'anima di SSM	p.4	Cerimonie	p.19
Visione	p.4	Formule di Appartenenza	p.20
Missione	p.4	Orientamento in Entrata	p.20
Valori	p.5	Orientamento in Uscita	p.20
Pubblico di riferimento	p.6	Internazionalizzazione	p.21
Stakeholder esterni	p.6	Obiettivi	p.21
Stakeholder interni	p.7	Interlocuzioni strategiche	p.21
Target di reclutamento	p.8	Misurazione dei risultati	p.22
Analisi del constesto interno ed esterno	p.9	Indicatori Qualitativi	p.22
Obiettivi	p.10	Indicatori Quantitativi	p.22
Costruzione brand identity	p.10	Strategie attuative digitali	
Posizionamento Accademico	p.11	Premessa	p.24
Posizionamento Sociale	p.11	Target digitale e strategie	p.25
Posizionamento Media	p.12	Analisi del Target Studentesco	p.25
Posizionamento Marketing	p.12	Analisi del Target Istituzionale	p.26
Cenrtalizzazione comunicazione aree didattiche	p.13	Strategia Multicanale	p.26
Guidelines	p.13	Social media	p.27
Template	p.14	Finalità strategiche	p.27
Creazione sistema integrato di comunicazione interno	p.15	Servizi previsti	p.27
Suggerimento strategico	p.15	Contenuti video	p.28
Finalità principali	p.15	Piattaforme di riferimento	p.28
Strumenti proposti	p.16	Produzione prevista	p.28
Valorizzazione attività didattica e progetti di ricerca	p.17	Obiettivi strategici	p.29
Obiettivi di Comunicazione	p.17	Advertising digitale	p.30
Attività Scientifica	p.17	Canali e strumenti	p.30
Attività Divulgativa	p.18	Motivazioni strategiche	p.30
Servizi agli allievi	p.19	Obiettivi	p.31
Convenzioni	p.19	Approccio operativo	p.31
		Attività cross-mediale	p.32
		Web & Graphic Design	p.33
		Materiali offline	p.33
		Rebranding del sito istituzionale	p.33
		Obiettivi	p.33

PREMESSA

La Scuola Superiore Meridionale (SSM)

è un istituto di istruzione universitaria di alta formazione dottorale ad ordinamento speciale con personalità giuridica di diritto pubblico e autonomia didattica, scientifica, organizzativa, finanziaria, gestionale, amministrativa, patrimoniale e contabile.

La **SSM*** costituisce un unicum nel Meridione d'Italia. Contribuisce ad assicurare una più equa distribuzione delle Scuole Superiori nel territorio nazionale ed ha il duplice compito di concorrere al generale progresso del sistema universitario e di promuovere la collaborazione con le altre Scuole e con le Università, italiane e internazionali.

La Scuola si articola in due strutture accademiche interdisciplinari: l'area umanistico-giuridica e l'area scientifico-tecnologica.

Organizza:

- corsi di formazione pre-dottorale e di ricerca e formazione post-dottorato, rivolti a studiosi, ricercatori, professionisti e dirigenti altamente qualificati;
- corsi di dottorato di ricerca di alto profilo internazionale, che uniscono ricerca pura e ricerca applicata in collaborazione con le altre scuole e università italiane e straniere.

Il Piano di Comunicazione è lo strumento strategico attraverso il quale la SSM si pone i seguenti obiettivi essenziali:

- informare il suo pubblico di riferimento, rendendo l'istituzione pubblica sempre più visibile e identificabile;
- valorizzare la sua missione sociale, creando un forte collegamento con la società civile;
- sviluppare una rete di comunicazione interna per ottimizzare i flussi di informazione tra le varie strutture e allineare con coerenza attività ed iniziative di ciascuna.

Le dinamiche sociali ed economiche degli ultimi anni, a ogni ora più complesse e globalizzate, hanno determinato un cambiamento epocale nelle modalità di comunicazione sempre più influenzate dalla tecnologia, dunque orientate verso il digitale.

In quest'ottica sfidante, e in ottemperanza alla legge 150 del 7 giugno 2000 che disciplina le attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, l'ufficio stampa e comunicazione della SSM affianca ai tradizionali strumenti di comunicazione esterna e interna il mezzo digitale, modulando sapientemente il suo messaggio in base ai diversi interlocutori di riferimento.

*La SSM è stata istituita con Decreto del Ministero dell'Università e della Ricerca n.141 del 27/01/2022 a decorrere dal 2 aprile 2022. Sino al giorno primo aprile 2022 la Scuola Superiore Meridionale ha costituito un Progetto Strategico dell'Università degli Studi di Napoli Federico II che ha svolto il ruolo di incubatore.

L'ANIMA DELLA SSM

Visione

La Scuola Superiore Meridionale si configura come un centro di eccellenza per la produzione, la trasmissione e la valorizzazione dei saperi e delle conoscenze, ponendosi al servizio della formazione delle future classi dirigenti a livello nazionale e internazionale.

La sua visione si fonda sull'idea di un'alta formazione interdisciplinare capace di connettere le discipline umanistiche, scientifiche, tecnologiche, giuridiche ed economiche in un unico ecosistema culturale dove ricerca e didattica si fondono in un percorso unitario.

La SSM ambisce a diventare un punto di riferimento riconosciuto nel panorama accademico globale in grado di incidere sulle dinamiche della società contemporanea e di contribuire alla crescita culturale, economica e sociale del Paese, con particolare attenzione al ruolo strategico del Mezzogiorno come crocevia di scambi e innovazioni, diventando una fucina di nuovi talenti.

La SSM è un sistema complesso che ambisce a radicarsi a livello nazionale e internazionale come punto di riferimento per le giovani generazioni in cerca di competenze e professionalità adeguate ad una società in continua trasformazione.

Missione

La missione della Scuola è attrarre e formare i migliori talenti — diplomati, laureati e ricercatori — offrendo un ambiente accademico di altissima qualità, caratterizzato da un approccio didattico innovativo e da una ricerca innovativa ed eccellente.

Attraverso corsi ordinari, dottorati e programmi di ricerca avanzati, la SSM propone percorsi formativi stimolanti e rigorosi, capaci di preparare i propri allievi a confrontarsi con le sfide e con le trasformazioni culturali, scientifiche e tecnologiche del XXI secolo contribuendo al progresso della società.

La Scuola incoraggia la mobilità internazionale, il confronto interdisciplinare e l'interazione costante con università, enti di ricerca e imprese di livello mondiale, favorendo così lo sviluppo di competenze trasversali e di un pensiero critico aperto e innovativo.

Nel perseguimento di tale missione la SSM riconduce la sua attività ai 3 ambiti essenziali dell'universo universitario:

- **Formazione e servizi agli allievi**
- **Ricerca**
- **Terza missione**

Valori

L'identità della SSM si fonda su tre valori cardine, che orientano ogni sua azione e scelta strategica:

- **Merito**

La Scuola riconosce e valorizza il talento, selezionando i propri allievi e collaboratori esclusivamente sulla base delle capacità, delle competenze e dell'impegno, nel segno dell'inclusione, del benessere e della valorizzazione di ogni individuo della sua comunità senza alcuna discriminazione, indipendentemente dal reddito economico e sociale.

- **Appartenenza**

Entrare nella comunità della SSM significa diventare parte di una rete solida e coesa, basata su collaborazione, dialogo e condivisione di obiettivi. L'appartenenza è intesa come legame che, contestuale e duraturo nel tempo, prosegue ben oltre la conclusione del percorso di studi.

- **Internazionalizzazione**

La Scuola promuove costantemente l'apertura al mondo, favorisce la partecipazione a progetti e network globali, incoraggia l'incontro di culture diverse e lo sviluppo di competenze linguistiche e interculturali indispensabili alla formazione di cittadini e leader capaci di operare in contesti internazionali complessi.



PUBBLICO DI RIFERIMENTO

L'azione della SSM nasce dal confronto continuo e responsabile con una serie di stakeholder, ossia, portatori di interesse, verso i quali l'istituzione intende massimizzare gli impatti positivi delle proprie attività.

Stakeholder esterni

L'azione comunicativa e relazionale della Scuola si estende a una rete articolata di stakeholder esterni, con i quali instaura rapporti di collaborazione, partenariato e scambio di conoscenze.

Tra questi:

Studenti e studentesse e loro famiglie, interlocutori fondamentali, sono i principali destinatari delle attività didattiche e di ricerca; a loro è destinata l'alta qualità della formazione e dei servizi offerti agli studenti, cui è richiesto impegno nel profitto e nella vita comunitaria, e alle loro famiglie il cui ruolo è rilevante nel sostenere il percorso di studio dei figli.

Scuole secondarie di secondo grado, partner nella selezione e nell'orientamento dei giovani talenti; in collaborazione con gli istituti scolastici, la SSM organizza annualmente un'innovativa formula di orientamento che unisce alla presentazione dell'offerta formativa momenti di riflessione tematica sulle contraddizioni che animano il nostro presente; un percorso pensato ad hoc per gli studenti iscritti all'ultimo anno delle scuole medie superiori e che in vista delle proprie scelte universitarie rispondono ad un bando di selezione nazionale per partecipare a 5 giorni di orientamento in residenza sperimentando gratuitamente sul campo il metodo, i ritmi e le opportunità di studio alla Scuola Superiore Meridionale.

Ex allievi e allieve (alumni), ambasciatori dei valori e dell'immagine della SSM nel mondo accademico, professionale e istituzionale frutto di un'esperienza umana condivisa che diventa senso di appartenenza.

Istituzioni nazionali e internazionali, con cui la Scuola collabora per progetti formativi, di ricerca e di innovazione.

Università e centri di ricerca, italiani ed esteri, che condividono la visione di un'alta formazione integrata e interdisciplinare.

Comunità scientifica nazionale e internazionale, destinataria e al contempo fonte di stimoli per il progresso delle conoscenze umanistico giuridiche e tecnologico scientifiche.

Imprese private, attori strategici nello sviluppo di progetti tecnologici, innovazione e placement, sono interlocutori privilegiati come espressione del tessuto produttivo con il quale instaurare scambi virtuosi e significative relazioni.

Enti e organizzazioni no profit, impegnati in attività di impatto sociale e culturale in sinergia con la Terza Missione della SSM.

Stakeholder interni

La Scuola Superiore Meridionale riconosce l'importanza strategica del dialogo costante e strutturato con i propri stakeholder interni, considerati veri e propri attori del processo di crescita e consolidamento dell'istituzione.

Tra questi rientrano:

Gli organi di governo politico, di controllo, consultivi e di garanzia, responsabili dell'indirizzo strategico, della trasparenza e della supervisione delle attività accademiche e amministrative.

I rappresentanti delle associazioni studentesche, portavoce delle esigenze e delle proposte della comunità studentesca interna.

Il personale docente e ricercatore, cuore pulsante della missione formativa e scientifica della SSM, impegnato nella didattica di eccellenza e nella ricerca di frontiera.

Gli allievi e le allieve dei corsi ordinari, dei dottorati e delle attività post-dottorali, protagonisti di un percorso formativo di eccellenza;

I collaboratori a qualsiasi titolo, inclusi visiting researcher e professor, tutor, esperti esterni e consulenti che contribuiscono con competenze specialistiche e know-how internazionale.



Target di reclutamento

In linea con la sua missione istituzionale, la Scuola Superiore Meridionale rivolge le proprie attività di reclutamento a:

Diplomandi e laureandi di talento, caratterizzati da un elevato potenziale accademico e da un forte orientamento alla ricerca e all'approfondimento interdisciplinare.

Ricercatori e ricercatrici altamente qualificati, con competenze distintive e capacità di contribuire in maniera significativa allo sviluppo di progetti innovativi.

Assegnisti di ricerca, già inseriti nel mondo accademico, che intendono accrescere le proprie competenze e rafforzare la propria carriera attraverso un contesto di eccellenza formativa e scientifica.

Questi target rappresentano il capitale umano su cui la Scuola investe, offrendo un ambiente stimolante, risorse avanzate e un network internazionale in grado di favorire percorsi di crescita personale e professionale ai massimi livelli.



ANALISI DEL CONTESTO INTERNO ED ESTERNO

La SSM definisce le proprie strategie alla luce dell'analisi del contesto interno (punti di forza e di debolezza) ed esterno (opportunità ed ostacoli) in cui si trova ad operare tramite matrice **SWOT**: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

Punti di forza/Strengths

- Istituto di alta formazione
- Studentato e benefit
- Offerta formativa
- Investimenti
- Coinvolgimento attivo

Punti di debolezza/Weaknesses

- Corpo docente parzialmente in outsourcing
- Limitati spazi in house
- Visibilità nazionale e internazionale

Opportunità/Opportunities

- Unicum nel Meridione d'Italia
- Joint venture con Università Federico II
- Corpo docente di qualità in house
- Visiting researcher e visiting professor internazionali
- Attrattività della città per i giovani

Minacce/Threats

- Infrastrutture e servizi della città
- Territorialità
- Attrattiva lavorativa
- Istituti alta formazione in Italia e all'estero

OBIETTIVI

Finalità dell'attività di comunicazione è la divulgazione e la valorizzazione della missione e degli obiettivi che la Scuola Superiore Meridionale si prefigge; pertanto essa persegue una strategia orientata e mirata al conseguimento dei seguenti risultati concreti e misurabili:

- Accrescere la percezione della SSM e del suo ruolo di istituzione di alta formazione universitaria portatrice di valori positivi e desiderabili.
- Stimolare l'attenzione e l'interesse della comunità di studenti di talento stimolandoli a eleggere la SSM come luogo di formazione.
- Costruire relazioni durature e virtuose con il tessuto culturale, accademico e imprenditoriale nazionale e internazionale.

Allo scopo, la SSM indirizza il processo di informazione e comunicazione verso la definizione di una precisa identità visiva che traduca in immagine la sua personalità e i suoi valori.

Attraverso un linguaggio visivo chiaro e unificato la SSM vuole:

- radicare il suo carattere istituzionale;
- creare un forte senso di appartenenza per costruire il profilo di una comunità unita;
- aumentare la propria riconoscibilità in Italia e all'estero;
- migliorare la qualità delle comunicazioni.



Costruzione brand identity

La brand identity della Scuola Superiore Meridionale (SSM) rappresenta l'insieme coerente di valori, elementi visivi, linguaggi e comportamenti che ne definiscono l'immagine e ne comunicano la personalità al pubblico esterno ed interno.

La sua costruzione non è un processo meramente esteriore ma un'attività strategica volta a consolidare il posizionamento della SSM come scuola di eccellenza nel panorama dell'alta formazione nazionale e internazionale.

Posizionamento Accademico

La Scuola Superiore Meridionale intende rafforzare il proprio **posizionamento accademico** attraverso una comunicazione chiara, efficace e coerente della propria offerta formativa, della propria identità culturale e delle attività che svolge. L'obiettivo è garantire una **riconoscibilità distintiva** presso altri atenei e scuole superiori, a livello sia nazionale sia internazionale, consolidando relazioni istituzionali e reti di partenariato.

A tal fine, la SSM promuove:

- **Organizzazione di eventi scientifici e divulgativi** quali convegni, simposi, conferenze tematiche e talk, in grado di favorire il confronto tra discipline e di rafforzare la reputazione scientifica dell'istituzione.
- **Programmi formativi speciali** come summer school e workshop intensivi, mirati a offrire esperienze di apprendimento immersive e multidisciplinari.
- **Eventi di infotainment** che coniugano contenuti di alto profilo con modalità comunicative accessibili, pensati per avvicinare un pubblico più ampio alla ricerca e alla cultura accademica.
- **Cerimonie istituzionali** di alto livello, curate per valorizzare i traguardi accademici e il senso di appartenenza alla comunità SSM.
- **Programmi di visiting researchers e professors** di rilevanza internazionale, sia in modalità incoming sia outgoing, per favorire la circolazione di conoscenze e le buone pratiche didattiche e di ricerca.

Posizionamento Sociale

La SSM si propone di consolidare il proprio **posizionamento sociale** attraverso una strategia di apertura e di dialogo con il territorio e con la società civile nel segno della Terza Missione e del public engagement.

In quest'ottica, la Scuola:

- **Promuove e divulga le proprie attività** presso fondazioni culturali, enti locali, club service stimolando forme di collaborazione e co-progettazione di iniziative.
- **Rafforza il legame** con le istituzioni culturali, le associazioni di categoria e le organizzazioni professionali valorizzando il ruolo della SSM come motore di crescita culturale, sociale ed economica.
- **Sostiene progetti di impatto sociale** che riflettano i valori fondanti dell'istituzione favorendo l'inclusione, la mobilità sociale e la diffusione della conoscenza.

Posizionamento Media

Per incrementare la propria visibilità mediatica e rafforzare il brand istituzionale, la Scuola Superiore Meridionale adotta un approccio multicanale e integrato:

Rinnovamento e ottimizzazione del sito web istituzionale con attenzione alla fruibilità, all'accessibilità e alla valorizzazione dei contenuti multimediali.

Campagne di comunicazione mirate sui principali mass media tra radio, televisioni, carta stampata (quotidiani, periodici di settore, riviste accademiche) generalista e di settore.

Potenziamento della presenza sui social media con contenuti strategici e storytelling che raccontino la vita accademica, le storie di successo degli allievi e le attività di ricerca.

Sviluppo di un'app istituzionale per consentire alla comunità accademica di avere a portata di mano tutte le informazioni e i servizi di cui necessità.

Attivazione di canali video dedicati su piattaforme di condivisione come YouTube per la diffusione di lezioni magistrali, interviste, documentari scientifici e reportage sulle attività e sugli eventi della Scuola.

Posizionamento Marketing

La strategia di **posizionamento marketing** della SSM si fonda su azioni mirate di comunicazione promozionale e di brand awareness:

Avvisi pubblicitari e redazionali su speciali universitari, riviste di settore e pubblicazioni generaliste per raggiungere target differenti con linguaggi e format personalizzati.

Campagne pubblicitarie (outdoor advertising) in luoghi strategici ad alta visibilità: cartellonistica stradale, stazioni metropolitane, ferroviarie e marittime, aeroporti, magazine di bordo di compagnie aeree e ferroviarie.

Azioni di marketing mirato per supportare le fasi di reclutamento studenti, promuovere i bandi di concorso e rafforzare il posizionamento della SSM come scuola di eccellenza nel panorama dell'alta formazione.

CENTRALIZZAZIONE COMUNICAZIONE AREE DIDATTICHE

La **Scuola Superiore Meridionale** (SSM) riconosce che una comunicazione efficace e coordinata delle proprie attività didattiche è un elemento strategico per rafforzare la propria reputazione istituzionale, migliorare la fruibilità delle notizie e consolidare la percezione di qualità e coerenza verso tutti i pubblici di riferimento.

Per raggiungere questo obiettivo, la SSM adotta un approccio di **centralizzazione della comunicazione** che consente di uniformare i messaggi, ottimizzare le risorse e valorizzare la propria identità visiva e narrativa.

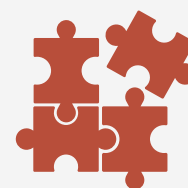
Guidelines

La SSM intende definire e adottare un insieme organico di **norme editoriali** destinate a tutti coloro che producono contenuti per l'istituzione.

Queste linee guida avranno il compito di:

- Stabilire **criteri chiari di redazione** per testi destinati all'ufficio stampa, garantendo uniformità stilistica, precisione terminologica e coerenza con il tono istituzionale.
- Fornire **indicazioni per la produzione di materiali grafici**, assicurando che ogni output visivo rispetti gli standard della **brand identity** della Scuola.
- Regolare la **gestione dei contenuti sui social media**, definendo stili comunicativi, modalità di interazione e formati visivi ottimizzati per ogni piattaforma.

Le guidelines saranno raccolte in una **guida editoriale con norme redazionali convenzionali** da intendersi come uno strumento di riferimento unico, accessibile al personale accademico, al personale tecnico-amministrativo e ai collaboratori esterni.



Template

Per garantire coerenza visiva e rapidità operativa, la SSM realizzerà una serie di **template istituzionali** personalizzati in base alle diverse esigenze comunicative. Questi modelli predefiniti comprenderanno:

Format per eventi accademici (conferenze, convegni, seminari, talk, summer school) con layout coordinato e facilmente adattabile ai contenuti specifici.

Template grafici per locandine, brochure e poster delle attività istituzionali e divulgative.

Formati standard per i social media, progettati per garantire uniformità cromatica, tipografica e stilistica, indipendentemente dal canale di pubblicazione.

Modelli per newsletter e comunicazioni digitali destinate a studenti, alumni, docenti e stakeholder esterni ed interni.

L'uso coerente di questi template rafforzerà **la reputazione e la riconoscibilità del brand SSM**, trasmettendo professionalità e unità d'immagine in ogni ambito della comunicazione.



CREAZIONE SISTEMA INTEGRATO DI COMUNICAZIONE INTERNO

Un **sistema integrato di comunicazione interna** è uno strumento strategico attraverso il quale la **Scuola Superiore Meridionale** promuove il coordinamento, la trasparenza, il senso di appartenenza e la partecipazione attiva di tutta la comunità accademica e amministrativa. L'obiettivo principale è garantire che le informazioni circolino in modo tempestivo, chiaro e uniforme, riducendo le frammentazioni e favorendo la coesione organizzativa.

Suggerimento strategico

Promuovere la **condivisione del lavoro** come prassi organizzativa e come **valore culturale** della SSM. La trasparenza e la partecipazione attiva aumentano l'efficienza e creano una comunità più coesa, innovativa e capace di affrontare insieme le sfide accademiche e gestionali.

Finalità principali

Accrescere l'efficienza operativa

Una comunicazione interna ben strutturata consente di ridurre duplicazioni di attività, ottimizzare l'uso delle risorse e garantire che tutte le unità organizzative lavorino in sinergia.

Rafforzare il senso di appartenenza

La condivisione regolare delle informazioni strategiche e operative favorisce il coinvolgimento, la motivazione e la partecipazione del personale e degli studenti, consolidando la loro identificazione con la missione e i valori della SSM.

Supportare la collaborazione interdisciplinare

Un sistema integrato facilita la creazione di gruppi di lavoro trasversali, potenziando la contaminazione di idee e approcci tra aree differenti.



Strumenti proposti

Piattaforma intranet unica

Spazio digitale condiviso per documenti, calendari, news interne e comunicazioni ufficiali.

Newsletter interna periodica

Aggiornamenti regolari su progetti, iniziative, risultati e opportunità interne.

Bacheche digitali e fisiche

Punti di informazione per segnalazioni rapide e visibilità di eventi o scadenze.

Riunioni periodiche e incontri di coordinamento

Occasioni programmate di confronto tra aree e strutture per allineare attività e obiettivi.

Canali di feedback e ascolto

Strumenti per permettere a docenti, personale e studenti di esprimere opinioni e proposte migliorative.



VALORIZZAZIONE ATTIVITÀ DIDATTICA E PROGETTI DI RICERCA

La **Scuola Superiore Meridionale** considera la valorizzazione della propria attività didattica e dei progetti di ricerca un elemento centrale della sua missione istituzionale. La capacità di **diffondere e comunicare i risultati accademici** rafforza la reputazione scientifica della Scuola e contribuisce alla crescita culturale e sociale del territorio e al consolidamento del suo posizionamento internazionale.

Obiettivi di Comunicazione

- Rendere visibile e accessibile l'eccellenza scientifica della SSM a un pubblico ampio e diversificato.
- Creare prodotti editoriali e digitali di alta qualità che rafforzino il prestigio accademico.
- Promuovere una cultura della divulgazione che veda docenti, ricercatori e studenti come protagonisti della comunicazione scientifica.

Attività Scientifica

Consolidamento della divulgazione del sapere e della ricerca

Definizione di un piano organico per la diffusione delle conoscenze prodotte nei propri laboratori e nelle proprie aule assicurando visibilità ai progetti di ricerca attraverso canali scientifici, istituzionali e divulgativi.

Ideazione di collane editoriali

La creazione di collane tematiche, pubblicate sia in formato cartaceo sia digitale, consentirà di raccogliere e diffondere le migliori produzioni scientifiche e culturali della comunità SSM favorendone la consultazione da parte di ricercatori, studenti e pubblico generale.

Promozione dell'offerta formativa in lingua inglese

Ampliare e comunicare efficacemente i corsi e i programmi in lingua inglese è essenziale per attrarre studenti e ricercatori internazionali, rafforzando l'immagine della SSM come hub accademico globale.



Attività Divulgativa

Conversazioni tematiche

Organizzazione di incontri pubblici su argomenti di attualità scientifica e culturale, pensati per favorire il dialogo tra mondo accademico e società civile.

Lectiones magistrales

Invito di studiosi e personalità di prestigio internazionale per interventi di alto profilo, capaci di ispirare la comunità SSM e di aumentare la visibilità mediatica dell'istituzione.

Eventi interdisciplinari

Creazione di format che combinino diverse discipline, con l'obiettivo di mostrare come la ricerca possa generare innovazione quando si apre al confronto tra saperi differenti.



SERVIZI AGLI ALLIEVI

La **Scuola Superiore Meridionale** pone particolare attenzione al benessere, alla crescita personale e professionale dei propri allievi riconoscendo che un'offerta formativa di eccellenza deve essere accompagnata da servizi di supporto qualificati e da opportunità culturali, ricreative e di orientamento.

1. Convenzioni

Per ampliare l'accesso alla cultura e alle attività ricreative, la SSM stipula accordi con:

Teatri di rilevanza cittadina e nazionale, per offrire agevolazioni sugli spettacoli e favorire la partecipazione alla vita culturale.

Cineforum e sale cinematografiche per proiezioni tematiche, rassegne d'autore e film in lingua originale.

Palestre e centri sportivi, per incentivare il benessere psico-fisico degli allievi.

Festival culturali e scientifici, in collaborazione con enti locali e organizzazioni nazionali.

Librerie e case editrici, per promuovere l'accesso agevolato a testi accademici e opere di interesse generale.

2. Benefit

La SSM arricchisce l'esperienza di vita studentesca attraverso iniziative culturali e ricreative, come:

Visite guidate a musei, siti archeologici e luoghi di interesse storico-artistico.

Concerti e rassegne musicali, con particolare attenzione agli eventi di rilievo internazionale e alle collaborazioni con istituzioni musicali.

3. Cerimonie

Per rafforzare il senso di appartenenza e sottolineare i momenti significativi della carriera accademica, la SSM organizza:

Cerimonie di ingresso per dare il benvenuto ai nuovi allievi e introdurli ufficialmente alla comunità SSM.

Graduation Day per celebrare il completamento del percorso di studi e la transizione verso nuove sfide professionali.

Mak π 100 tradizionale evento conviviale simbolo del conto alla rovescia per il termine del percorso formativo.

4. Formule di Appartenenza

La Scuola promuove il mantenimento di legami duraturi con la propria comunità attraverso:

Associazione Allievi attiva nella promozione di iniziative culturali e ricreative.

Associazione Alumni, punto di riferimento per ex allievi che intendono rimanere connessi alla rete SSM, partecipare a eventi e contribuire alla crescita della Scuola.

5. Orientamento in Entrata

Per attrarre i migliori talenti, la SSM organizza:

Attività in house di presentazione dei corsi e dei servizi.

Open day tematici con visite guidate a laboratori e strutture.

Partecipazione a borse di studio e fiere universitarie, sia di settore sia generaliste, in Italia e all'estero.

6. Orientamento in Uscita

Per facilitare l'ingresso nel mondo del lavoro o in ulteriori percorsi accademici, la SSM promuove iniziative di placement mettendo a disposizione:

Banche dati di offerte di lavoro e opportunità di ricerca.

Contatti con headhunters e recruiter specializzati.

Job meeting e career day con aziende e istituzioni.

Career center con servizi di consulenza personalizzata, supporto alla redazione del CV e preparazione ai colloqui.

Accordi e convenzioni con associazioni di categoria e organizzazioni professionali.



INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'internazionalizzazione rappresenta una delle direttrici strategiche fondamentali della **Scuola Superiore Meridionale**, volta a rafforzare la propria presenza nello scenario accademico globale e a promuovere la circolazione di saperi, persone e progetti oltre i confini nazionali. Attraverso relazioni istituzionali consolidate e nuove partnership strategiche, la SSM mira a incrementare la mobilità di studenti, docenti e ricercatori, nonché a favorire la diffusione internazionale delle proprie attività di ricerca e formazione.

Obiettivi

- Rafforzare la **visibilità internazionale** della SSM attraverso eventi, fiere accademiche e missioni istituzionali.
- Ampliare la rete di accordi bilaterali con università, centri di ricerca e istituzioni culturali di prestigio.
- Facilitare la partecipazione della comunità accademica SSM a progetti internazionali di ricerca e innovazione.
- Promuovere la mobilità internazionale in entrata e in uscita, incrementando le opportunità di scambio e collaborazione.



Interlocuzioni strategiche

La SSM sviluppa un sistema strutturato di interlocuzioni e collaborazioni con:

Istituti Italiani di Cultura all'estero

Utilizzati come piattaforme di promozione culturale e accademica, per presentare l'offerta formativa e le attività scientifiche della SSM in contesti internazionali e interculturali.

Ambasciate e Consolati italiani

Partner strategici per l'organizzazione di eventi, la partecipazione a manifestazioni accademiche e culturali e la facilitazione di accordi con università e centri di ricerca esteri.

ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Canale privilegiato per favorire la connessione tra la SSM e il sistema economico-produttivo internazionale, con l'obiettivo di promuovere progetti di ricerca congiunti e collaborazioni tra accademia e industria.

MISURAZIONE DEI RISULTATI

La **Scuola Superiore Meridionale** adotta un sistema strutturato di **monitoraggio e valutazione** delle proprie attività di comunicazione al fine di misurarne l'efficacia, individuare aree di miglioramento e garantire un costante allineamento agli obiettivi strategici dell'istituzione. Il sistema si basa su una combinazione di **indicatori qualitativi** e **indicatori quantitativi**, che permettono di analizzare sia l'impatto percepito sia la portata effettiva delle azioni intraprese.

Indicatori Qualitativi

Gli indicatori qualitativi sono finalizzati a valutare la percezione e il gradimento delle iniziative di comunicazione, mettendo al centro l'esperienza degli utenti e degli stakeholder. In particolare, la SSM propone:

Somministrazione di questionari di gradimento sugli eventi organizzati con rilevazione della soddisfazione rispetto a contenuti, modalità di erogazione e qualità organizzativa.

Rilevazione della customer satisfaction sui canali digitali attraverso sondaggi e analisi delle interazioni nei social network ufficiali, per comprendere il livello di coinvolgimento e l'efficacia del linguaggio utilizzato.

Focus group e interviste qualitative condotti periodicamente con rappresentanti degli stakeholder interni ed esterni, per raccogliere feedback approfonditi.

Indicatori Quantitativi

Gli indicatori quantitativi consentono di misurare l'**impatto numerico e la diffusione** delle attività di comunicazione. La SSM monitora in particolare:

Rassegna stampa: numero di articoli e servizi dedicati alla SSM sui media locali, nazionali e internazionali.

Numero di comunicati stampa diffusi: conteggio delle uscite ufficiali prodotte dall'ufficio comunicazione.

Numero di post social pubblicati: frequenza e costanza della presenza istituzionale sulle principali piattaforme digitali.

Indice di gradimento e numero di partecipanti agli eventi: monitoraggio delle adesioni alle proposte, in presenza oppure online, come indicatore di interesse e coinvolgimento.

STRATEGIE ATTUATIVE DIGITALI

PREMESSA

Il **Piano di azione della comunicazione** si fonda su una strategia **multicanale**, progettata per combinare contenuti ad alto impatto **narrativo, interattivo e visivo**.

Il progetto mira a **valorizzare e promuovere** l'immagine e le attività della Scuola Superiore Meridionale, con un duplice obiettivo: **accrescere la notorietà** (awareness) e **favorire la conversione** in termini di candidature e partecipazione.

La campagna si avvierà attraverso strumenti di **divulgazione digitale**, privilegiando la produzione di **contenuti video** in grado di raccontare la SSM in modo dinamico e coinvolgente.

A completamento, il percorso prevede un'ampia serie di **attività di comunicazione offline** e **eventi speciali** dedicati all'orientamento, pensati per consolidare il contatto diretto con il pubblico e rafforzare il senso di appartenenza alla comunità SSM.



TARGET DIGITALE E STRATEGIE

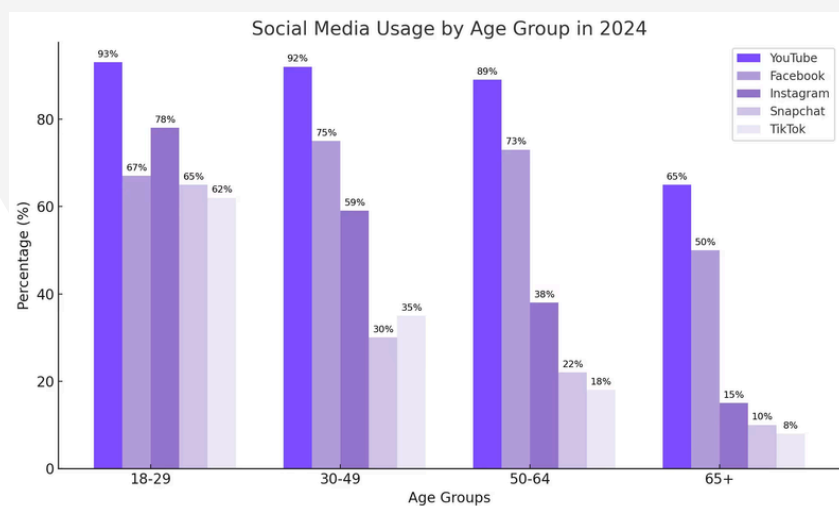
La **Scuola Superiore Meridionale** rappresenta un polo di eccellenza nell'alta formazione universitaria e si rivolge a un pubblico eterogeneo che include **nativi digitali** e stakeholder istituzionali. I primi sono utenti consapevoli dei propri mezzi e competenze tecnologiche, desiderosi di partecipare a progetti e processi in cui possano credere e investire, mentre i secondi sono attori chiave per la promozione, il supporto e la reputazione dell'istituzione.

Analisi del Target Studentesco

Lo studio delle abitudini digitali degli studenti evidenzia un utilizzo intensivo di piattaforme social caratterizzate da contenuti brevi, visivi e ad alto impatto narrativo:

- **TikTok** – 72% degli studenti lo utilizza, con una media di **30 ore mensili**: ideale per contenuti brevi, storytelling creativo e format dinamici che uniscano intrattenimento e informazione (“edutainment”).
- **YouTube** – 93% di utilizzo, con **17 ore mensili**: canale privilegiato per approfondimenti, video-lezioni, testimonianze di allievi e presentazioni di progetti di ricerca.
- **Instagram** – 78% di utilizzo, con **15 ore mensili**: strumento chiave per comunicazioni visive, reportage fotografici, stories in tempo reale e campagne di engagement.

Interpretazione strategica: la SSM, per raggiungere efficacemente il target studentesco, dovrà puntare su **contenuti multimediali ad alto impatto** (video brevi, reel, stories, vlog accademici) e su campagne coordinate che utilizzino in modo sinergico TikTok, Instagram e YouTube.



Analisi del Target Istituzionale

Piattaforme come **Facebook**, **LinkedIn** e **X (Twitter)** sono prevalentemente utilizzate da:

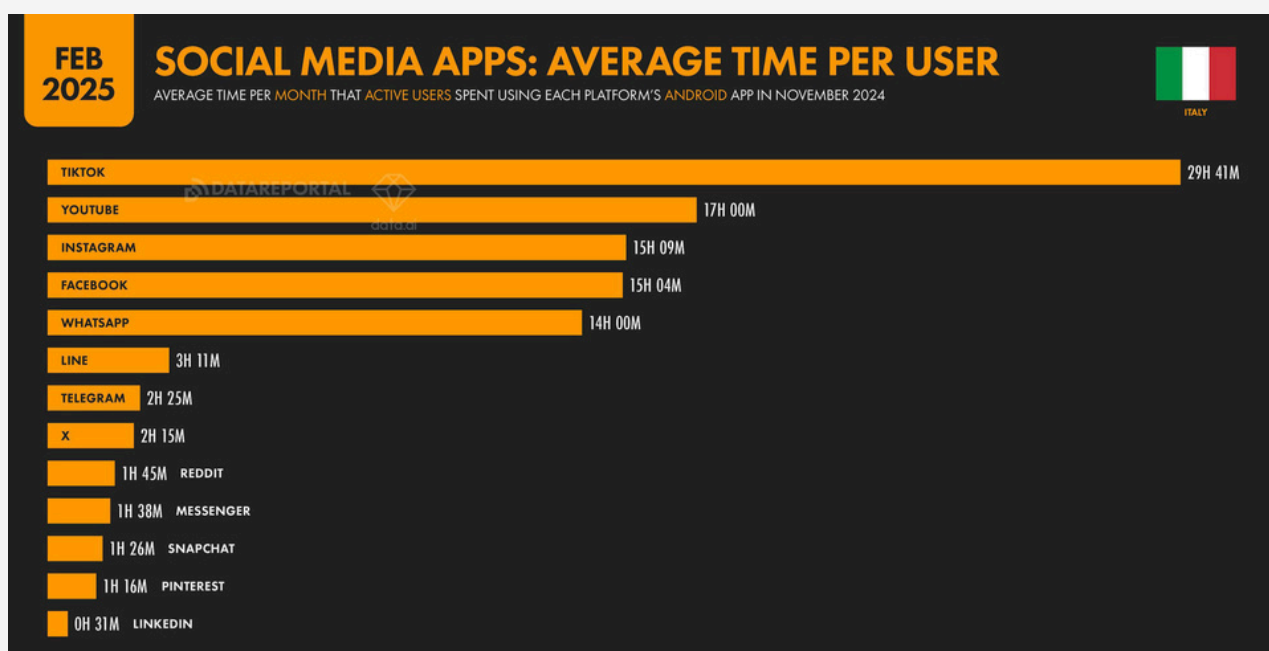
- **Docenti universitari** e ricercatori;
- **Dirigenti scolastici e istituzioni formative**;
- **Genitori degli studenti**;
- **Stakeholder del mondo della cultura, delle imprese e delle istituzioni**.
- **Docenti dei licei**.

Interpretazione strategica: per questo segmento, la SSM dovrà adottare un approccio più **istituzionale e informativo**, con contenuti che valorizzino la qualità accademica, i successi scientifici e le collaborazioni strategiche. LinkedIn sarà il canale privilegiato per comunicare opportunità di ricerca, partnership e progetti internazionali; Facebook e X potranno essere utilizzati per aggiornamenti ufficiali, inviti a eventi e iniziative pubbliche.

Strategia Multicanale

Lo studio delle abitudini digitali degli studenti evidenzia un utilizzo intensivo di piattaforme social caratterizzate da contenuti brevi, visivi e ad alto impatto narrativo:

- **Segmentazione dei contenuti:** differenziare messaggi, tono e formato a seconda della piattaforma e del pubblico.
- **Integrazione cross-platform:** usare contenuti adattati in più canali, mantenendo coerenza visiva e narrativa.
- **Misurazione e ottimizzazione:** monitorare engagement, reach e conversioni per ottimizzare i formati più efficaci.
- **Narrazione istituzionale + storytelling esperienziale:** combinare il racconto ufficiale dell'istituzione con le storie autentiche di studenti, alumni e docenti.



SOCIAL MEDIA

La **Scuola Superiore Meridionale** prevede una presenza strutturata e coordinata su tutti i principali canali social attualmente più utilizzati in Italia: **Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok e X**.

La strategia di gestione comprende:

- **Creazione di profili ufficiali** per i canali non ancora attivi (LinkedIn, YouTube, TikTok, X), al fine di ampliare la copertura e presidiare ogni segmento di pubblico.
- **Approfondimento e ottimizzazione dell'uso delle piattaforme Meta** (Instagram e Facebook), già attive, per potenziare engagement, visibilità e capacità di conversione.

Finalità strategiche

L'attivazione e la gestione di tutti i canali social risponde a due obiettivi principali:

1. Allineamento con le scuole superiori italiane più evolute e storiche

La SSM mira a collocarsi tra le realtà accademiche di eccellenza anche sul piano della comunicazione digitale, adottando le migliori pratiche e un linguaggio contemporaneo.

2. Presenza SEO-oriented

Il presidio multicanale rafforza il posizionamento organico della SSM nelle ricerche Google, garantendo maggiore reperibilità dei contenuti e dell'offerta formativa.

Servizi previsti

La gestione completa dei social media includerà:

- **Direzione creativa:** definizione della linea editoriale, dello stile visivo e del tone of voice coerente con la brand identity della SSM.
- **Produzione e pubblicazione di contenuti:** creazione di post, stories e video ottimizzati per ogni piattaforma, con programmazione regolare.
- **Community management:** monitoraggio delle interazioni, risposta ai commenti e messaggi, gestione delle relazioni con gli utenti e moderazione delle conversazioni.
- **Produzione di contenuti video in formato verticale (9:16):** realizzazione di video destinati a **Instagram Reels, YouTube Shorts e TikTok**, per sfruttare i format più efficaci in termini di visibilità e coinvolgimento.



CONTENUTI VIDEO

Nel progetto di **social media management**, la **Scuola Superiore Meridionale** individua nei **contenuti video** il driver principale della propria strategia di comunicazione digitale. L'obiettivo è sfruttare il formato audiovisivo come strumento ad alto impatto narrativo, in grado di combinare informazione, emozione e coinvolgimento, intercettando così in modo efficace il target studentesco e rafforzando la brand identity dell'istituzione.

Piattaforme di riferimento

La produzione video sarà orientata in via prioritaria verso le piattaforme che garantiscono la massima visibilità e interazione con il pubblico giovane:

- **TikTok**: per contenuti brevi, dinamici e creativi, con linguaggio diretto e immediato;
- **Instagram** (Reels): per un racconto visivo coerente con l'estetica del brand e un alto tasso di engagement;
- **YouTube** (Shorts e video brevi): per contenuti fruibili velocemente e per approfondimenti narrativi di carattere accademico o divulgativo.



Produzione prevista

Il piano prevede la realizzazione di **100 videoclip originali** nell'arco dell'anno, suddivisi in cinque macro-categorie strategiche:

1. **Divulgazione culturale e scientifica** – contenuti di approfondimento su progetti di ricerca, eventi accademici, conferenze e lectio magistralis.
2. **Presentazione dei corsi** – video introduttivi dedicati all'offerta formativa, con focus sui punti di forza e sugli sbocchi accademici e professionali.
3. **Interviste a docenti ed endorsers** – testimonianze di professori, visiting professor, ricercatori e figure di rilievo che collaborano con la SSM.
4. **Vita al campus** – racconti visivi della quotidianità all'interno della Scuola, dalle attività accademiche agli spazi comuni, per trasmettere l'esperienza di appartenenza.
5. **Parola agli studenti** – video in cui gli allievi condividono la loro esperienza, i motivi della scelta della SSM e i benefici del percorso formativo.

Obiettivi strategici

- **Rafforzare l'engagement** attraverso contenuti autentici e di immediata fruizione.
- **Incrementare la notorietà** del brand SSM, in particolare presso il target studentesco nazionale e internazionale.
- **Supportare il reclutamento** di nuovi allievi attraverso format video che trasmettano qualità accademica e valore dell'esperienza SSM.



ADVERTISING DIGITALE

A supporto della crescita del **traffico organico** e per incrementare le interazioni con i diversi pubblici di riferimento, la **Scuola Superiore Meridionale** attiverà una campagna di **paid advertising multicanale**, integrata con la strategia di comunicazione complessiva.

Canali e strumenti

La pianificazione prevede l'utilizzo coordinato delle principali piattaforme pubblicitarie digitali:

- **Meta Business Suite** (Facebook e Instagram), per campagne profilate e ad alto tasso di interazione visiva;
- **TikTok Ads**, per intercettare il pubblico giovane con contenuti brevi e creativi;
- **Spotify Ads**, per raggiungere l'audience durante momenti di svago e consumo musicale;
- **YouTube Ads**, per presidiare i momenti di ricerca attiva e informazione con formati video mirati.

Motivazioni strategiche

La scelta di adottare una pianificazione multicanale e **multi-posizionamento** deriva dall'analisi delle abitudini di consumo del target:

- Modalità di fruizione dei contenuti molto diversificate, che variano in base al **dispositivo utilizzato**, al **momento della giornata** e all'**attività svolta**;
- Necessità di intercettare l'utente in **contesti e stati d'animo differenti**, massimizzando l'esposizione al messaggio istituzionale.

Particolare attenzione sarà rivolta a **Spotify**, canale che consente di combinare targeting demografico e comportamentale, intercettando l'audience in momenti di relax e alta ricettività.



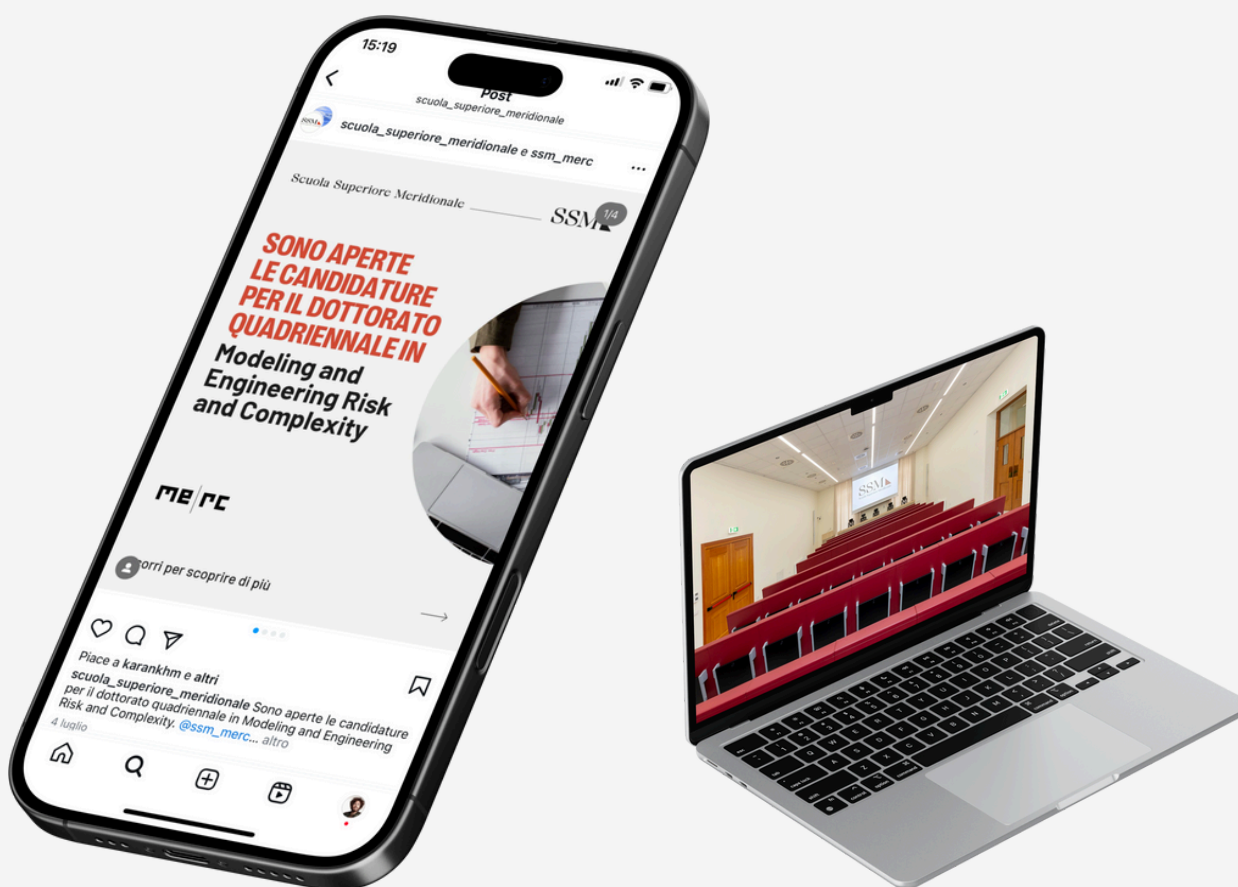
Obiettivi

- **Conversione:** attrarre un numero significativo di nuovi candidati il **Bando di Ammissione** stimolando azioni concrete come la compilazione della domanda di partecipazione.
- **Awareness:** rafforzare il **posizionamento mediatico** della SSM, consolidando la percezione di scuola di eccellenza a livello nazionale e internazionale.

Approccio operativo

La campagna sarà ottimizzata attraverso:

- **Segmentazione del pubblico** per età, interessi e comportamenti digitali;
- **A/B testing** di creatività e messaggi per identificare le varianti più performanti;
- **Analisi continua delle metriche** (CTR, CPM, conversion rate) per massimizzare il ROI;
- **Integrazione con il piano editoriale organico**, assicurando coerenza visiva e narrativa.



ATTIVITÀ CROSS-MEDIALE

Progetto STEM

Con l'obiettivo di appassionare, coinvolgere e orientare gli studenti del 4° e 5° anno delle scuole secondarie di secondo grado, due importanti realtà impegnate nelle attività di divulgazione scientifico/culturale sul web, si sono unite per realizzare il "Progetto STEM".

Un'attività che si inserisce in una logica di ibridazione tra comunicazione digitale e attivazione offline, che sfrutta volti autorevoli del web per trasmettere contenuti complessi in modo accessibile e virale.

"Progetto STEM" è un format di orientamento contemporaneo composto da attivazioni social media, web blog e live a teatro, che penetra il target studentesco e si pone in linea con la proposta didattica della Scuola Superiore Meridionale.



WEB & GRAPHIC DESIGN

La componente di **design** del progetto di comunicazione della **Scuola Superiore Meridionale** prevede un approccio integrato, volto a rafforzare l'identità visiva dell'istituzione e a garantire coerenza tra i materiali digitali e offline.

Materiali offline

Sono previste la progettazione e la realizzazione di:

- **Poster, manifesti e locandine** per la promozione di eventi, bandi e iniziative istituzionali;
- **Grafica editoriale** per brochure, cataloghi, programmi di eventi e pubblicazioni accademiche;
- **Adattamenti grafici in formato video** delle campagne offline, per la diffusione sui canali digitali e social media.

Rebranding del sito istituzionale

E previsto un **restyling completo** del sito ufficiale della SSM, con:

- **Rivisitazione tipografica** e scelta di font coerenti con la nuova identità visiva;
- **Restyling estetico** per garantire un'esperienza di navigazione moderna, intuitiva e accessibile;
- **Ottimizzazione SEO** per migliorare la visibilità sui motori di ricerca e favorire il traffico organico;
- **Utilizzo strategico dell'homepage slider** come veicolo divulgativo, per mettere in evidenza eventi, progetti e opportunità offerte dalla Scuola;
- **Produzione di copertine dedicate per i singoli articoli** del sito, in modo da uniformare la presentazione dei contenuti e rafforzare il riconoscimento visivo del brand.

Obiettivi

- Garantire **uniformità grafica e coerenza narrativa** tra comunicazione online e offline.
- Potenziare l'**impatto visivo** e l'attrattività dei contenuti digitali.
- Migliorare la **user experience** e l'accessibilità del sito istituzionale.
- Rafforzare il **posizionamento della SSM** come istituzione accademica moderna e innovativa.

Atto: DELIBERECO 2025/101 del 10-11-2025
Ufficio proponente: SCUOLA SUPERIORE MERIDIONALE
Copia Documento

