



## STATUTO

Luglio 2016

**Premessa:** Tale statuto (scritto da Chiara Terrasi Borghesan e approvato da Giuseppe Panto') è stato redatto 6 anni dopo la nascita di Bocconi TV con l'intenzione di fissare delle linee da seguire e dei paletti da rispettare negli anni, così che direzioni e redazioni presenti e future abbiano delle valide indicazioni. È stato redatto prendendo spunto dal "Business Plan BStudents Tv" scritto da Neri Bastiancich nel maggio 2010, documento che ha dato il via alla nascita della web-tv.

## **Art. 1 – Nascita e breve storia**

Bocconi TV, nota come BStudents Tv fino ad agosto 2014, nasce nel febbraio 2010 su iniziativa di Giuseppe Pantò, responsabile dell'ufficio Immagine, Multimedialità e Pubblicazioni dell'Università Bocconi e di Neri Bastiancich, studente del secondo anno specialistica del corso di laurea in Economics and Management for Art, Culture, Media and Entertainment nella stessa Università.

La prima riunione aperta è stata convocata il 24 febbraio 2010, cui erano presenti circa cinquanta persone.

Nell'arco di un mese venne creata una redazione. Il progetto nasce per offrire agli studenti uno strumento di comunicazione audiovisiva leggero, versatile e facilmente accessibile in grado di riflettere il loro punto di vista sia rispetto ai grandi temi economici e culturali affrontati durante il percorso di studi sia nel merito delle ricche e complesse dinamiche di una comunità universitaria internazionale di eccellenza.

## **Art. 2 – Prodotti**

Bocconi TV produce contenuti audiovisivi, in lingua italiana e inglese – altre lingue sono aggiungibili qualora ce ne sia interesse e richiesta e sia questa approvata dal Direttore Responsabile – ideati e realizzati sia dagli studenti sia dai docenti, alumni e personale dell'Università Bocconi, seguendo tre linee editoriali: journalism, entertainment e academic. Ogni linea offre programmi, interviste e video creativi il cui format è finalizzato alle logiche del web e dei *New Media*. Bocconi TV collabora inoltre con tutte le organizzazioni e associazioni studentesche presenti in Università.

Il progetto di un format di programma o di un semplice video può essere sottoposto alla redazione da chiunque, compilando un semplice modulo online. La sua approvazione è subordinata al giudizio del Direttore Contenuti e Palinsesto in primo luogo con, eventualmente, il Direttore Generale ed il Direttore Responsabile che si riservano diritto di veto.

## **Art. 3 – Missione e filosofia**

Bocconi TV è un laboratorio di produzioni audiovisive nel quale idee, comunicazione e organizzazione multimediale si sviluppano e crescono insieme agli studenti dell'Università Bocconi. I principali obiettivi di Bocconi TV sono quelli di offrire contenuti informativi e di intrattenimento e dar voce alla comunità Bocconi.

Bocconi TV produce e distribuisce storie che interpretano la vita universitaria del campus Bocconi, consentendo agli studenti di mettersi in gioco collaborando tra loro, dando un senso aggiuntivo alla vita universitaria milanese, affrontandone criticità, vantaggi e compromessi.

## **Art. 3 bis – Target**

Il target primario di Bocconi TV sono gli studenti della Bocconi, ai quali sarà dedicata gran parte della programmazione.

Non è escluso che vengano realizzati dei format che siano attinenti agli interessi degli studenti ma che non riguardino in primis l'ateneo. La presenza di questi all'interno del palinsesto deve rispettare la proporzione 1:3.

Una delle sfide principali di Bocconi TV è quella di rivolgersi all'insieme del mondo universitario italiano e internazionale offrendo prodotti informativi e non e sfruttando al meglio le peculiarità, le opportunità ed il prestigio della Bocconi: illustri docenti, studenti seri e brillanti che si sono distinti a livello universitario e nazionale.

## **Art. 4 – Organizzazione e Management**

Lo Staff di Bocconi TV si divide in direttori, capi redattori (non è obbligatoria la presenza se il numero di format non lo richiede) e redattori.

La direzione è gestita da quattro figure chiavi:

**Direttore responsabile:** unica figura dirigenziale dell'Università coinvolta, è il dirigente responsabile dell'ufficio Immagine, Multimedialità e Pubblicazioni dell'Università Bocconi. Ha il ruolo di supervisore nell'insieme delle attività di Bocconi TV, incluse quelle economiche e di collegamento istituzionale con l'Università.

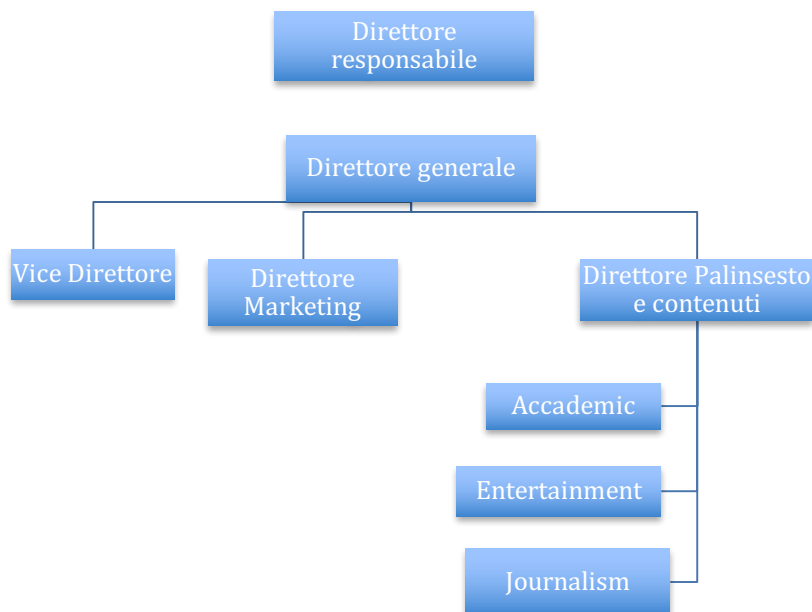
**Direttore generale:** è il responsabile operativo di Bocconi TV, predispone gli obiettivi e il piano operativo, gestisce i contatti con l'università, individua potenziali collaborazioni, supervisiona il budget e ha l'obiettivo di indirizzare le linee strategiche di breve e medio periodo. È sua responsabilità convocare e gestire le riunioni redazionali mensili e le riunioni di direzione, due volte al mese. Fa riferimento al Direttore responsabile e ha responsabilità di indirizzo e giudizio sul lavoro delle posizioni descritte di sotto e si riserva il diritto di veto sulle iniziative di tali posizioni.

**Vice direttore:** è una figura facoltativa. Il ruolo è ricoperto da una persona scelta dal direttore generale, cui fa riferimento. Fa le veci del direttore generale in caso di assenza o deleghe.

**Direttore contenuti e palinsesto:** organizza i contenuti, dirige le produzioni e insieme al Direttore generale fissa gli obiettivi e le strategie editoriali semestrali. Coordina le tre redazioni, ognuna organizzata da un responsabile- capo redattore. Ha il compito, inoltre, di coordinare l'aspetto relativo alla gestione tecnica degli strumenti di registrazione audio/video e di assicurarsi della presenza di profili abili anche dal punto di vista della produzione ed editing dei Format. Fa riferimento al Direttore generale.

**Direttore marketing:** coordina il suo team e si occupa dell'organizzazione e della pianificazione dell'immagine, della comunicazione (sia cartacea all'interno dell'ateneo sia tramite i social), degli eventi (pubblicitari o no), del merchandising e delle relazioni con gli altri due media, Tra i Leoni e Radio Bocconi. Ha il compito di formulare un piano marketing, comprensivo di proposte di investimenti in merchandising, che dovrà essere sottoposto all'attenzione del Direttore Generale e del Direttore Responsabile. Egli, inoltre, ha il compito di organizzare gli *scouting*, specialmente i due obbligatori annuali: nel primo semestre, durante la welcome week a settembre; nel secondo semestre, durante "associazioni in mostra" a febbraio.

La sintesi grafica è la seguente:



## **Art. 5 – Struttura Editoriale**

Bocconi TV progetta, produce e realizza materiale audiovisivo, in forma di programmi, anche in collaborazione con le altre realtà studentesche presenti in Università, dando visibilità ai loro eventi.

I video devono essere realizzati seguendo la struttura di un format e non possono essere video singoli, eccezion fatta per dei video realizzati in collaborazione con gli altri media di ateneo.

I format possono essere settimanali, bisettimanali o mensili, semestrali o annuali e sono gestiti dal Direttore palinsesto e contenuti, con la supervisione del Direttore generale.

Ogni format dovrà obbligatoriamente comprendere la figura del responsabile, che sarà il punto di riferimento per la direzione, e dell'Editor, che avrà cura e responsabilità sull'aspetto tecnico del programma.

I vari format sono contenuti a loro volta all'interno del palinsesto, redatto dal Direttore palinsesto ed approvato dal Direttore generale e dal Direttore responsabile, che ha sempre l'ultima parola.

Il palinsesto è semestrale e va redatto entro la fine della prima settimana di ottobre, per quanto riguarda il primo semestre, ed entro la fine della seconda settimana di febbraio, per quanto riguarda il secondo semestre.

Il primo semestre va da ottobre a metà dicembre e il secondo semestre dalla seconda settimana di febbraio alla terza settimana di maggio.

Tenendo conto del fatto che Bocconi TV è un'attività volontaria, i palinsesti vengono formulati per tempo dando la possibilità, ai componenti del team, di organizzarsi il lavoro. Ritardi e non curanze nel rispetto delle date e delle linee guida nella creazione e gestione del programma possono portare, secondo il giudizio della Direzione (Contenuti e Generale), alla cancellazione del programma.

I format sono suddivisi in base alle tre linee editoriali:

1. Journalism: si occupa di ideare e realizzare format informativi, culturali o sportivi tramite interviste e reportage. Il format di punta è il TG "Fatti e Sarfatti", settimanale, che racchiude gli eventi e le conferenze avvenute all'interno dell'ateneo in quella settimana.
2. Entertainment: si occupa di ideare e realizzare format d'intrattenimento quali, ad esempio, fiction o web series, con lo scopo di intrattenere e divertire.
3. Accademic: si occupa di ideare e realizzare format che parlino dell'ateneo a livello istituzionale, come interviste mirate a professori, reportage su progetti dell'università ecc.

## **Art. 6 – Uffici**

Gli uffici di Bocconi TV si trovano all'interno del seminterrato del pensionato di via Bocconi 12. Possono accedervi solo gli studenti che fanno parte di Bocconi TV e gli ospiti da loro invitati e accompagnati. Chiunque dovrà accedervi presentando documento d'identità (no badge Bocconi) all'ingresso.

## **Art. 7 – Iscrizione**

L'iscrizione a Bocconi TV è libera esclusivamente per coloro che sono iscritti come studenti presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi.

Tuttavia la direzione, consultatisi con il Direttore responsabile, può non accettare/allontanare quegli studenti che non condividono lo spirito, la mission e la filosofia di Bocconi TV.

## **Art. 8 – Rinnovo cariche**

Le cariche di direttore generale, direttore marketing e direttore palinsesto e contenuti hanno durata annuale e si rinnovano a maggio di ogni anno, durante l'ultima riunione di redazione.

I nominati entrano in carica dal 1 Settembre di ogni anno o dal momento delle dimissioni delle cariche precedenti.

Vengono scelte e nominate dai predecessori, consultatisi tra di loro e approvati dal Direttore responsabile.

## **Art. 9 – Logo**

Il logo di Bocconi TV è quello presente in alto all'interno di questo statuto.

*È figura essenziale in quanto costituisce l'elemento più riconoscibile del brand Bocconi TV.*

*Non è modificabile in alcun modo, eccetto durante iniziative particolari (es. la settimana del Festival di Sanremo) e comunque la natura dello stesso dovrà rimanere immutata.*

*Deve essere inserito all'interno di tutti i video prodotti da Bocconi TV.*

*Potrà essere cambiato esclusivamente su iniziativa principale del Direttore Responsabile.*

## **Art. 10 – Collaborazioni**

Bocconi TV si riserva la possibilità di collaborare, senza discriminazioni o preferenze personali con tutte le associazioni riconosciute presenti all'interno dell'ateneo. In particolare Bocconi TV può offrire una collaborazione di tipo "media partner" che prevede

la presenza del logo della web tv sulla locandina dell'evento organizzato e la realizzazione di un servizio che viene diffuso tramite i canali multimediali di Bocconi TV.

### **Art. 10 bis – Eventi**

Bocconi TV può organizzare degli eventi in aula, che siano ad esempio delle registrazioni live di puntate di format già esistenti o presentazioni di nuovi progetti o conferenze con personalità del mondo televisivo e giornalistico.

La finalità di tali eventi sta nell'accrescere l'immagine e la percezione di Bocconi TV all'interno dell'Università e, allo stesso tempo, di fornire occasioni di analisi e riflessioni sui temi oggetto di eventi.

L'organizzazione di tali eventi è di responsabilità della direzione tutta. L'evento deve essere proposto al Direttore responsabile e da lui approvato, successivamente deve seguire l'iter di Event Bureau consultando Campus Life in caso di necessità.

### **Art. 10 ter – Elezioni Bocconi e CNSU**

Bocconi TV può organizzare, con o senza la collaborazione degli altri media studenteschi, dei dibattiti in vista delle elezioni studentesche. L'organizzazione di tali dibattiti è di responsabilità del Direttore generale, previa autorizzazione del Direttore responsabile. I membri di Bocconi TV facenti parte di uno qualsiasi dei gruppi di rappresentanza, durante il periodo elettorale (convenzionalmente durante tutto il mese anteriore alla data delle elezioni) non possono apparire in video prodotti da Bocconi TV. Eccezion fatta per le riprese dei dibattiti.

### **Art. 11 – Budget e bilancio**

L'Università Bocconi mette a disposizione di Bocconi TV un budget annuale (da gennaio a dicembre) di € 10.000. Tale budget è vincolato all'acquisto di attrezzatura, gadget, realizzazione eventi all'interno dell'ateneo e può essere speso esclusivamente secondo le linee guida dell'Ufficio Comunicazione dell'Università Bocconi. È utilizzabile presentando domanda prima al Direttore responsabile e successivamente agli uffici competenti.

L'importo del budget è da intendersi di durata annuale e non cumulativo: eventuali fondi non spesi entro il 31 Dicembre di ogni anno diventano inaccessibili.

La gestione del budget e di annesso bilancio è di responsabilità del Direttore generale che valuta le eventuali proposte, rispettivamente, della Direzione Contenuti per quanto concerne l'investimento in attrezzature tecniche e della Direzione Marketing per quanto riguarda l'investimento in attività di merchandising o promozione. Per quanto riguarda le sopracitate attrezzature tecniche, le richieste inerenti vanno stilate e valutate nei mesi di giugno-luglio, quando si definisce il budget annuale.

### **Art. 12 – Social Network**

La gestione dei canali *social* di Bocconi TV è affidata al Direttore marketing, che è tenuto a presentare semestralmente gli obiettivi e i risultati in termini di analytics al Direttore generale.

Il sito, [www.bocconityv.it](http://www.bocconityv.it) è modificabile dalla direzione e da terzi da essa autorizzati.

I video vengono caricati su Facebook e Youtube, contemporaneamente.

Youtube ha la funzione di archivio e deve essere gestito in playlist aggiornate.

La pagina di Facebook è gestita da Direttore generale, Direttore marketing e Direttore palinsesto e contenuti che sono nominati amministratori della pagina. È inoltre possibile

nominare fino ad un numero di quattro persone per il team marketing che avranno il ruolo di editor, occupandosi della programmazione dei post e di rispondere ad eventuali commenti o richieste di informazioni, previa consultazione con la Direzione. Qualora dei componenti dei format abbiano necessità di pubblicare qualcosa sulla pagina possono rivolgersi al team marketing e/o alla direzione che li nominerà momentaneamente editor.

### **Art. 13 – Modifiche**

Gli articoli contenuti in questo statuto sono modificabili soltanto dal Direttore generale che deve essere autorizzato dal Direttore responsabile e sentiti i pareri, non vincolanti, del Direttore marketing e del Direttore palinsesto e contenuti.