

**POLO ISONTINO****Gorizia, un piano marketing per promuovere l'attività**

Il video promozionale è stato realizzato con gli studenti del Dams, che ha sede proprio nel capoluogo isontino

Un piano marketing in piena regola. Con tanto di spot video, brochure, gadget e l'ormai immancabile tam-tam sui social network. Il Consorzio per lo sviluppo del Polo universitario di Gorizia, guidato dal presidente Rodolfo Ziberna, ha lanciato nei mesi scorsi una campagna per promuovere l'offerta didattica, ma anche i servizi e le occasioni di svago proposte dal capoluogo isontino.

Campagna che, partita a settembre, è giunta alla seconda fase nei giorni scorsi, con l'invio di circa 70mila messaggi di

posta elettronica: all'interno dell'e-mail, accanto alle informazioni sull'offerta didattica del polo universitario goriziano, il collegamento ipertestuale per visualizzare il video promozionale realizzato con la collaborazione degli studenti del Dams, che ha sede proprio a Gorizia.

Partendo dal centro storico e da un caffè tra studenti in piazza Vittoria, in 87 secondi il filmato propone una carrellata degli scorci più suggestivi della città, prima di una panoramica sulle strutture dedicate alla didattica, che ospitano le

attività degli atenei di Trieste e Udine: infine, a coronamento dell'ideale giornata-tipo narrata nel video, la scena di un aperitivo tra i giardini che circondano il castello medievale.

«L'obiettivo è promuovere non soltanto i corsi e l'attività didattica delle due università, ma anche il sistema città e i servizi che fanno di Gorizia una sede di studio ideale - spiega Ziberna -. In quest'ultimo anno e mezzo abbiamo lavorato molto, come Consorzio, per dare un'immagine giovane e dinamica di tutto ciò che fa da corollario all'offerta

formativa che le facoltà delle università di Trieste e Udine propongono nel polo goriziano».

La campagna di mailing, a cui si è affiancato un successivo invio di informazioni a ulteriori 40mila indirizzi di posta elettronica, pare aver funzionato: «Il 65 per cento dei messaggi inviati è stato aperto e letto e lo stesso filmato è stato visualizzato oltre mille volte nell'arco di pochi giorni», spiega il presidente dell'ente consorzio, che nelle scorse settimane ha lanciato una campagna promozionale su Facebook.

Il piano di marketing, complessivamente, è costato circa 15mila euro, «che abbiamo recuperato senza incidere sul bilancio del Consorzio», spiega orgoglioso Ziberna. Il prossimo anno, inoltre, sarà confermata la distribuzione di particolari gadget agli studenti che si immatricoleranno per uno dei corsi di laurea con sede a Gorizia: un kit composto da una borsa in nylon ultra-portatile, una penna e un quaderno, tutti con la griffe del Consorzio per lo sviluppo universitario.

**Cristian Seu**



**Il piano costa 15 mila euro**