

**DECRETO DEL PRESIDENTE DELL'ERSU DI PALERMO  
NOMINATO CON DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REGIONE SICILIANA  
N. 243/Serv. 1°/S.G. del 08.08.2014**

**N° 43 del 22/12/2015**

**OGGETTO: piano di informazione, propaganda, divulgazione e comunicazione dell'Ersu anno 2015.**

**IL PRESIDENTE**

- VISTO** l'art. 3, comma 2, lettera L) della L.R. 25 novembre 2002, n. 20;
- VISTO** l'art. 3, comma 4, lettera d) del Decreto Legislativo 29 marzo 2012, n. 68;
- VISTO** il Decreto del Presidente della Regione n. 243/Serv. 1°/S.G. del 08/08/2014, con il quale il Prof. Alberto Firenze è stato nominato Presidente dell'ERSU di Palermo;
- VISTO** il D. A. n° 1127 del 4/03/2015 di nomina a Componente del Consiglio di Amministrazione dell'E.R.S.U. di Palermo del Prof. Vincenzo Bagarello in rappresentanza dei Professori di 2<sup>a</sup> fascia;
- VISTO** il D. A. n° 1128 del 4/03/2015 di nomina a Componente del Consiglio di Amministrazione dell'E.R.S.U. di Palermo del Dottore Mario Giuffrè in rappresentanza dei Ricercatori;
- VISTO** il D. A. n° 16/GAB del 18 aprile 2014 di nomina dei Componenti del Consiglio di Amministrazione dell'E.R.S.U. di Palermo in rappresentanza degli studenti ai sensi dell'art. 10, comma e, Legge Regionale 20/2002, i Signori Lattuca Giovanni, Perricone Simona, Lo Greco Davide;
- VISTO** il D. A. n° 1779 del 2 aprile 2015 di nomina a Componente del Consiglio di Amministrazione dell'E.R.S.U. di Palermo, in rappresentanza dei dottorandi e specializzandi di cui all'art. 2 comma 2 della L. R. 20/2002, della Signora Mariangela Gagliano;
- VISTA** La delibera del Presidente del Consiglio di Amministrazione n. 63 del 30 novembre 2015 che approva il bilancio di previsione dell'Ente per l'esercizio finanziario 2015;

- VISTO** Il vigente piano di informazione triennale approvato dal C. di A. nella seduta del 28 settembre 2012;
- VISTA** L'integrazione al piano di informazione 2013-2015 approvata con decreto n. 40 del 31/12/2014;
- VISTA** La necessità di provvedere con urgenza all'azione di informazione e propaganda dell'ERSU;
- CONSIDERATA** La necessità di garantire all'Ufficio Stampa la possibilità di sostenere la normale attività istituzionale;
- RITENUTO** di dovere mettere in atto un apposito piano di informazione che preveda: 1) banner pubblicitari finalizzati al target di giovani della Sicilia occidentale tra i 18 e i 25 anni che garantiscano adeguata pubblicità alle attività istituzionali; 2) di provvedere ad apposita produzione per la web tv destinata principalmente agli studenti ma anche al target dei genitori degli studenti stessi, attraverso l'ufficio stampa che ha la necessità di servirsi di apposita assistenza tecnica di cui l'ente non è dotato consistente in servizio di cameramen, montaggio immagini, attrezzature video professionali, renderizzazione immagini, trasferimento su canale WEB ERSU TV su Youtube attraverso la collaborazione pubblicitaria di tv locali; 3) l'acquisto di apposite pagine redazionali e pubblicitarie sui principali quotidiani della Sicilia occidentale (Giornale di Sicilia e Repubblica); 4) la diffusione di IOSTUDIO online attraverso il sito iostudionews.it, house organ dell'Ersu di Palermo da diffondere sul web; 5) la conferma dell'abbonamento all'Agenzia ANSA e relativo software); 6) l'organizzazione e realizzazione di manifestazioni ed eventi, in collaborazione con altri uffici dell'Ente, in particolare con l'Ufficio Cultura, Cerimoniale e Internazionalizzazione, con associazioni, cooperative ed enti operanti sul territorio, per realizzare attività culturali, ricreative e sportive destinate agli studenti universitari e per promuovere l'immagine dell'ente;
- CONSIDERATO** Di dovere aderire agli obiettivi proposti all'interno del piano proposto dall'Ufficio stampa;
- RITENUTO** Pertanto: di imputare l'importo di € 4.101,80 (IVA inclusa) sul Cap.123 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 6.401,63 (IVA inclusa) sul Cap.127 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 13.947,75 (IVA inclusa) sul Cap.141 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 5.000,00 (IVA inclusa) sul Cap.151 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 7.840,00 (IVA inclusa) sul Cap.155 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 15.000,00 (IVA inclusa) sul Cap.418 - delle uscite Es. Fin 2015; di imputare l'importo di € 18.500,00 (IVA inclusa) sul Cap.422 - delle uscite Es. Fin 2015;
- CONSIDERATO** Che i capitoli di spesa 123, 127, 141, 151, 155, 418 e 422 delle uscite Es. Fin. 2015 presentano fondi sufficienti;

Per i motivi di cui in premessa qui integralmente richiamati

## **DECRETA**

### **Art. 1**

Di approvare il piano di informazione per il triennio 2016-2018 nel testo che fa parte

integrante del presente decreto.

## **Art. 2**

Di dare esecuzione al piano di Informazione proposto dall'Ufficio Stampa e di perseguirne gli obiettivi e le modalità, attraverso gli strumenti e le iniziative proposte, l'organizzazione e la realizzazione di manifestazioni ed eventi, in collaborazione con altri uffici dell'Ente, in particolare con l'Ufficio Cultura, Cerimoniale e Internazionalizzazione, con associazioni, cooperative ed enti operanti sul territorio.

## **Art. 3**

In esecuzione di quanto decretato all'articolo 1, di impegnare e fare gravare:

-€ 3.529,00 (IVA inclusa), sul Cap.123 delle uscite Es. Fin 2015 per abbonamento a Notiziario regionale Sicilia in favore di Agenzia Ansa – via Della Dataria, 94 – Roma, in base al preventivo acquisito dall'Agenzia ANSA al numero 18762 del 6 novembre 2015. Per l'adozione di tutti gli atti conseguenti, viene nominato il Redattore Capo Dario Matranga Responsabile Unico del Procedimento ai sensi dell'art. 10, comma 5 e dell'art. 125, comma 2, del D. Lgs. N. 163/2006;

-€ 572,80 (IVA inclusa), sul Cap.123 delle uscite Es. Fin 2015 in favore di librerie, associazioni o altri soggetti che saranno individuati con successivi provvedimenti, per acquisto di libri, riviste e pubblicazioni ad uso degli uffici dell'Ente;

-€ 6.401,63 (IVA inclusa), sul Cap.127 delle uscite Es. Fin 2015 per l'organizzazione di un convegno internazionale sui programmi europei e la comunicazione e/o informazione del diritto allo studio in Italia;

-€ 13.947,75 (IVA inclusa), sul Cap.141 delle uscite Es. Fin 2015 per propaganda, divulgazione e pubblicizzazione dell'attività dell'ente anche attraverso la produzione di servizi televisivi, redazionali e pubblicità in favore delle testate televisive (TRM e TGS), web (Livesicilia, BlogSicilia, Balarm), carta stampata (Giornale di Sicilia e Repubblica), radio (Rgs e PrimaRadio);

-€ 5.000,00 (IVA inclusa), sul Cap.151 delle uscite Es. Fin 2015 di cui:

- € 1.000,00 come contributo all'Associazione culturale onlus Septieme Art – Laboratorio di arti multimediali che, a seguito di una convenzione con l'Ente in fase di stipula, realizzerà video e filmati di alta fruibilità online e collaborazioni audio-visive per fini promozionali;
- € 4.000,00 come contributo a circoli velici, che saranno individuati con successivi provvedimenti, che, a seguito di una convenzione che stipuleranno con l'Ente, consentiranno agli studenti universitari di svolgere attività sportive;

-€ 7.840,00 (IVA inclusa), sul Cap.155 delle uscite Es. Fin 2015 per attività di comunicazione in favore del giornale Iostudio pubblicato sul sito Iostudionews.it per le collaborazioni giornalistiche, grafiche e fotografiche;

-€ 15.000,00 (IVA inclusa) sul Cap.418 – delle uscite Es. Fin 2015 per attività culturali, ricreative e sportive rivolte agli studenti universitari da realizzare in collaborazione con associazioni o altri soggetti pubblici e privati, in dettaglio:

- €5.000,00 come contributo al Centro Universitario Sportivo (CUS) che, a seguito di una convenzione con l'Ente in fase di stipula, attrezzerà una sala per attività sportive all'interno di ogni residenza universitaria;
- €10.000,00 in favore di studenti universitari che realizzeranno interventi di abbellimento delle residenze, secondo le modalità che verranno individuate successivamente con apposito bando;

-€ 18.500,00 (IVA inclusa) sul Cap.422 – delle uscite Es. Fin 2015 per contributi ad associazioni studentesche e cooperative operanti sul territorio (ai sensi dell'articolo 7. C. 5 L. 20/2002) per realizzare rivolte agli studenti universitari, di cui:

- € 3.000,00 come contributo all'Associazione Luigia Tincani per la promozione della cultura per lo svolgimento delle attività del Coro Interuniversitario dell'ERSU;
- € 3.000,00 in favore dell'Associazione Taste of Sicily per la realizzazione della II edizione del concorso culinario Taste of Sicily rivolto agli studenti universitari;
- € 3.000,00 in favore dell'Associazione Cinema, Cultura, Creatività per la realizzazione di un concorso di cortometraggi rivolto agli studenti;
- € 8.000,00 in favore delle Associazioni studentesche, che saranno individuate con

successivi provvedimenti ed inserite in apposito albo, alle quali saranno affidati per la gestione gli spazi a disposizione degli studenti nelle residenze universitarie (sale lettura, sale internet, sale multimediali...);

- €1.500,00 in favore dell'Associazione Joe Petrosino per lo svolgimento di attività teatrale in cui sono coinvolti gli studenti.

**Art. 4**

Di dare mandato al Dirigente Ing. Ernesto Bruno di provvedere ad ogni adempimento amministrativo consequenziale.

**Art. 5**

Il presente decreto ha efficacia immediata e la pubblicazione dello stesso, nell'apposita sezione del portale "Amministrazione trasparente", ha validità di notifica.

Il Presidente del C. di A.  
Prof. Alberto Firenze



Regione Siciliana

**ERSU** Palermo

*Ente Regionale per il  
Diritto allo Studio Universitario*

# **PIANO TRIENNALE DI INFORMAZIONE PER GLI ANNI 2016/2018**

---

**UFFICIO STAMPA**

**redattore capo**

*Dario Matranga*

---

L'anno 2015, con l'insediamento del C di A ha segnato il risveglio dell'ente con un pieno rilancio delle attività di comunicazione istituzionale e l'informazione ha avuto un nuovo impulso con il giornale Iostudionews che ha potuto raccontare tutti gli eventi contenuto dallo Student'art 2015. Si sta consolidando quindi il brand ERSU portando avanti un piano relativo all'immagine coordinata dell'Ente e per tutte le iniziative in cui l'ente vuole lavorare.

## **1. L'analisi dello scenario e il pubblico di riferimento**

### **Il Pubblico**

- gli studenti universitari (compresi gli studenti stranieri)
- gli studenti dell'ultimo anno delle scuole medie superiori
- gli studenti del Conservatorio e dell'Accademia di Belle arti
- i genitori degli studenti e gli operatori dell'Orientamento (universitari e scolastici)
- le "agenzie" che operano all'interno del mondo giovanile (associazioni, luoghi di ritrovo)
- gli operatori dell'Ente

## **1. 2. Gli obiettivi generali del Piano di Informazione**

### **Obiettivi generali**

- rinnovamento e rafforzamento dell'immagine esterna
- maggiore penetrazione comunicativa e informativa
- maggiore e più decisa organizzazione della comunicazione interna

## **1. Obiettivi specifici**

### **3 L'informazione**

Il rafforzamento online del giornale Iostudionews – attraverso l'approfondimento e l'utilizzo delle tecniche video - segna un passo fondamentale nella vita "comunicativa dell'Ente, facendo sentire ai giovani iscritti all'università la presenza dell'Ersu attraverso la divulgazione dell'attività istituzionale mediante l'utilizzo non di un linguaggio burocratizzato, ma semplice ed efficace. Inoltre, nella direzione della semplificazione del linguaggio per raggiungere l'utenza si è deve continuare ad adottare un vero e proprio cambiamento attraverso il coinvolgimento nella redazione della componente studentesca.

Il giornale online costantemente dà informazioni agli studenti. Oltre a contenuti qualitativi che costituiscono una vera e propria edizione di orientamento per gli studenti universitari. Si è creata anche una vera e propria agenzia stampa on line della quale con l'approvazione di

### **Obiettivi specifici informazione**

- Rafforzamento web del periodico "Io Studio" e del rapporto ente/utente e di quello ente/media attraverso la multimedialità
- espansione del bacino di utenza
- miglioramento e innovazione tecnologica dei servizi informativi
- potenziamento web tv
- servizi radio
- blog online
- agenzia di stampa newsletter

questo documento si provvederà alla registrazione quale ulteriore organo di informazione da distribuire attraverso una newsletter periodica (già avviata in modo sperimentale da alcuni mesi) che in modo semplice ed efficace informi tutti gli studenti e gli operatori del settore di tutte le novità sul diritto allo studio e sullo studio universitario. Contestualmente si tiene sempre il sito internet istituzionale affidato all'ufficio stampa.

Naturalmente, la strategia di informazione portata avanti dall'Ufficio Stampa continuerà a prevedere l'utilizzo degli strumenti classici mediatici di cui con successo ci si è serviti in questi anni (attività di informazione diretta a tutti gli organi di stampa, conferenze stampa, comunicati stampa, diffusione di appositi report, pubblicità radio, tv ecc.).

#### 4. Gli strumenti del Piano

In questa sezione, per brevità, verranno esaminati soltanto gli strumenti nuovi che si intendono proporre rispetto a quelli già in uso negli anni precedenti. Uno schema sintetico ma completo lo si ha nella sezione successiva.

##### 4.1 Informazione

1.

L'ufficio Stampa, durante il triennio 2016/2018, si doterà di nuovi strumenti multimediali da mettere in campo in favore dell'utenza.

Innanzitutto, attraverso il potenziamento della testata giornalistica "Io Studio" con una forte implementazione attraverso utilizzo di video.

Nello specifico:

- il potenziamento del giornale online utilizzando il dominio messo a disposizione gratuitamente dal direttore responsabile [www.iostudionews.it](http://www.iostudionews.it);
- la pubblicazione tempestiva delle news più importanti su canali multimediali come **telegram**, così da renderle fruibili immediatamente;

##### Strumenti della campagna di informazione

- il potenziamento video di "Io Studio online";
- realizzazione di un forum telematico di informazione e scambio di opinioni all'interno della sezione on line di "Io Studio";
- potenziamento della *Web TV implementandola su iostudionews*;
- campagna pubblicitaria redazionale su radio, tv, carta stampata, web
- **potenziamento** gestione di pagine dedicate su social-network: facebook, twitter, telegram e canali youtube
- trasmissioni radio online e via etere.

Sempre nel solco di aggiornare e innovare i servizi offerti all'utenza si situa il progetto di potenziamento della **WebTv nonché del rilancio dell'esperienza degli anni passati della radio (iostudio online) attraverso programmi su radio locali.**

## 4.2 Formazione

1.

Pensare oggi di lasciare all'iniziativa di singoli l'aggiornamento non solo non produce effetti ma ne innesca invece altri negativi in particolare le differenze di conoscenze, la disarmonia nell'approccio ai problemi possono solo approfondire il fossato tra la P.A. e il cittadino.

In questo senso bisogna prevedere apposite sessioni di alta formazione per gli addetti dell'ufficio stampa in particolare per aggiornamenti sui contenuti tecnologici, nonché la continua partecipazione ad iniziative fieristiche e stage che consentano un confronto continuo con gli operatori del settore.

### 4.2.2 Comunicazione Esterna

Potenziamento degli strumenti già esistenti

#### Strumenti di Comunicazione Esterna

- la progettazione di un sistema di segnaletica, generale;
- rafforzamento dell'immagine coordinata;
- la distribuzione di depliant stile "z-card" per facilitare l'orientamento delle matricole all'interno della cittadella universitaria e in città;
- uno studio di fattibilità inerente alla vendita di materiale promozionale (*merchandising*);
- produzione di un calendario

Si consentiranno due risultati importanti. La maggiore riconoscibilità dell'Ente attraverso i suoi strumenti di comunicazione (dalla carta intestata al sito internet) sia interna che esterna e la stabilizzazione della sua immagine.

L'ERSU dovrebbe dotarsi, in via sperimentale, di uno strumento promozionale di autofinanziamento: **la vendita di materiale promozionale (*merchandising*)**. Innanzitutto, il materiale da cancelleria (quaderni, block notes, agende, penne, matite, gomme ecc.) recante il logo dell'ERSU.

Poi anche una linea di abbigliamento giovane e tipicamente universitario. Prendendo spunto dalle consolidate esperienze dei campus universitari anglosassoni potranno essere prodotte felpe, magliette, cappellini, sciarpe, oltre a gadget di vario genere (sacche, borse, portachiavi ecc).

Va rilanciata l'esperienza del **calendario** che avrà l'obiettivo di promuovere l'immagine dell'Ente e aumentarne la visibilità, non solo nei contesti strettamente connessi con l'ambiente universitario palermitano.

## QUADRO SINOTTICO DELLE ATTIVITÀ, DEGLI STRUMENTI E DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO DI INFORMAZIONE

Le risorse sono rese disponibili dall'applicazione dell'articolo 127, comma 5, della Legge Regionale 26 marzo 2002, numero 2, che prevede l'impiego entro il 2% delle disponibilità del bilancio.

### Comunicazione interna

<b>Strumento</b>	<b>Soggetti destinatari</b>	<b>Strumenti, modalità e tempi di comunicazione</b>
Tutte le informazioni istituzionali e operative di tutti gli uffici dell'Ente, compresa quella parte di informazioni che di solito non viene diffusa attraverso i comunicati stampa.	utenti definiti di volta in volta con il soggetto proponente	I mezzi di divulgazione possono essere: - e-mail - copia cartacea - bacheca delle comunicazioni interne informatizzata (intranet) - rassegna stampa - newsletter - social (telegram)
Informazione interna	Tutti i dipendenti	Newsletter
Intranet	Tutti i dipendenti	Aggiornamento postazioni di lavoro
		Stampa

## **COMUNICAZIONE ESTERNA**

### **UFFICIO STAMPA**

<b>Strumento</b>	<b>Soggetti destinatari</b>	<b>Modalità</b>
Comunicato stampa	Mailing-list di testate ed emittenti radio e TV differenziate secondo gli argomenti	- e-mail
Conferenze stampa	Convocazione di testate ed emittenti radio e TV differenziate secondo gli argomenti + funzionari competenti in materia e consiglieri coinvolti	-convocazione con: - e-mail, -telefono
Redazione "Io Studio"	Studenti, associazioni, organi istituzionali, ecc.	Giornale online su iostudionews.it. "ersuinforma" newsletter agenzia stampa Sito web Face book Telegram wathapp
Link dedicati su siti Internet, spot televisivi e produzioni televisive, spot radiofonici e programmi radiofonici, acquisizione spazi su quotidiani e riviste, inserti nei giornali e sul web	Network tv locali, giornali online, radio locali, web	Per la promozione di tutte le attività e in occasione di particolari scadenze

Informazione pubblicitaria di servizio a carattere redazionale su carta stampata, web, radio, tv

<b>Strumenti</b>	<b>Modalità</b>	
Acquisizione spazi pubblicitari	Giornale di Sicilia, Repubblica	giornali
	TGS, TRM	tv
	BALARM, Livesicilia, Blogsicilia	web
	RGS, Primaradio	radio
	Ulteriori giornali, tv, radio, siti web che dovessero essere individuati in base ad esigenze specifiche	

<b>Strumento</b>	<b>Modalità</b>	<b>Periodo</b>
Gadget promozionali (vario genere: penne, magliette, cappellini, calendari, ecc.).	Diffusione in occasione di seminari, saloni dello studente, manifestazioni pubbliche.	In occasione di particolari scadenze (iscrizioni, bando di concorso, partecipazione ad eventi pianificati). Ovvero in distribuzione presso punti Ersu
"Z-card" o simili pieghevole informativo	Distribuzione in collaborazione con l'Università	Durante la pubblicazione del Bando di Concorso. In distribuzione presso le Segreterie dell'Università di Palermo e invio domiciliare
Segnaletica Uffici	Pannelli di segnalazione (totem)	-

Partecipazione a manifestazioni fieristiche dedicate alla P.A., alla Comunicazione ed all'Informazione e agli scambi culturali

**Manifestazione**

SMAU	Fiera di Milano	Ottobre
Forum P.A.	Roma	Maggio
Salone studente	Palermo	dicembre
Altri Saloni Orientamento	Italia e estero	

Formazione all'innovazione multimediale giornalistica e alla comunicazione

**Corso**

Tecniche per la web tv	Da definire	Da definire
Aggiornamento giornalistico (OdG)	a carico dell'odg	Da definire
Multimedialità giornalistica (Formez)	Roma	Da definire

Lingua inglese e per il web	da definire	
altre attività inerenti scienze dell'informazione e giornalismo con particolare all'uso di nuove tecnologie e software	da definire	Da definire

*Iniziative di scambi culturali ed internazionalizzazione da sostenere e avviare attraverso avvio contatti con gli uffici consolari presenti sul territorio*

**Paesi**

Usa e Canada	Da definire	Da definire
paesi dell'Unione europea	Da definire	Da definire
Bruxelles	da definire	Da definire
paesi mediorientali	da definire	da definire
paesi africani	da definire	Da definire

*Comunicazione promozionale Grafica*

	<b>Strumento</b>	<b>Destinatari</b>
Carta dei servizi (guida)	Utenti e personale interno	Tutto il Pubblico di riferimento
Avvisi, volantini, opuscoli	Utenti	Contestualmente alla richiesta di comunicazione da parte degli uffici

**Comunicazione digitale**

<b>Strumento</b>	<b>Prodotto</b>	<b>Note</b>
Sito Internet	Tutte le informazioni relative ai servizi, alle attività, agli eventi.	potenziamento del sito (sempre più interattivo).
BLOG	Interattività informale e multimediale con l'utenza	
Posta elettronica	News letter	Da inviare periodicamente ad una newsletter di utenti che ne faranno richiesta attraverso il sito web e comprensiva delle mail degli studenti partecipanti al bando di concorso nonché al mondo giornalistico
Campagne Google e Facebook mirate a target di utenti di età		

17 a 35 anni  
localizzati in Sicilia  
occidentale)

### Web tv

<b>Strumento</b>	<b>Prodotto</b>	<b>Note</b>
Web tv Canale integrato nel sito dell'ente e sul giornale iostudionews	Realizzazione reportage, servizi giornalistici televisivi Realizzare interviste a operatori e utenti studenti Realizzare servizi su eventi universitari	Descrizione della realtà studentesca, individuazione delle problematiche al fine di trovare la giuste soluzioni attraverso i servizi ERSU.

### **Attività di marketing, fundrasing e organizzazione eventi**

La comunicazione è, per la pubblica amministrazione, uno dei principali investimenti degli ultimi anni. Un investimento che è anche una scommessa, perché la partita dell'efficienza, della crescita di una democrazia partecipata, del rinnovamento e della deburocratizzazione, si gioca proprio nel campo della comunicazione.

Comunicare quindi significa identificare i valori comuni della PA e dei propri utenti. Da questo assunto l'Ente può trovare nuovi stimoli che possono arricchire economicamente e di competenze l'amministrazione attraverso nuovi contratti di sponsorizzazione che necessitano prima, durante e dopo, di :

- Un adeguato supporto di comunicazione e advertising
- L' impegno concreto di un ufficio stampa professionale e determinato
- Pubbliche relazioni mirate e costanti
- Precisa identificazione dei target da coinvolgere

L'Ersu di Palermo sviluppa la propria strategia grazie alla crescente autonomia gestionale; compete per attrarre gli studenti ed interpreta le esigenze dei propri interlocutori per soddisfarle. Di fronte a queste sfide, assume rilevanza cruciale una leva di gestione relativamente nuova per gli enti al diritto allo studio: IL MARKETING.

Il Marketing dovrebbe essere condotto in collaborazione con un partner esterno in possesso di adeguata esperienza e competenza, dall'amministrazione individuato, che si potrebbe occupare della ideazione e realizzazione di iniziative di promozione e non solo:

- Elaborazione di specifici progetti promozionali;
- Ricerca di partner commerciali e/o produttivi;
- Cura i processi volti a creare, comunicare e trasmettere un valore agli utenti, ed a gestire i rapporti con essi in modo che diano benefici all'Ateneo ed ai suoi portatori di interesse;
- Comprensione dei bisogni dell'utente attraverso appositi studi e analisi per migliorare i servizi offerti, principali o strumentali, o la modalità di erogazione degli stessi;
- Gestione del merchandising e relazioni con il partner esterno.

L'ufficio Stampa partecipa alle attività di Marketing dell'Ersu nella qualità di "event manager " congiuntamente all'Ufficio cerimoniale così come già avvenuto per tutto l'anno 2015 e comunque dall'insediamento del presidente prof. Alberto Firenze. Il compito dell'event manager è quello di organizzare queste diverse tipologie di eventi in occasione di eventi, feste, celebrazioni, congressi, convegni, iniziative culturali fino alle manifestazioni teatrali e musicali. Tale figura sovrintende alla realizzazione di un avvenimento, cura tutta la fase preparatoria, presiede al suo svolgimento e ne gestisce la chiusura.

La sede operativa di piazza Marina cura, in definitiva, il settore Marketing dell'Ente. È buona norma ricordare che il luogo dell'incontro deve essere in linea con la qualità dei messaggi e con le esigenze degli interlocutori e del pubblico previsto. Una sede adeguata, quindi, deve essere facilmente raggiungibile, possibilmente anche attraente e

opportunamente attrezzata (si chiede il potenziamento della struttura). Inoltre, vi deve essere spazio sufficiente per l'area iscrizioni, per le eventuali esposizioni, per le riunioni degli organizzatori e per tutte le altre necessità previste nel piano.

## **Conclusioni**

L'Ersu ha risorse umane spesso giovani (benché il numero sia largamente inferiore alle esigenze) e altrettanto spesso motivate e con forte spirito di corpo complessivamente, ha un organo decisionale che rappresenta anche la sua utenza di riferimento, insomma è nelle condizioni – anche se non ottimali – per investire in un processo di trasformazione importante e forse raro nel panorama siciliano.

Infine, si chiede di valorizzare la collaborazione stabile dei grafici e dei giovani del giornale IoStudionews alle attività dell'ente al fine di rafforzare sempre di più l'immagine e per tutte le esigenze (giornale, sito web, locandine, manifesti, etc.).

La stretta collaborazione con l'ufficio cerimoniale, infine non potrà che potenziare e rafforzare le azioni di informazione globale, formale e informale.

Palermo, 22 dicembre 2015

Il responsabile Ufficio Stampa

\_\_\_\_\_Dario Matranga\_\_\_\_\_