

SOCIETING LAB
DIGITAL SOCIAL INNOVATION

DROP
EVENTI.IT



**Next
GEN.(NA)**

**REPORT
CONCLUSIVO**



**“ Next Generation NA è un'opportunità,
l'opportunità di costruire insieme
la Napoli di voi giovani,
la Napoli della prossima
generazione. ”**

Chiara Marciari

Indice

01	Risultati raggiunti: tabella sinottica	03
02	Il progetto	04
03	Analisi di scenario	05
04	Ospiti	07
05	Canali digitali	13
06	Strategia transmediale	15
07	Definizione del format	16
08	Identità grafica	17
09	Media Parternership	22
10	Evento	28
11	Conclusioni	30

Risultati raggiunti: tabella sinottica



MEDIA PARTNER	DATI	TIPO DI DATO
La Repubblica <small>(stampa)</small>	509.141	Copie/tiratura medie
La Repubblica <small>(web)</small>	385.000	Contatti
La Repubblica <small>(social)</small>	40.000	Visualizzazioni
Videometro.tv	1.300.000	Contatti
Dati puntate	5.757	Visualizzazioni
NapoliToday <small>(web)</small>	480.138	Contatti
Evento	1.000	Giovani presenti
Totale	2.743.034	Soggetti target della campagna transmediale

Il progetto

NEXT GENERATION (NA) è un format transmediale¹ di 5 puntate andate in onda a partire dal 24 Novembre 2022 al 22 Dicembre. Il progetto si è concluso con una festa finale offline (il 28 Dicembre) organizzata CON i giovani e non PER i giovani.

Organizzato dall'**Assessorato al Lavoro e alle Politiche Giovanili del Comune di Napoli**, il format è stato pensato coinvolgendo, oltre ai media "tradizionali", mezzi di comunicazione digitali nella consapevolezza che le nuove generazioni sono molto distanti, per codici e linguaggi, dal mondo istituzionale. Considerando quelli che sono gli ambienti comunicativi più vicini ai giovani, si è deciso di partire da **Twitch**.

Con questa azione di comunicazione l'Assessorato ai *Giovani ed al Lavoro del Comune di Napoli* sta avviando una campagna di consapevolezza volta ad avvicinare l'amministrazione comunale alle reali esigenze dei giovani di Napoli nella convinzione che troppe volte le istituzioni non riescono ad intercettare tensioni, sogni e desiderata delle giovani generazioni.

A partire da questi ragionamenti, si è deciso di puntare sugli *influencer* provando a risignificare la loro funzione, non guardando solo alle metriche di vanità (numero di like e follower sui social), ma puntando al reale impatto che questi personaggi noti possono avere sui loro coetanei (e non solo).

Le puntate del format hanno visto l'Assessore Chiara Marciani intervistare, in diretta Twitch, cinque giovani napoletani che hanno da raccontare storie emblematiche e che possono indicare preziose vie di fuga verso una visione rinnovata della Città.

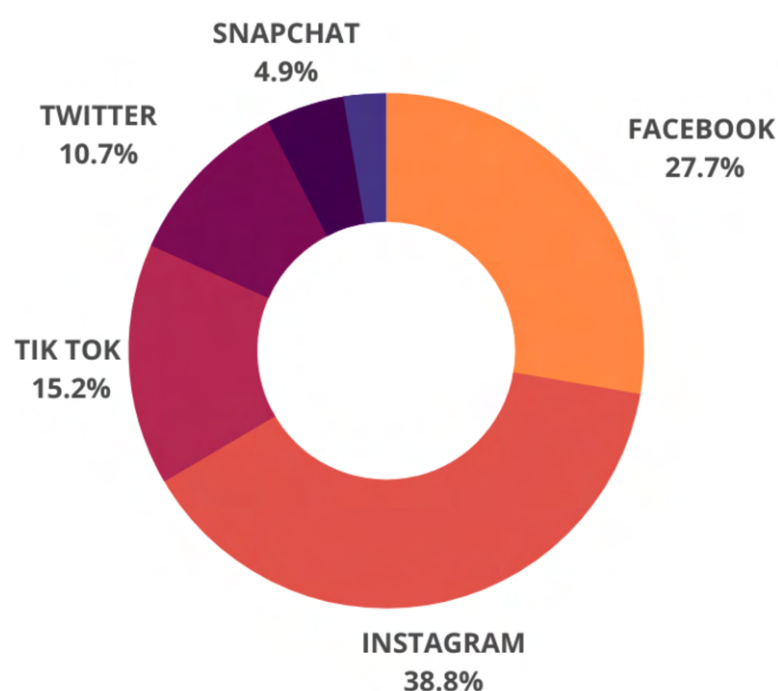
Come i giovani immaginano la Napoli del futuro? Cosa vorrebbero che fosse implementato per loro? Il format ha lo scopo di creare, attraverso la rete, un'occasione di dialogo e confronto tra i giovani e la Pubblica Amministrazione e immaginare una Napoli che sappia andare oltre stereotipi e oleografie, che accolga e sappia dar voce alla prossima generazione.

¹ Per format transmediale intendiamo un'azione di comunicazione che coinvolga contestualmente più media adattando, McLuhanianamente, il proprio contenuto al mezzo di comunicazione utilizzato con un cambio di tono, di registro comunicativo e forma del contenuto.

Analisi di Scenario

La Generazione Z (o Gen Z) è la generazione dei nati tra il 1997 e il 2012; in Italia rappresenta il 15% dell'intera popolazione. Si tratta della prima generazione a non aver conosciuto un mondo senza tecnologia e ambienti digitali tanto che si è soliti parlare di nativi digitali² (non senza qualche punto di vista contrario a questa definizione).

C'è un dato incontrovertibile: la Generazione Z è la prima nata dopo la nascita del web e quando una sorta di rivoluzione nel settore dell'elettronica di consumo era stata già compiuta, rendendo di fatto i cellulari e i primi dispositivi portatili disponibili anche al grande pubblico.



² Per nativo digitale si intende un individuo che ha potuto apprendere il funzionamento della tecnologia sin dall'infanzia poiché nato in un periodo storico in cui essa era già diffusa.

Per la Gen Z, così, il vero rito di passaggio dall'infanzia all'adolescenza è rappresentato spesso dal possesso di uno *smartphone* o di un cellulare connesso a Internet: secondo una ricerca del Pew Research Center, quasi tre quarti degli adolescenti di oggi ne ha uno, mentre appena il 12% di adolescenti non possiede un telefonino.

Difficile pensare, allora, che qualsiasi azione quotidiana di questi giovanissimi non passi attraverso le tecnologie che si portano tutto il giorno dietro. La Gen Z è la prima per cui la distinzione tra online e offline, tra vita reale e vita virtuale ha perso di senso e, ancora, la prima a vivere costantemente onlife. Numerosi studi hanno provato di volta in volta a identificare, così, cosa fanno gli adolescenti in Rete, quali sono app e social che preferiscono e perché.

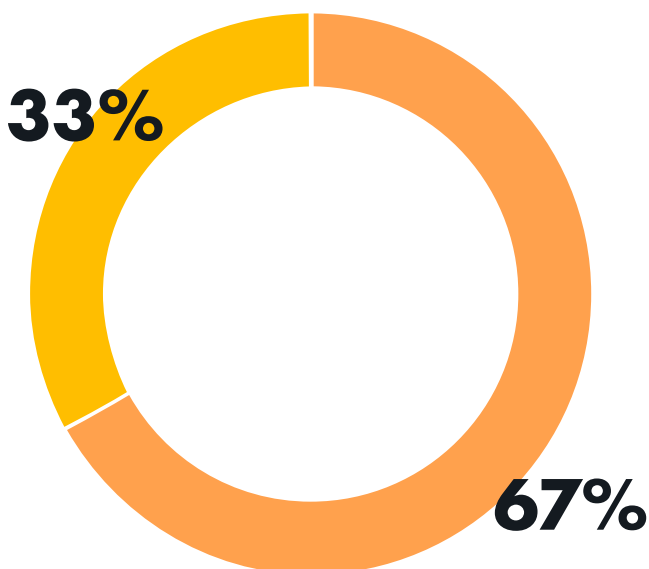
Stando ai dati e insight elaborati dal team The Fool su fonte dati Globalwebindex - il più grande studio al mondo sulle abitudini digitali dei consumatori che viene aggiornato ogni trimestre - la Generazione Z è "always online", con un utilizzo massivo del mobile (la media è di 4 ore e 20 minuti).

Analisi di scenario

Di questo tempo la maggior parte è spesa sui social media (2 ore e 29 minuti) e per i servizi di music-streaming (con una media di circa 2 ore). Tra le caratteristiche distintive si segnalano Podcast e Online TV, ampiamente sopra rispetto alla media.

Lato social **Instagram** è il canale più visitato settimanalmente (87%), al terzo posto troviamo **TikTok** (34%). Stupisce la seconda posizione di **Facebook** (62%), troppo spesso considerato poco "attraente" su questa fascia di utenti. In ascesa Twitch: la nota piattaforma streaming negli ultimi anni ha riscosso un grande successo in tutto il mondo ed anche in Italia, oramai, il pubblico e gli streamer attivi sono numerosissimi: **sono oltre 12 milioni i canali e oltre 6 miliardi gli spettatori.**

GLI INFLUENCER ISPIRANO 2 RAGAZZI SU 3



BUZZOOOLE

Rimettendo al centro la comunicazione diretta tra fruitore e content creator, **Twitch ha riscosso un grande successo, soprattutto nei giovani** (il 55% degli utenti appartengono infatti a questa categoria).

Il report *Influencer e Gen Z. Il ruolo degli influencer nei processi di acquisto*³ Buzzoole offre degli insight interessanti in merito ai comportamenti di online della Z Generation soprattutto in relazione alla figura degli **influencer**. Il dato per noi interessante è che la Gen Z segue gli influencer per i propri acquisti e per scoprire nuovi brand e prodotti. In particolare, su oltre 4 milioni di giovani italiani tra i 18 e i 24 anni, 2 su 3 si affida agli influencer, i quali rappresentano dei veri e propri modelli da seguire (non solo per scegliere quale prodotto acquistare).

³ Le interviste sono state effettuate ad un campione di 2.000 ragazzi tra i 18-24 anni, rappresentativo della popolazione italiana per sesso, età, area geografica ed ampiezza dei centri abitati.

<https://blog.buzzoole.com/it/influencer-marketing-brand/influencer-e-gen-z/#:~:text=Il%20primo%20risultato%20interessante%20%C3%A8,seguire%20per%20scegliere%20cosa%20comprare.>

Ospiti

I ragionamenti condotti a partire dall'analisi di scenario hanno portato ad una precisa scelta strategica: si è deciso di puntare sugli *influencer* dei veri e propri touchpoint digitali, ponti verso la ZGeneration. Si è provato, però, a risignificare la loro funzione, non guardando solo alle metriche di vanità⁴ (anche se un'analisi di questo tipo è stata comunque effettuata), ma puntando al reale impatto che questi personaggi noti possono avere sui loro coetanei e non solo.

Per questa prima edizione del progetto gli ospiti coinvolti⁵ sono stati 5: **Mattia Barbarossa**, Carola Moccia (in arte **La Niña**), **Egidio Cerrone**, Sara Mormile (in arte **Sara Penelope Robin**) e **Sabrina Efionayi**.

La scelta degli ospiti è stata portata avanti seguendo due criteri: analisi ed interpretazione dei dati dell'**Osservatorio Giovani** su:

- Tematiche centrali per le giovani generazioni a Napoli (start up e imprenditoria giovanile, cultura digitale e social network emergenti, cultura musicale, minoranze);
- Analisi ed interpretazione delle metriche di Engagement Rate⁶ a partire dal tool Not Just Analytics⁷.



⁴ Numero di like e follower sui social.

⁵ Di seguito le mini bio dei protagonisti.

⁶ Tasso di coinvolgimento effettivo del pubblico calcolato in base alle interazioni con i contenuti.

⁷ <https://www.notjustanalytics.com/>

Mattia Barbarossa



Prima Puntata **24 Novembre 2022**

Le **start-up** sono fondamentali per determinare il cambiamento della società, nonché per guidare la ripresa economica e la crescita responsabile. **Mattia Barbarossa**, primo ospite di NEXT GENERATION (NA) è il più giovane imprenditore del settore aerospaziale nel mondo. Nominato da Forbes tra i 100 under 30 più promettenti in Italia è il fondatore della **Sidereus Space Dynamics**, una startup che ha sviluppato un sistema di trasporto per lo spazio per i piccoli satelliti, con costi di accesso estremamente contenuti, finanziato dall'incubatore statunitense I2C della University of Alabama. Tra gli obiettivi dichiarati da Sidereus figura la "democratizzazione" dello Spazio con un servizio di trasporto accessibile ed economico.

La puntata è disponibile a libera fruizione:



Carola Moccia



Seconda Puntata **1 Dicembre 2022**

Giovane cantante e polistrumentista partenopea che esordisce musicalmente nel 2019. Fino al 2018 viaggia alla ricerca di se stessa nella musica, nel canto, nella scrittura, nell'arte e nel teatro. **La Niña** è una cantante e performer che, per sua stessa ammissione, scrive e sopravvive a Napoli. Nei suoi video propone un'estetica sensuale e matura che ben si sposa alla sua voce così profonda, ipnotica.

N.B.: Questa puntata non è stata svolta causa problemi di salute dell'ospite comunicati a poche ore dall'inizio della live.

Egidio Cerrone



Terza Puntata 7 Dicembre 2022

La cucina è sempre un'occasione per immergersi nella cultura e nelle tradizioni di un popolo.

Ci sono tanti modi di raccontare **Napoli e la sua identità**, uno di questi è la sua **tradizione gastronomica**. Il cibo è un patrimonio materiale e immateriale della comunità che va preservato e valorizzato anche se delle volte ci lasciamo andare ad un certo "sciovinismo alimentare" che cozza con la verve innovativa tipica di questa città.

Nel caso di Napoli, poi, il cibo è fortemente legato anche ad una **socialità** che è tipica del capoluogo campano per questo è stato ospite di Chiara Marciani **Egidio Cerrone**). Conosciuto anche con lo pseudonimo Puokemed da quando nel 2013 ha aperto un blog, "Le avventure di Puok e Med"; si definisce un cantastorie del buon cibo. Imprenditore napoletano dal 2016 è fondatore e partner di Puok, ristorante di panini take away con due sedi a Napoli, e dal 2017 è fondatore e partner di Fatelardo, agenzia creativa al servizio del food. In tutti i suoi progetti, in modi diversi.

La puntata è disponibile a libera fruizione:



Sara Penelope Robin



Quarta Puntata 15 Dicembre 2022

Come abbiamo visto la Generazione Z, quella a cui ci rivolgiamo, è una generazione always online con una media di circa 5 ore online.

Su Internet, la maggior parte del tempo è spesa sui social network ed in particolare Tik Tok è in fortissima ascesa: è la terza piattaforma più utilizzata dopo Instagram e Facebook (quest'ultimo in calo per la GenZ).

Sara Penelope Robin ha molto a che fare con questo universo comunicativo; lei utilizza i social come una cassa di risonanza per raccontarsi e raccontare anche quelli che sono un po' gli stereotipi della nostra società. Diplomata alla scuola di teatro Dietro Le Quinte di Crescenzo Autieri, è una giovanissima attrice e content creator che ha studiato recitazione, canto, dizione e danza finalizzata al teatro. Attraverso un approccio diretto, irriverente e sensuale utilizza i social come strumento per raccontare problematiche e stereotipi ancora duri a morire. Nuovi ambienti comunicativi ma anche nuovi modi di esprimersi e di raccontare il talento.

La puntata è disponibile a libera fruizione:



Sabrina Efonayi



Quinta Puntata 22 Dicembre 2022

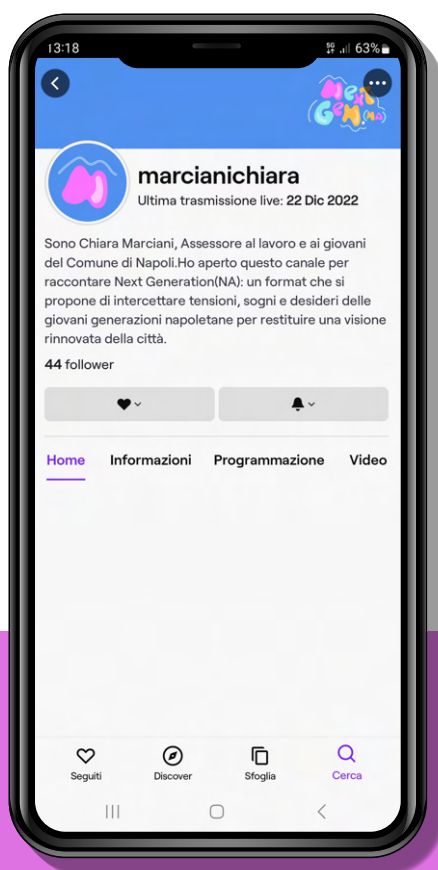
Sabrina Efonayi è considerata una delle voci più rappresentative della sua generazione. Giovane scrittrice, nigeriana di seconda generazione, nata e cresciuta nella provincia di Napoli. Studentessa in Culture digitali e della comunicazione presso l'Università Federico II di Napoli, si è sempre interessata ai temi della discriminazione, razzismo e disuguaglianze sociali. Pubblica tre romanzi per Rizzoli, *OVER* (2016) *OVER 2* (2016) e *#TBT* Indietro non si torna (2017). La sua storia è nelle pagine del libro *Addio, a domani* (fenomeno letterario dello scorso anno) e nel podcast *Storia del mio nome*, prodotto da Chora Media.

La puntata è disponibile a libera fruizione:



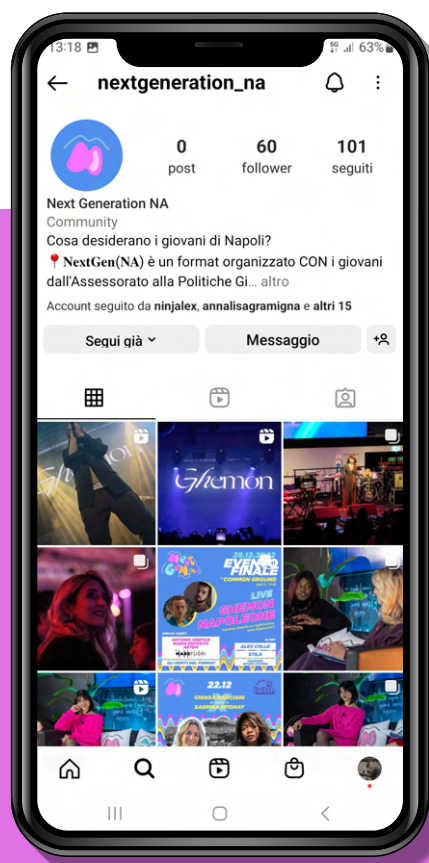
Canali Digitali

Per avvicinarsi ai linguaggi giovanili e per favorire una comunicazione meno istituzionale e più vicina alla nuova generazione sono stati creati:



Un canale **Twitch** da cui sono stata "streammate" le dirette:

<https://www.twitch.tv/marcianichiara>

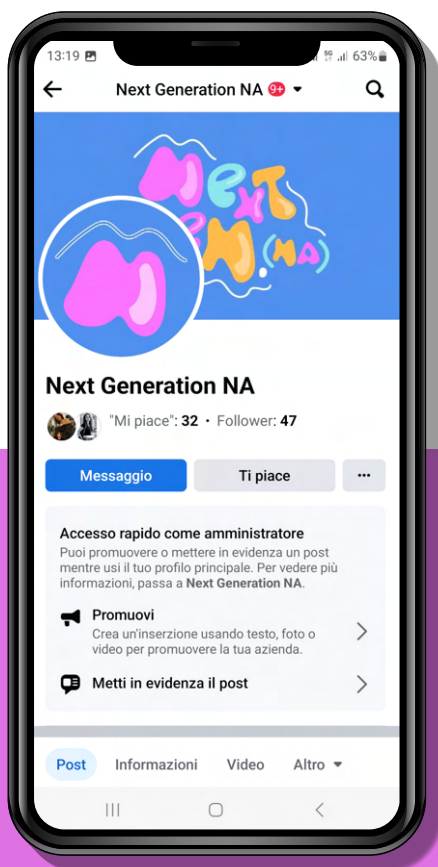


Un profilo **Instagram**

https://www.instagram.com/nextgeneration_na/

La content strategy è stata progettata e portata avanti dal team del SocietingLAB con il supporto di Moretv nella creazione di contenuti.

Canali Digitali



Una pagina **Facebook**

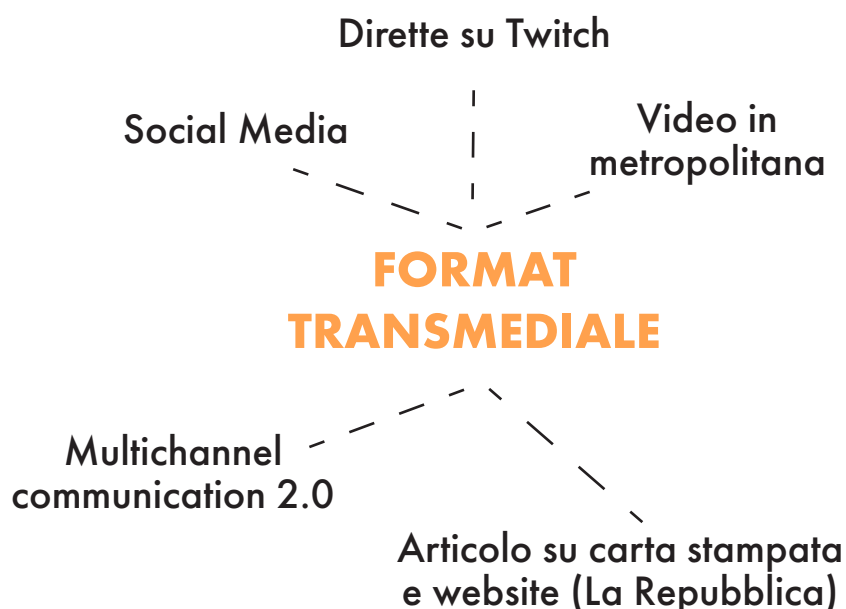
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100087586822266>

La strategia di comunicazione è stata integrata con altri canali così da creare risonanze virtuose.

Strategia Transmediale

Una narrazione transmediale è come un *puzzle*, i diversi pezzi vengono distribuiti sui vari canali (*on line* e *off line*) e offrono una diversa esperienza all'utente. Il tasso di coinvolgimento è molto alto, poiché riesce a destare curiosità e ad innescare un meccanismo comunicativo simile ad un gioco enigmatico e su diversi livelli. Per simili attività vengono attivati diversi strumenti che creano collegamenti tra i vari canali e celano meccanismi comunicativi sempre nuovi.

La strategia pensata per Next Generation (NA) si irradia a partire dalle dirette settimanali su Twitch (ed in crossposting sui canali social dei media partner).



Ognuna delle puntate è stata preceduta da un'azione multicanale di avvicinamento alla diretta:

articoli, post, banner, da parte dei media partner (Repubblica, More TV, Societing) e degli attori direttamente coinvolti (Assessorato ai giovani e al comune, Chiara Marciani e ospite della puntata).

A seguito di ogni puntata La Repubblica ha pubblicato un articolo con intervista ai protagonisti a firma del giornalista Raffaele Sardo. Le dirette, inoltre, sono ancora nell'infosfera sotto forma di video sulle pagine del sito web de La Repubblica di Napoli.

Il format si è chiuso con una festa finale fatta CON i giovani e non PER i giovani tenutasi lo scorso 28 Dicembre al Common Ground. In apertura sono stati raccontati i risultati raggiunti durante le 5 settimane di campagna; in questa sede è stato consegnato un riconoscimento a tutti gli influencer che sono stati coinvolti e a tre ospiti d'eccezione: Artem, Antonio Orefice e Maria Esposito. I giovani attori sono protagonisti della serie evento Mare Fuori che, ormai giunta alla terza stagione, contribuisce a restituire una

narrazione positiva della città di Napoli, dove la speranza non muore mai. A seguito si è tenuto un concerto di Ghemon e Napoleone per concludere la serata con un DJ Set finale.

Definizione del format

Le dirette hanno visto l'Assessore Chiara Marciani confrontarsi con giovani influencer napoletani (o comunque simbolo della città di Napoli) sulle loro idee riguardo la città.

Come immaginano la Napoli del futuro? Cosa vorrebbero che fosse implementato per loro?

Le dirette avranno lo scopo di creare, attraverso la rete, un'occasione di dialogo e confronto tra i giovani e la Pubblica Amministrazione.

Le cinque puntate sono state studiate, con il supporto del team di MoreTv, nel dettaglio immaginando una narrazione che potesse tenere l'utente con il fiato sospeso e spingerlo a seguire la diretta fino alla fine. Si è immaginato uno script di base che, di volta in volta, veniva adattato all'ospite di puntata.

Ogni puntata, della durata massima di un'ora, è stata idealmente divisa in 5 parti:

1. **Domande personali** lo scopo di questa prima parte era svelare la persona dietro il personaggio;
2. **Contenuti della N** - lo schema narrativo di base utilizzato per raccontare i progetti portati avanti dagli ospiti è quello del "viaggio dell'eroe": intuizione, primi passi, difficoltà e traguardi.
3. **Domande degli studenti** - Sono state preventivamente registrate (in due uscite sul campo presso il Polo tecnologico di San Giovanni a Teduccio) domande, curiosità e riflessioni degli studenti che sono state poste all'ospite di puntata e/o all'Assessore Chiara Marciani
4. **Focus su Napoli** - Come i nostri ospiti immaginano la Napoli del futuro? Cosa possiamo fare per implementarla?
5. **Domande dalla chat** - L'interazione in un mezzo di comunicazione come Twitch è essenziale e consente di uscire fuori dalla autoreferenzialità dei mezzi di comunicazione canonici.



Identità grafica

Con il supporto scientifico del team di Societing, l'azienda limewalk.eu ha provveduto a creare una identità grafica per il progetto Next Generation (NA) a partire da un logo.



Il lettering del logo è fatto a mano, unico e non replicabile; lo stile è contemporaneo, pop, e vicinissimo alla generazione target; sulla N è stato inserito in maniera armonica e naturale uno dei simboli per eccellenza della città di Napoli: il Vesuvio.

A partire dall'identità grafica si è provveduto a sviluppare tutto il materiale grafico (e videografico) per la comunicazione (online e offline) in modo che il risultato fosse pienamente coerente.



- VESUVIO INSERITO IN MODO NATURALE NEL DISEGNO
- LETTERING A MANO, UNICO E NON REPLICABILE
- STILE CONTEMPORANEO, POP, VICINO ALLA GENERAZIONE Z

Grafica generale di presentazione dell'evento

24.11 > Mattia Barbarossa
STARTUPPER ore 16:00

1.12 > Carola Moccia
LA NINA ore 16:00

7.12 > Egidio Cerrone
FONDATORE DI PUOK ore 16:00

15.12 > Sara Penelope Robin
ATTRICE E CONTENT CREATOR ore 16:00

22.12 > Sabrina Efonay
SCRITTRICE ore 16:00

29.12 > Evento finale:
DADA' + dj Alex Colle
TEATRO SANNAZZARO
ORE 18:00

CON IL PATROCINIO DI
Rai Campania

MEDIA PARTNER
la Repubblica **MORE** **videometro.tv**

UNA PRODUZIONE **DROP**
DIREZIONE SCIENTIFICA **SOCIETALAB**
CON **giovani**
ART DIRECTION **limewalk.eu**

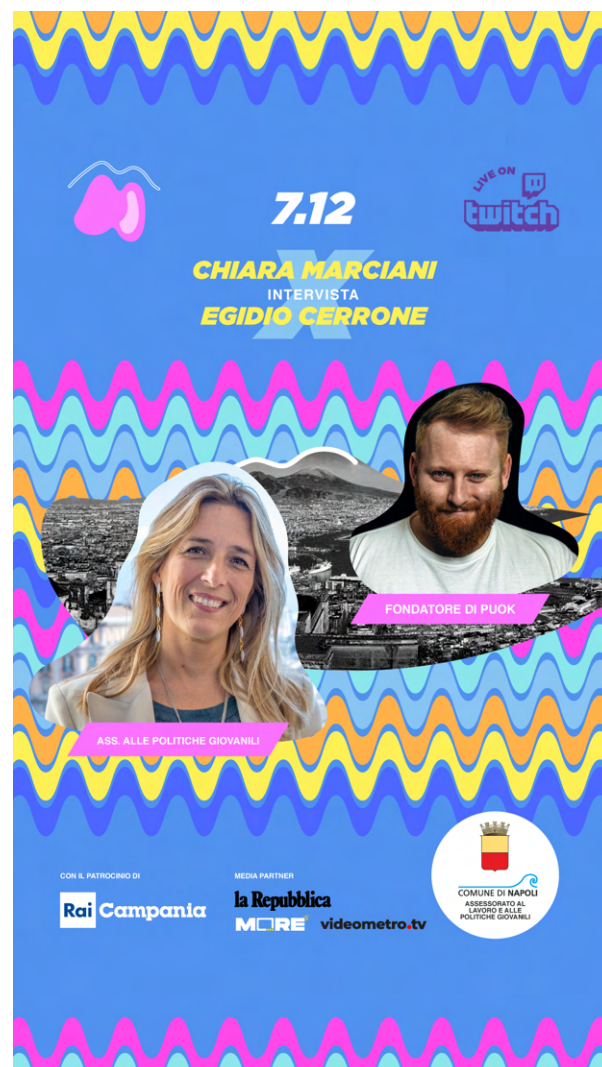
HOSTED BY: CHIARA MARCIANI
ASSESSORE ALLE POLITICHE GIOVANILI

Post, storie e materiale grafico per la comunicazione social in tutti i formati

Formato post
1080px x 1080px

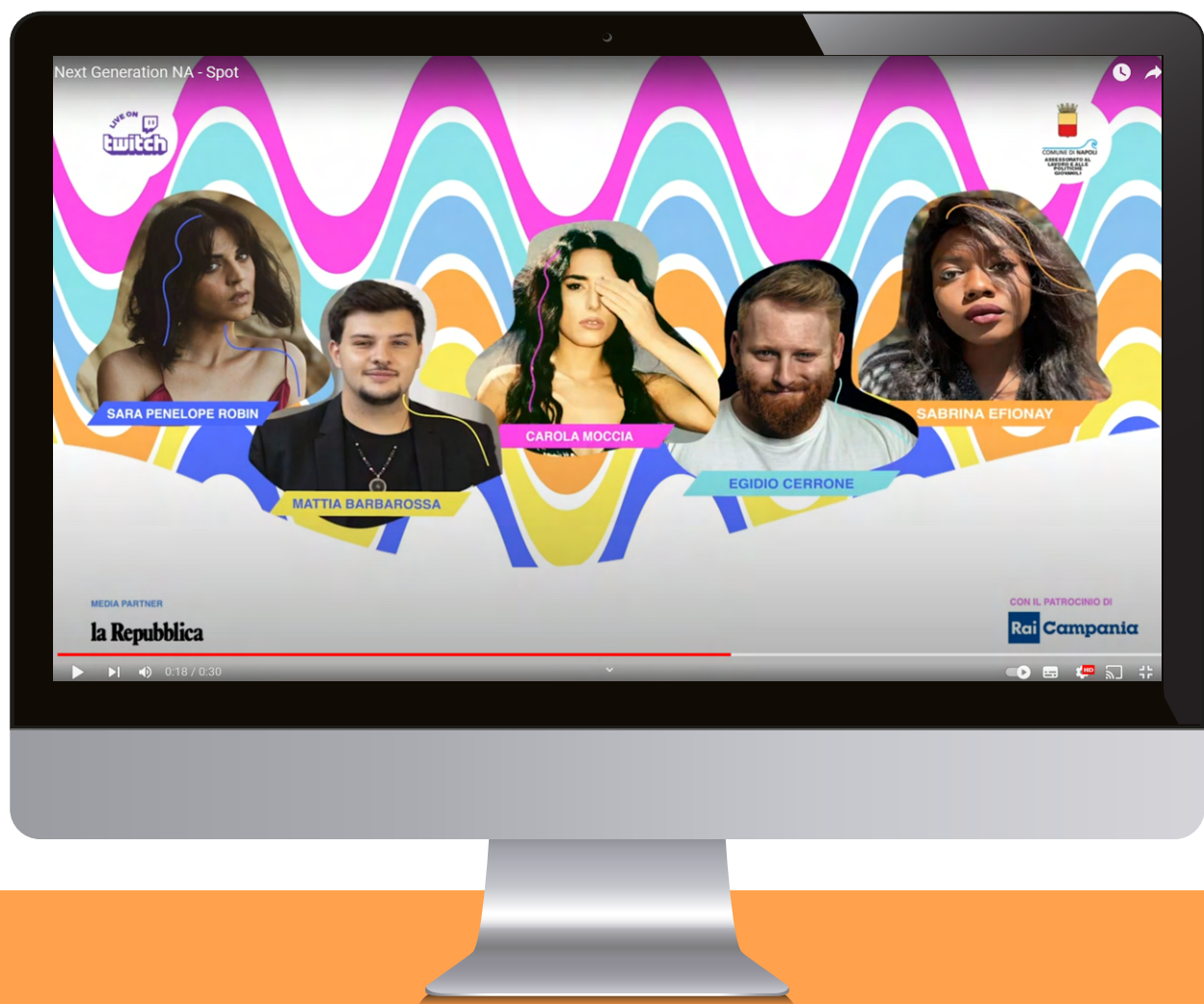


Formato story
1080px x 1920px



Un video spot di 30''

Visionabile in versione integrale a questo link https://youtu.be/WKpW_fAuQiA



Banner ad hoc per media partner



Media Partnership

L'iniziativa gode del patrocinio di Rai Campania e, in un'ottica multichannel, è stata condotta assieme a importanti media partner quali La Repubblica di Napoli e Videometro.tv.

la Repubblica

Con una tiratura media **509.141 copie**, La Repubblica è il secondo quotidiano più letto a livello nazionale che, a Napoli, realizza un'edizione locale in cui vengono presentate notizie, breaking news e approfondimenti da Napoli e dalla regione Campania.

Attività condotte su carta stampata:

2 mezze pagine a colori (272x200mm), nella prima e nell'ultima settimana della campagna per presentare il progetto e lanciare l'evento finale.

24.11 > Mattia Barbarossa
STARTUPPER - ore 16:00

1.12 > Carola Moccia
LA NINA - ore 17:30

7.12 > Egidio Cerrone
FONDATORE DI PUOK - ore 17:30

15.12 > Sara Penelope Robin
ATTRICE E CONTENT CREATOR - ore 17:30

22.12 > Sabrina Effonay
SCRITTRICE - ore 17:30

29.12 > Evento finale: DADA!
« I ragazzi di Mare Fuori » di Alex Colle
LUNGO SABBASTIANO
ORE 19:00

CON IL PATROCINIO DI **Rai Campania**

MEDIA PARTNER: **la Repubblica**, **MORE**, **videometro.tv**

UNA PRODUZIONE **PRODOTTORE** DIREZIONE SCIENTIFICA **SOCIEDINGUE** CON **CON** ART DIRECTION **limewak.eu**

HOSTED BY: **CHIARA MARCIANI**
ASSESSORE ALLE POLITICHE GIOVANILI

28.12.2022
EVENTO FINALE
LIVE GHEMON NAPOLEONE
Ingresso Gratuito su registrazione www.dropeventi.it

COMMON GROUND
start h. 19:00

SPECIAL GUEST:
ANTONIO OREFICE
MARIA ESPOSITO
ARTEM
di **MAREFUORI**

GLI OSPITI DEL FORMAT
DJ SET:
ALEX COLLE
STILA
INDIEMEN SOUND SYSTEM

CON IL PATROCINIO DI **Rai Campania**

HOSTED BY: **CHIARA MARCIANI**
ASSESSORE ALLE POLITICHE GIOVANILI

MEDIA PARTNER: **la Repubblica**, **MORE**, **videometro.tv**

UNA PRODUZIONE **PRODOTTORE** DIREZIONE SCIENTIFICA **SOCIEDINGUE**
CON **CON** ART DIRECTION **limewak.eu**

5 Maxi quadrotto a colori (162x126mm) durante le settimane centrali per presentare l'ospite della settimana

vato...», commentano nei
dei lavori, sorvegliata notte e gior
no per evitare intrusioni, in partico
del numerosi senza dimora
accampati all'esterno e all'interno
del ex Mercato Ittico confinante
con il parco. La maggior parte de
ammuli è già stata portata via. I p
hissimi resti ancora sul posto sa
no trasferiti entro un mese. Co
rtoni, pile di materassi, vestiti,
il mare di plastica. «Gran parte
a interrata. E inoltre sono stati
vati rifiuti speciali - ricorda San
zarda - Questo ha comportato i
ritardi». Le attività di raccolta
smaltimento erano riprese a fi
gluggio. Il Comune ha bandito
gara con un Accordo quadro
velocizzare la procedura. Alla
del problema e per completa
operazioni di rimozione e di
ferimento dei rifiuti, nel 2021
state previste delle risorse
a 1,5 milioni di euro appostati
dallo per Napoli finanziato dal
to di Sviluppo e Coesione. Era
in precedenza, il parco era
interessato da una bonifica
ica.
erminata la rimozione, si potrà
cedere alle analisi del suolo e
bonifiche definitive, anche
sistemare il verde nell'area fi
interdetta dai rifiuti. «Dici
si per completare i lavori, per
lata di apertura si può pensare
inisticamente a settembre
23», aggiunge Sanzarda. Il pro
del parco urbano della Mari
lla costa 5 milioni di risorse del
ndo di coesione e sviluppo, e
a aggiungere i fondi extra per 1,5

di spazzatura
visibili per anni.
Sotto l'ex
Mercato Ittico
opera di Cosenza



aggiornamento normati
o e impiantistico
nel 23 Accordi quad
del Comune per 60 pr
getti da un miliardo. I
prosa, danza, musica e
ti performative conte
del Teatro stabile di
poli. Già c'è un progetto di fatt
tà. Il percorso è curato dal Ce
ne: «Il progetto è in fase avvan
simi - ha detto il sindaco Ga
Manfredi - Stiamo collabo
per definire bene la destina
d'uso con il Mercadante, a
drà la gestione della parte
ca».

Pronti dieci milioni per
mare nel terzo polo dello
dopo Mercadante e San Fe
do, l'opera di Luigi Cosen
anni Trenta, sottoposta a
e ammirata per la purez
tecnica. Da troppo tro
bandonata. Lo spazio off
mila metri su più livelli
biente centrale di 1.200 r
dri dove avveniva il mer
«si presta bene a una s
verse possibilità di alle
spiega Mimmo Basso,
operativo del Teatro n
Napoli - Così si colma
un teatro moderno nel
rico, da destinare al tea
poraneo e alla multidi
tà, oltre a progetti p
sempre attraverso il t
l'interazione con il pa
rinella per attività all
naturale».

5 articoli a cura di Raffaele Sardo

Inizio campagna, uno a settimana per la durata della campagna, fine del format e lancio dell'evento. Presenti in versione stampata in un faldone allegabile al report.

la Repubblica, sabato, 26 novembre 2022

Napoli Cronaca

pagina 11

NEXT GENERATION NA

Mattia, lo startupper dei record: "Così conquisto lo spazio"

L'assessore comunale Chiara Marciani a colloquio con il giovane Barbarossa, giunto primo a una selezione della Nasa

di Raffaele Sardo

«Ci vuole amore e passione per realizzare i propri progetti. I progetti sono. Al primo dei cinque appuntamenti di "Next generation Na", un format promosso da Chiara Marciani, assessora al Lavoro e alle politiche giovanili del Comune di Napoli, Mattia Barbarossa, quasi 21 anni, il più giovane startupper e responsabile del mondo, racconta la sua esperienza imprenditoriale. «Attraverso le storie dei giovani di successo - promette l'assessore Marciani prima di cominciare l'intervista a Mattia Barbarossa sul tema "Start up e imprenditoria a Napoli" - ragioniamo senza barriere, pi, senza i soliti cliché legati alla nostra città, ma anche sulla Napoli che i giovani immaginano nel loro

Il format promosso dal Comune di Napoli prevede incontri con i giovani che si sono affermati nel mondo delle imprese

Ma chi è Mattia Barbarossa, e perché può essere un modello da imitare per tanti giovani? È, innanzitutto, il fondatore della sidereus space dynamics, una startup che ha sviluppato un sistema di trasporti per lo spazio orbitale a basso costo. Che la storia ci fosse, si è visto quando, a soli 17 anni e a un corso locale, con il team LaktoMoon, Barbarossa è arrivato primo, tra 2.000 squadre di 50 paesi diversi, a un concorso internazionale indotto dalla Nasa, sviluppando un esperimento per missioni in capsula radio schermati delle bonissime sul satellite Luna. Quest'anno è stato nominato da Forbes tra i 100 under 30 più promettenti in Italia.

Intervista

Ad alcuni giovani che gli hanno chiesto consigli sul collegamento dei dati, Mattia ha risposto: «Ma intenderlo di dare feedback. Ma è anche consapevole che per i giovani napoletani, che «posiedono una grande vivacità culturale», c'è una grande scarsità di risorse. «L'ultima domanda è stata: lui a parte dall'assessore Marciani, chi altri ho provato a cucinare il popolo? Invece nella cucina di casa. Non è il massimo per i propri genitori. Il non è andata meglio quando ho aperto l'azienda in un garage, perché che visiti hanno chiamato i carabinieri temendo che facessi per lo spazio attività di terrorismo». Tre anni fa Mattia Barbarossa ha aperto la sua azienda, Sidereus Space Dynamics, con il quale sta sviluppando un veicolo spaziale di nuova generazione.

Intervista

«Quando è stato difficile in una città come Napoli, che ha una forte tradizione culturale, portare avanti questa idea?», ha chiesto l'assessore Marciani. «Al segreto», ha spiegato Egizio Cerone, «sta nel fatto che il napoletano è un popolo che ama il lavoro, per darsi un'identità. Il fatto che ha una forte caratterizzazione napoletana e la rendono temporaneo per chi viene da fuori e anche per le nuove generazioni».

Puok, cantastorie del cibo "Così da una passione ho creato un'impresa"

L'assessore Marciani dialoga con Cerone, giovane imprenditore «A inizio anno si legge il Forum dei giovani»



Intervista
Egizio Cerone
"Puok" e l'assessore Chiara Marciani

«Quando è stato difficile in una città come Napoli, che ha una forte tradizione culturale, portare avanti questa idea?», ha chiesto l'assessore Marciani. «Al segreto», ha spiegato Egizio Cerone, «sta nel fatto che il napoletano è un popolo che ama il lavoro, per darsi un'identità. Il fatto che ha una forte caratterizzazione napoletana e la rendono temporaneo per chi viene da fuori e anche per le nuove generazioni».

«Quando è stato difficile in una città come Napoli, che ha una forte tradizione culturale, portare avanti questa idea?», ha chiesto l'assessore Marciani. «Al segreto», ha spiegato Egizio Cerone, «sta nel fatto che il napoletano è un popolo che ama il lavoro, per darsi un'identità. Il fatto che ha una forte caratterizzazione napoletana e la rendono temporaneo per chi viene da fuori e anche per le nuove generazioni».

Puok ha una marcia in più, perché racconta alle persone tutto quello che c'è dietro a tutti i suoi prodotti, mettiamo in mezzo al pane. La gente compra quello che non è puntato. Ai giovani universitari che lo guardano come un imprenditore di successo e gli chiedono come fare per intraprendere percorsi virtuosi, Egizio Cerone ha dispensato rassicurazioni e mandati di buon senso: «La mia esperienza universitaria mi ha dato la giusta forma mentis. Bisogna finire il percorso di studi e nel frattempo cominciare a coltivare un hobby. Se vedi che quella cosa ti rende più felice, poi fai quella». E ha aggiunto: «Non bruciarti, non fare i passi troppo lunghi e quando apre un'attività è importante prestare attenzione a quelle che dicono identità». Infine è toccato rispondere anche all'assessore Chiara Marciani sulle occasioni che le istituzioni offrono ai giovani napoletani: «Abbiamo promosso il Forum dei giovani - ha annunciato l'assessore - ma intanto nella nostra città. Ci saranno le elezioni all'inizio dell'anno. Sarà un momento dove poter proporre le proposte idee, dall'ambiente ai trasporti». L'ultima domanda per Cerone arriva dai commentatori: il tuo pezzo unico ispirato al Cristo velato? Ci pensa un attimo poi dice: «In gergo la "hardtail". Se la fai bene avvolge, allunga alla pasta. Il lardo c'è ma non lo vedi. Proprio come il velo della celebre statua».

"Io tiktok del Sud ce l'ho fatta. Ai giovani dico: non mollate"

di Raffaele Sardo
È stata Sara Genevieve Mornile, 31 anni, in arte Sara Penelope Robin, una delle tiktokker emergenti di Napoli, la protagonista della nostra puntata di "Next generation Na", il format trasmissivo promosso da Chiara Marciani, assessora al Lavoro e alle politiche giovanili del Comune di Napoli. "Timida, riservata, solitaria, ma amante della gente", così si descrive; è poliedrica nelle sue performance: ballerina e far con le personalità che ha dentro, "la sua anima è terribile". Infatti anche della sua arte, appresa in una scuola di teatro dove ha studiato recitazione, canto, direzione e danza.

L'assessore Marciani dialoga con la poliedrica Sara Genevieve Mornile, 31 anni, profumista dei social di Napoli, in arte Sara Penelope Robin



«Attraverso le storie dei giovani di successo - promette l'assessore Marciani prima di cominciare l'intervista a Sara Genevieve Mornile sul tema "Start up e imprenditoria a Napoli" - ragioniamo senza barriere, pi, senza i soliti cliché legati alla nostra città, ma anche sulla Napoli che i giovani immaginano nel loro

«Quando è stato difficile in una città come Napoli, che ha una forte tradizione culturale, portare avanti questa idea?», ha chiesto l'assessore Marciani. «Al segreto», ha spiegato Egizio Cerone, «sta nel fatto che il napoletano è un popolo che ama il lavoro, per darsi un'identità. Il fatto che ha una forte caratterizzazione napoletana e la rendono temporaneo per chi viene da fuori e anche per le nuove generazioni».

«Quando è stato difficile in una città come Napoli, che ha una forte tradizione culturale, portare avanti questa idea?», ha chiesto l'assessore Marciani. «Al segreto», ha spiegato Egizio Cerone, «sta nel fatto che il napoletano è un popolo che ama il lavoro, per darsi un'identità. Il fatto che ha una forte caratterizzazione napoletana e la rendono temporaneo per chi viene da fuori e anche per le nuove generazioni».

Attività condotte sul sito web

Banner su sito web



Formato big. rectangle cross devices, impressions erogate 55.000 per settimana + link di atterraggio su canale Twitch da dove partono le dirette (durante tutto l'arco della campagna)

NB. Il contenuto proposto ha avuto 385.000 impression⁹ durante l'intero arco della campagna.

Diretta in home page

con video in archivio

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/mattia-barbarosa-ecco-il-piu-giovane-startupper-aerospaziale/433236/434191?ref=search;>

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/napoli-next-generation-na-marciani-incontra-egidio-cerrone-puok/433728/434682?ref=search;>

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/napoli-sara-penelope-robin-a-next-generation-na/434518/435482?ref=search>



⁹ Le impression rappresentano il numero di volte che un contenuto, un video, una pagina web, un banner o qualsiasi altro contenuto web hanno avuto la possibilità di essere visualizzati dagli utenti.

n°6 articoli

(uno a settimana) a cura di Raffaele Sardo.

Articolo introduttivo

MENU | CERCA

la Repubblica

ABBONATI | GEDI SMILE | R | ACCEDI

"Next generation Na", cinque giovani raccontano i nuovi talenti napoletani

di Raffaele Sardo



A partire da giovedì un ciclo di interviste condotte dall'assessora Marciani, con alcuni protagonisti nel campo dell'arte e dell'impresa. Iniziativa del Comune in partnership con "Repubblica", "MoreTV" e "Videometro. tv"

22 NOVEMBRE 2022 AGGIORNATO ALLE 14:33

2 MINUTI DI LETTURA

https://napoli.repubblica.it/cronaca/2022/11/22/news/next_generation_na_cinque_giovani_raccontano_i_nuovi_talenti_napoletani-375613922/


Articolo conclusivo

MENU | CERCA

la Repubblica

ABBONATI | GEDI SMILE | R | ACCEDI

Napoli, al Common ground l'evento conclusivo del Next generation Na



28.12.2022
EVENTO FINALE
LIVE
GHEMON NAPOLEONE
Ingresso Gratuito su registrazione www.dropeventi.it

COMMON GROUND
start h. 19:00

SPECIAL GUEST:
ANTONIO OREFICE
MARIA ESPOSITO
ARTEM
MAREFUORI

GLI OSPITI DEL FORMAT
DI GEDI
ALEX COLLE
STILA
INDIEHEN
SOUND SYSTEM

CON IL PATROCINIO DI
Rai Campania

HOSTED BY:
CHIARA MARCIANI
ASSESSORE ALLE
POLLICHE GIOVANI

UNA PRODUZIONE: DIREZIONE SCIENTIFICA
DROPE
SOCIETÀ
CON: ART DIRECTION
Giovani imewik.eu

28 DICEMBRE 2022 ALLE 19:13

1 MINUTI DI LETTURA

https://napoli.repubblica.it/cronaca/2022/12/28/news/napoli_al_common_ground_levento_conclusivo_del_next_generation_na-381091275/

4 interviste

Attività condotte sui social

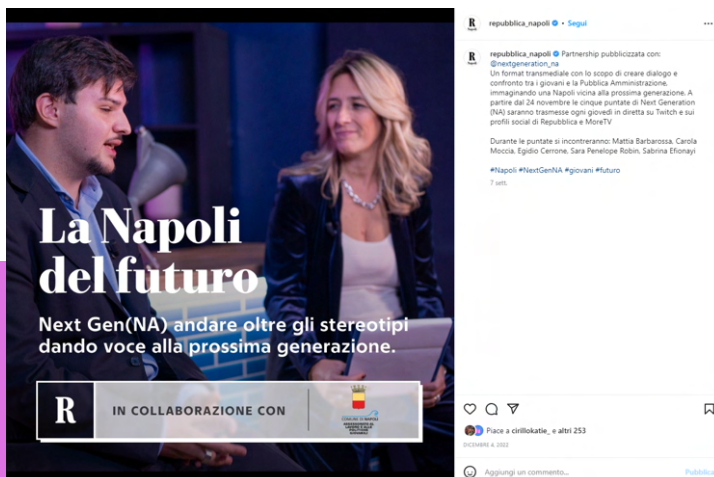
Condivisione diretta del format



2 Branded post sulla pagina Instagram di Repubblica Napoli

in apertura ed in chiusura campagna, con 20.000 view per post, in modo da amplificare maggiormente i 2 momenti topici.

NB. Il contenuto proposto ha avuto 40.000 impression.



Il post per Next Generation (Na) è stato pubblicato sulla pagina Instagram di Repubblica Napoli con l'obiettivo di promuovere il format crossmediale. Il contenuto ha superato l'obiettivo di copertura raggiungendo **oltre 22 mila persone nella zona di Napoli interessate all'intrattenimento televisivo e al dibattito, con un focus sui giovani.** Il contenuto è stato apprezzato: ci sono ben **252 like e 7 salvataggi del post** da parte di utenti interessati a recuperare il contenuto in futuro.



Anche il post conclusivo ha superato l'obiettivo di copertura raggiungendo oltre 22 mila persone nella zona di Napoli interessate all'intrattenimento televisivo e al dibattito, con un focus sui giovani (i like sono 250).

videometro.tv

Anche la città può parlare, raccontare e promuovere. Per questo abbiamo stretto una media partnership con la TV della Metropolitana di Napoli e del Sistema di Metropolitana Regionale della Campania. Videometro si propone di trasformare le stazioni in luoghi di cultura ed intrattenimento catturando l'attenzione dei viaggiatori.

Per NEXT GENERATION sono stati realizzati uno spot e 4 mini pillole video (che sono state disseminate anche sui social nell'ottica di una strategia transmediale).

Le stazioni sulle quali il format è stato in onda sono complessivamente 16. Queste stazioni contano tra i 12.000 ed i 16.00 contatti giornalieri

Su 20 giorni di programmazione i contatti lordi sono stati circa 4.480.000; se ipotizziamo una percentuale di visualizzazione cautelativa del 30% dei viaggiatori stiamo parlando di almeno **1.300.000 contatti.**

Evento

La prima edizione di Next Generation (NA) si è conclusa con un evento live tenutosi il 28 Dicembre 2022 presso il Common Ground (Via Eduardo Scarfoglio, 7, 80125 Napoli NA) organizzato in collaborazione con DROP eventi.

Il format - che ha attraversato diversi media digitali e non - si è concluso con una festa finale in presenza fatta CON i giovani e non PER i giovani. Un momento di incontro e confronto per tutti gli attori coinvolti che ha visto la partecipazione di più di **1000 giovani** e tanti influencer partenopei.

L'evento, svolto con il Patrocinio di Rai Campania, è stato aperto da Sara Penelope Robin che ha raccontato, dal suo punto di vista, l'impatto che Next Generation ha avuto (e può avere) per i giovani napoletani sottolineando la bontà di attività di comunicazione di questo tipo.

A presentare l'evento è stata ancora l'Assessore Chiara Marciani che ha raccontato i risultati raggiunti durante le 5 settimane di campagna consegnando un riconoscimento ufficiale agli influencer coinvolti nelle interviste e ad Ottavio Ragone, direttore de La Repubblica Napoli, per l'impegno profuso nell'avvicinare i giovani all'amministrazione comunale.

Sono intervenuti anche tre ospiti d'eccezione, alla vigilia della conferenza stampa di presentazione della terza stagione della serie **MARE FUORI** che li ha resi famosi: Artem, Antonio Orefice e Maria Esposito.

I giovanissimi attori sono protagonisti della serie evento **Mare Fuori** che, ormai giunta alla terza stagione, contribuisce a restituire una narrazione positiva della città di Napoli, dove la speranza non muore mai.



Non è mancato un momento di festa e divertimento con i live show di Napoleone (classe '92 originario di Salerno) e Ghemon, il rapper e cantautore originario dell'Irpinia.

La serata ha visto la partecipazione di alcuni dei maggiori influencer napoletani che sono accorsi per celebrare la chiusura di questo progetto che si è proposto come un primo progetto pilota che avrà presto una nuova edizione con ulteriori evoluzioni e sviluppi.



Conclusioni

L'Assessorato ai Giovani ed al Lavoro del Comune di Napoli, con questa prima edizione di Next Generation (NA), ha avviato una campagna di consapevolezza con un duplice obiettivo:

- Avvicinare l'amministrazione comunale alle reali esigenze dei giovani di Napoli nella convinzione che troppe volte le istituzioni non riescono ad intercettare tensioni, sogni e desiderata delle giovani generazioni
- Avvicinare i giovani alla pubblica amministrazione comunicando l'esistenza di un assessorato ai giovani e le varie opportunità che, di volta in volta, vengono messe a disposizione dei ragazzi.

Con un totale di **2.743.034 contatti raggiunti** durante l'intero arco della campagna grazie al lavoro corale di tutti i media partner e più di **5.575 giovani** che hanno partecipato attivamente alle dirette, si può dire che il prototipo abbia raggiunto entrambi gli obiettivi prefissati.



CON IL PATROCINIO DI



MEDIA PARTNER

La Repubblica

Un format per l'Assessorato al Lavoro e alle Politiche Giovanili
del Comune di Napoli

CONDOTTO DA

Chiara Marciani

DIREZIONE SCIENTIFICA

Alex Giordano

CON IL SUPPORTO DELL'OSSERVATORIO GIOVANI

Lello Savonardo

Rosanna Marino

PROJECT MANAGER

Caterina Cirillo

BACKSTAGE E FOTOGRAFIA

Francesca Di Meo

REDAZIONE

Rosa Cotena

Benedetta Esposito

PRODUZIONE GRAFICA

Limewalk Studios

ART DIRECTOR

Merko Palomba

GRAPHIC DESIGNER

Rita Viscione

PRODUZIONE LIVE STREAMING

More TV

COORDINAMENTO

Davide Valente

RIPRESE

Elvio Izzo

FONICO

Michele Manna

STAGE DESIGN

Wase S.R.L.

MAKE-UP

Maria Pia Apicella

PER LA REPUBBLICA

Ottavio Ragone

Raffaele Sardo

Annalaura De Rosa

Antonio Ferrara

PER METROTV

Luciano Colella

Maria Olivares

EVENTO

Drop Eventi

SONO INTERVENUTI

Mattia Barbarossa

Egidio Cerrone

Sara Mormile

Sabrina Efonayi

SI RINGRAZIANO

Giuseppe Sbrescia

Carlo Porcaro

Antonio Caiazzo

Pierluigi Scatola



la Repubblica

MORE

videometro.tv



limewalk.eu



Next GEN.(NA)

DROP
EVENTI.IT

SOCIETING LAB
DIGITAL SOCIAL INNOVATION