



COSTANTINO QUARTUCCI
Direttore Generale UniFg



GIULIANO VOLPE
 Rettore



CONCETTA FIORETTI
Settore Stampa dell'UniFg

Università "unica" e *sparagnina*

Presentata campagna comunicazione, niente affissioni cittadine, va tutto online

FRANCESCO PESANTE

Anno Accademico 2013/2014 per l'Università di Foggia. In attesa dei nuovi immatricolati, ieri mattina il rettore **Giuliano Volpe**, alle battute finali del suo rettorato, ha presentato la Campagna di Comunicazione. Realizzata dal Settore Stampa e Comunicazione dell'Ateneo in collaborazione con l'agenzia Mediafarm srl, la Campagna intende proporre in maniera originale lo spirito di trasformazione e rilancio che sta interessando la riorganizzazione strutturale universitaria foggiana e sarà veicolata da luglio a fine ottobre attraverso canali e strumenti volti a sensibilizzare il target di riferimento, selezionati con la logica di ottimizzazione delle risorse. La novità di rilievo riguarda l'assenza dell'affissione cittadina. Niente manifesti 6x3 in strada ma pubblicazione sul sito dell'Ateneo, dei Dipartimenti, sul portale del Rettore e sui social network. La Campagna sarà diffusa anche tramite newsletter dell'Urp e con manifesti 70x100 destinati alle affissioni nelle varie sedi universitarie e per supportare le attività di orientamento. Inoltre è stato prodotto un videoclip di 30 secondi da veicolare online sul sito dell'Ateneo e sui social. Non mancheranno i pieghevoli per la presentazione dettagliata dell'offerta formativa. Costo totale attorno ai 2000 euro, circa la metà del costo sostenuto per l'Anno Accademico

demico 2012/2013. Questo ovviamente dovuto alla mancanza delle affissioni cittadine.

Slogan (e filosofia) del progetto è molto semplice e mette al centro di tutto lo studente: "Uni(que)versity", questo il titolo della Campagna, intende comunicare l'idea che l'Ateneo assicura una proposta "unica" che garantisce allo studente un percorso didattico di qualità grazie all'offerta di 31 corsi di laurea, numerosi Master, una formazione multidisciplinare di qualità, progetti di ricerca e opportunità di studio all'estero. Concetto base? "Per l'Università di Foggia ogni studente è unico".

Il claim della Campagna è stato pensato e progettato dall'agenzia Mediafarm con la quale va avanti una collaborazione dal 2009. Proprio nella vecchia struttura utilizzata da Mediafarm in via San Severo è in cantiere il progetto di cineporto. A luglio - come ci ha anticipato ieri Volpe a margine della conferenza - il progetto sarà messo nero su bianco. Intanto la collaborazione con Mediafarm va avanti attraverso la Campagna presentata ieri. Quel logo/brand "UNI(que)VERSITY", ideato dall'agenzia di comunicazione, rappresenta una parafrasi ironica che gioca sulle parole unique (unico) e university con la sillaba "que" che restituisce a livello semantico e visivo il concetto positivo di "unicità", da intendere come privilegio esclusivo e valore importante per chi deve affrontare il delicato momento di una scelta formativa che orienterà verso il futuro.

Sotto il profilo illustrativo invece, Settore Stampa dell'UniFg e Mediafarm si sono affidati alla

pop art che rese celebre il grande Andy Warhol. Un'iconografia da cartoon per una Campagna vintage e d'ispirazione statunitense.

La conferenza stampa di ieri mattina è stata anche l'occasione per presentare la II edizione del Premio di Studio "Mario Beccia e Angelo Ricchetti", iniziativa promossa dalla Fondazione Apulia Felix (presieduta dallo stesso Volpe) in collaborazione con l'Università per ricordare due studenti scomparsi in un tragico incidente sulla Sp115. Premio riservato ai migliori talenti di Capitanata e agli studenti delle quinte classi delle superiori che intendono iscriversi all'Ateneo foggiano.

Durante la conferenza, Volpe ha ricordato un altro progetto. Ovvero il sondaggio per individuare il nome al quale intitolare la residenza universitaria realizzata nella struttura ex Ipab Maria Cristina di Savoia che sarà inaugurata prossimamente.

"In vista di quest'evento - ha detto il Rettore - abbiamo voluto lanciare una sorta di sondaggio sui social network per raccogliere consigli da studenti e cittadini sulla persona a cui intitolare la struttura".

In corsa ci sono grandi nomi del mondo della scienza, della musica, dell'arte e quant'altro. Per

ora figurano Giuseppe Di Vittorio, Rita Levi Montalcini, Andrea Pazienza, Francesco Marcone, don Tonino Bello, Joseph Beuys e Matteo Salvatore ma non è da escludere l'inserimento nel lotto dei candidati, di altri personaggi celebri.

Caccia al nome giusto per la prossima residenza universitaria

Previsti manifesti 70x100 nelle sedi universitarie e nelle scuole

Nella foto sotto, il logo/brand della campagna di comunicazione. Utilizzato lo stile tipico della pop art



“
Concetto base? "Per l'Università di Foggia ogni studente è unico"
”