UniCard – Relazione di progetto

Giulia Di Tommaso e Sofia Villanova

Corso di laurea magistrale LM-59 – Comunicazione, Marketing e Innovazione digitale

1. Introduzione

UniCard è un progetto che nasce da un'esigenza concreta: rendere più sostenibile la vita degli studenti universitari che frequentano l'università fuori sede. L'idea è una tessera rilasciata dal Comune di residenza dello studente, che dà accesso a tre ordini di vantaggi: agevolazioni economiche sui contratti d'abitazione, sconti nei supermercati e sconti nelle farmacie, cioè su beni di primaria necessità.

Questa relazione descrive tutto ciò che è stato pensato e realizzato nella presentazione PowerPoint del progetto, composta da dieci slide. Il documento ripercorre il problema di partenza, la soluzione proposta, il funzionamento della tessera, l'identità visiva (nome, logo e mockup), il Business Model Canvas, il valore generato per ciascun attore coinvolto, il modello economico, la roadmap di sviluppo e i principali rischi con le relative contromisure.

Un chiarimento di metodo: il progetto è presentato come business plan in forma sintetica. Dove nella presentazione compaiono meccanismi o fonti di ricavo che sono ipotesi di lavoro (e non dati verificati), la relazione lo segnala esplicitamente.

2. Il problema

La prima slide di contenuto inquadra il problema: studiare fuori sede comporta un costo che grava in modo significativo sulle famiglie. Il progetto individua tre aspetti.

Affitti elevati. Il canone di locazione è la voce di spesa più pesante per lo studente fuori sede e spesso non è accompagnato da tutele o agevolazioni dedicate.

Spese quotidiane. La spesa alimentare e i farmaci sono beni di primaria necessità, ma oggi non esistono sconti pensati specificamente per gli studenti.

Rischio di abbandono. Il costo della vita fuori sede può limitare il diritto allo studio e condizionare la scelta dell'ateneo, fino a spingere alcuni giovani a rinunciare o ad abbandonare il percorso.

Da qui la conclusione che apre la soluzione: mancano strumenti unici e locali che riuniscano questi benefici in un'unica proposta, semplice da usare e riconoscibile.

3. La soluzione: UniCard

UniCard è la risposta al problema: una tessera emessa dal Comune di residenza che riunisce in un unico strumento tre benefici, organizzati in altrettanti pilastri.

- **Casa:** agevolazioni economiche sui contratti d'affitto per chi vive fuori sede.
- **Spesa:** sconti nei supermercati convenzionati.
- **Farmacia:** sconti su farmaci e prodotti di primaria necessità.

I destinatari sono gli studenti universitari fuori sede residenti nel Comune che rilascia la tessera, con requisiti verificati dal Comune stesso. Il fatto che sia l'ente locale a emettere la carta è un elemento centrale: dà autorevolezza e fiducia allo strumento, lo collega al territorio di origine dello studente e lo inserisce nelle politiche per il diritto allo studio.

Il progetto prevede inoltre che la UniCard sia attivabile online e disponibile sia in forma fisica sia in forma digitale, in modo da essere usata facilmente alla cassa o tramite app.

4. Come funziona

Il funzionamento è descritto in quattro passaggi, pensati per essere chiari e per ridurre al minimo la burocrazia.

1. **Richiesta.** Lo studente presenta domanda al Comune, documentando l'iscrizione universitaria e la condizione di fuori sede (contratto d'affitto o residenza).
2. **Rilascio.** Il Comune verifica i requisiti ed emette la UniCard, in versione fisica e digitale.
3. **Convenzioni.** Per l'affitto aderiscono i proprietari di casa; per spesa e farmacia gli esercenti convenzionati.
4. **Utilizzo.** Lo studente ottiene sconti alla cassa e agevolazioni sul canone di locazione. La tessera ha validità annuale e può essere rinnovata.

Il cuore del modello è la rete di convenzioni: più esercenti e proprietari aderiscono, più la tessera diventa utile per lo studente e più il progetto è sostenibile nel tempo.

Sul versante dell'affitto, la presentazione indica come leva possibile il coinvolgimento di proprietari che accettino contratti a condizioni agevolate, con potenziali vantaggi legati a canoni agevolati. Si tratta di un meccanismo da definire nel dettaglio con il Comune e con le normative vigenti in materia di locazioni a uso studentesco, e va quindi considerato un'ipotesi di lavoro da approfondire.

5. Identità visiva: nome, logo e mockup

5.1 Il nome

Il nome "UniCard" unisce due parole immediate: "Uni", che richiama l'università, e "Card", che indica la tessera. È breve, facile da ricordare e comunica subito il target e lo strumento.

5.2 Il logo

Il logo è stato progettato secondo indicazioni precise e ha richiesto più passaggi di raffinamento, per arrivare a un risultato che trasmettesse calore e senso di casa, evitando un aspetto freddo e distaccato.

- **Colori:** la parola "Uni" è in blu, la parola "Card" in verde. Il blu richiama affidabilità e istituzione, il verde la crescita e l'accoglienza. Le tonalità sono state leggermente ammorbidite per un effetto più amichevole.
- **Carattere:** tutte le lettere sono disegnate con tratti spessi e terminazioni arrotondate, per dare un tono morbido e accogliente, lontano dall'aspetto rigido di un carattere geometrico standard.
- **La "A" a forma di casa:** la lettera "A" di "Card" è stilizzata come una casa. Il vertice è un tetto a punta arrotondato e al centro si trova una piccola porta ad arco, che prende il posto della tradizionale traversa. In questo modo il simbolo della casa, cuore del progetto, è integrato nella parola senza aggiungere elementi separati.

Il logo compare in grande nella slide iniziale e in quella finale e in formato ridotto, in alto a destra, in tutte le altre slide, garantendo coerenza visiva lungo tutta la presentazione. La grafica della presentazione riprende gli stessi due colori: una fascia blu e verde sul bordo e nei piè di pagina.

5.3 Il mockup della carta

Nella slide dedicata alla soluzione è presente il mockup della UniCard, nella versione fronte. La carta, a sviluppo orizzontale, riporta:

- il logo UniCard e la dicitura "Tessera studente fuori sede";
- un chip, a richiamare il carattere di tessera ufficiale;
- un numero di tessera e i dati dell'intestatario (nome e cognome, Comune di residenza, data di validità), inseriti come segnaposto;
- un codice QR, per la verifica e l'utilizzo digitale;
- tre icone che rappresentano i tre benefici: una casa, un carrello della spesa e una croce di farmacia;

- una fascia inferiore blu e verde, coerente con i colori del marchio.

Il mockup serve a far vedere in modo concreto come sarebbe lo strumento e a rendere subito comprensibile la proposta.

6. Il Business Model Canvas

La quinta slide presenta il Business Model Canvas, lo strumento che riassume in un'unica pagina come il progetto crea, offre e cattura valore. Di seguito i nove blocchi.

Segmenti di clienti. Gli studenti universitari fuori sede e le loro famiglie. Sul lato dell'offerta, gli esercenti e i proprietari che aderiscono alla rete.

Proposta di valore. Una tessera unica per ridurre i costi del vivere fuori sede, con sconti su affitto, spesa e farmaci, garantita dal sigillo del Comune.

Canali. Il sito e lo sportello del Comune, l'app e il codice QR, gli atenei e i social.

Relazioni con i clienti. Assistenza online e allo sportello e una community studentesca.

Flussi di ricavo. Quote o commissioni versate dagli esercenti convenzionati, contributo del Comune e fondi pubblici o privati, sponsorizzazioni di partner.

Risorse chiave. La piattaforma digitale, la rete di esercenti e i dati anagrafici del Comune per la verifica dei requisiti.

Attività chiave. Rilascio e gestione della tessera, costruzione e cura della rete di convenzioni, sviluppo dell'app e della piattaforma.

Partner chiave. I Comuni, le università e gli enti per il diritto allo studio, i supermercati e le farmacie, i proprietari e le agenzie immobiliari.

Struttura dei costi. Sviluppo e manutenzione dell'app, emissione delle tessere e assistenza, comunicazione e marketing.

La lettura d'insieme mostra un modello a due versanti: da un lato gli studenti, che ricevono il beneficio; dall'altro la rete di partner e il Comune, che rendono possibile l'offerta e ne sostengono i costi.

7. Il valore per ogni attore

Un progetto di questo tipo funziona solo se ciascun soggetto coinvolto trova un vantaggio. La presentazione lo dimostra distinguendo tre gruppi.

Studenti e famiglie. Risparmiano su affitto, spesa e farmaci, dispongono di una tessera semplice da usare e hanno maggiori possibilità di accedere a percorsi di studio fuori sede.

Comune. Sostiene il diritto allo studio e i propri cittadini, contrasta lo spopolamento giovanile e rafforza il legame con i giovani del territorio.

Esercenti e proprietari. Gli esercenti ottengono nuovi clienti fidelizzati e maggiore visibilità. I proprietari possono beneficiare di contratti più sicuri e di potenziali vantaggi legati ai canoni agevolati.

Il principio è quello di una situazione in cui tutti i partecipanti guadagnano, che rende la proposta credibile e replicabile.

8. Il modello economico: ricavi e costi

La sostenibilità economica è affrontata nella slide dedicata a ricavi e costi.

Ricavi previsti:

- commissioni o quote versate dagli esercenti convenzionati;
- contributo del Comune e partecipazione a bandi pubblici;
- sponsorizzazioni e partnership con soggetti privati;
- eventuale quota annua simbolica a carico dello studente.

Costi previsti:

- sviluppo e manutenzione della piattaforma;
- produzione e invio delle tessere;
- assistenza e gestione delle convenzioni;
- comunicazione e promozione.

In questa versione del business plan non sono riportate cifre. È una scelta dichiarata: gli importi andranno quantificati nella fase pilota, in base al numero di tessere emesse e di partner aderenti. Una proiezione numerica oggi si baserebbe su ipotesi non verificate, mentre il pilota permetterà di stimare con dati reali costi, ricavi e punto di pareggio.

9. La roadmap

Lo sviluppo del progetto è articolato in quattro fasi, dal disegno iniziale alla diffusione.

1. **Progettazione.** Accordo con il Comune, definizione dei requisiti di accesso e dei benefici.
2. **Convenzioni.** Adesione di supermercati, farmacie e proprietari di casa.
3. **Pilota.** Lancio su un gruppo ristretto di studenti e raccolta di feedback.
4. **Scala.** Estensione ad altri Comuni e, in prospettiva, ad altri servizi.

L'approccio per gradi permette di testare l'idea con rischi contenuti, correggere il tiro prima di investire su larga scala e usare i risultati del pilota come argomento per coinvolgere nuovi Comuni e nuovi partner. Le tempistiche non sono indicate nella presentazione e andranno stabilite con gli enti coinvolti.

10. Rischi e mitigazioni

La slide sui rischi individua quattro criticità e per ciascuna una risposta.

- **Pochi esercenti aderenti.** Si parte dalle catene locali e si offrono visibilità e una clientela fidelizzata.
- **Fondi pubblici insufficienti.** Si diversificano le fonti con sponsor, bandi e quote versate dai partner.
- **Basso utilizzo da parte degli studenti.** Si punta su un'attivazione digitale semplice e sulla comunicazione attraverso gli atenei.
- **Abusi nell'uso della tessera.** Il Comune verifica i requisiti e la tessera è nominale.

Questa parte dimostra la consapevolezza che il successo dipende da fattori esterni, in particolare dalla collaborazione degli enti pubblici e dei partner commerciali, e che serve un piano per gestirli.

11. Conclusioni

La presentazione si chiude con tre messaggi chiave: UniCard riduce i costi del vivere fuori sede su casa, spesa e farmaci; il modello è sostenibile e porta benefici a studenti, Comune ed esercenti; si parte da un pilota locale, replicabile in altri Comuni.

Il lavoro svolto comprende quindi sia la parte di business, con analisi del problema, proposta di valore, Business Model Canvas, modello economico, roadmap e rischi, sia la parte di comunicazione, con il nome, il logo dalla "A" a forma di casa, la palette di colori e il mockup della carta. Questa combinazione è coerente con il percorso di studi di Comunicazione, Marketing e Innovazione digitale: il progetto unisce un'idea con impatto sociale a una strategia di marca pensata per trasmettere fiducia e senso di accoglienza.

Tra i possibili sviluppi futuri ci sono la quantificazione economica nella fase pilota, la definizione con il Comune dei requisiti e degli strumenti per le agevolazioni sull'affitto, l'allestimento dell'app e la creazione di una rete stabile di convenzioni. Sono questi i passi che trasformerebbero l'idea in un servizio operativo.