



# **NEXT GENERATION (NA) Vol.2**

## **Report conclusivo**

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

## **Indice:**

- Tabella sinottica dei risultati
- Il progetto
- Il format crossmediale e le scelte strategiche
  - Target e obiettivi
  - Le piattaforme di Next Generation (NA) Vol. 2
  - Gli ospiti
  - Le puntate
- Sviluppo della strategia crossmediale
  - Campagne ADV
  - Media partnership e output
- Conclusioni

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

## 1. Tabella sinottica dei risultati

Fonte	Dato	Tipo di dato
La Repubblica (stampa)	509.141	copie/tiratura media
Repubblica (web)	385.000	contatti
Repubblica (social)	20.000	visualizzazioni
Videometro.tv	1.300.000	contatti
Radio Kiss Kiss (social)	118.000	
Next Generation (Meta)	2360	visite al profilo instagram
	486.304	visualizzazioni dei video promossi su Meta
	2.353.363	impression
Next Generation (Spotify)	12.1461	impression
Dati puntate (Youtube)	18.327	visualizzazioni
Napoli Today	480.136	contatti
Totale	5.794.092	soggetti target della campagna transmediale

**A questo link un video sintetico di report:**

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

[https://www.youtube.com/watch?v=HCNRTfdGzo&ab\\_channel=societingtv](https://www.youtube.com/watch?v=HCNRTfdGzo&ab_channel=societingtv)

## 2. Il progetto

**Next Generation (NA) - Vol.2** è la seconda edizione del progetto organizzato dall'**Assessorato al Lavoro e alle Politiche Giovanili del Comune di Napoli** con la direzione scientifica del **SocietingLAB**.

Così come per la prima edizione, Next Generation (NA) si presenta come un format **crossmediale** composto da **4 puntate** andate in onda dal **14 Dicembre 2023 all'11 Gennaio 2024**.

Con "crossmediale" si intende un'azione di comunicazione che coinvolge più *media* adattando i contenuti al mezzo di comunicazione scelto. Il format è stato pensato infatti scegliendo, oltre ai media "tradizionali" (carta stampata e radio), i mezzi di comunicazione digitali nella consapevolezza che la strutturazione di una strategia più complessa possa riuscire ad avvicinare ed interessare le nuove generazioni che sono ormai molto distanti, per codici e linguaggi, dal mondo istituzionale.

L'azione di comunicazione è rivolta alla Generazione Z e, più nello specifico, ai cosiddetti "Neet": giovani tra i 15 e i 29 anni che non lavorano, non studiano e non frequentano corsi di formazione.

Durante le quattro puntate l'Assessore Chiara Marciani ha intervistato giovani *influencer* napoletani (o che hanno a che fare con la città di Napoli) che hanno da raccontare storie emblematiche e che possono indicare preziose vie di fuga verso una visione rinnovata della Città.

Si è deciso, ancora una volta, di puntare sugli **influencer** come veri e propri touchpoint digitali, ponti verso la ZGeneration. Si è provato, però, a risignificare la loro funzione, non guardando solo alle metriche di vanità (*like* e *follower*), ma puntando al reale impatto che questi personaggi noti possono avere sui loro coetanei e non solo. Gli influencer intervistati e le interviste sono pensate per far emergere il fatto che tutte le storie di successo non sono mai storie solo personali ma sono storie sempre collettive. In questa nuova edizione, infatti, sarà data molta enfasi al valore della condivisione e della creazione del valore intesa come attività collettiva.

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.

Le quattro puntate sono state trasmesse in modalità premiere su **Youtube** avendo eco e risonanza sulle piattaforme social **Instagram** e **Facebook**. Le interviste sono state poi riprese in articoli blog, su carta stampata ed in radio grazie al supporto di **La Repubblica**

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), PEC: [mediterraneologin@pec.it](mailto:mediterraneologin@pec.it)

**Napoli, Napolitoday e Radio Kiss Kiss Italia.** Da ultimo, ma non per importanza, anche la città si è trasformata in un mezzo di comunicazione: grazie al supporto di **videometrò.tv** le 4 interviste sono diventate 4 pillole che sono state distribuite all'interno del circuito metropolitano (linea 1 e 2).

Con questa azione di comunicazione l'Assessorato ai Giovani intende favorire la partecipazione attiva dei giovani alla vita cittadina e avviare 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.

Next Generation (NA) è inserito nel più ampio progetto "Giovani Onlife". La voce della Next Generation", sviluppato nell'ambito del Premio 'Città italiana dei Giovani 2023', promosso dal Consiglio Nazionale Giovani (CNG) e vinto dal capoluogo campano. Allineati agli obiettivi del nascente Forum dei Giovani di Napoli, i progetti si propongono di favorire in modo concreto la partecipazione politica dei giovani contribuendo ad orientare e programmare le attività dell'Assessorato.

Il format si propone come una vera e propria attività di **democratizzazione delle opportunità** volta ad interessare ai centri giovanili ed alle opportunità per i giovani, che il Comune di Napoli mette a disposizione tramite l'Assessorato, non sempre ai "soliti noti" dei progettifici, ma a giovani di talento che normalmente non sono in contatto con le attività di comunicazione convenzionali delle istituzioni.

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

### 3. Il format crossmediale e le scelte strategiche

**Una narrazione crossmediale è come un puzzle:** i diversi pezzi vengono adattati e distribuiti attraverso vari canali (on e offline) offrendo un'esperienza diversificata e completa all'utente. La crossmedialità consente di massimizzare gli investimenti e offre un enorme vantaggio in termini di divulgazione: spostare una storia da un canale all'altro favorisce la visibilità di quest'ultima poiché raggiunge persone che hanno diverse preferenze sulla fruizione narrativa. Il tasso di coinvolgimento è molto alto proprio perché, questo tipo di approccio, riesce ad intercettare pubblici differenti a partire dalle diverse piattaforme.

#### - Target e obiettivi

La Generazione Z è quella dei nati tra il 1995 e il 2010 e che, stando ai dati [Istat 2023](#) in Italia conta poco più di 9 milioni di individui, il 15% dell'intera popolazione.

La particolarità che la contraddistingue sta nel fatto che chi ne fa parte è nato in un contesto storico dove tecnologia, Internet e la comunicazione via web sono ormai parte essenziale della vita quotidiana: dove la continua connessione e gli strumenti tecnologici personali sono la regola. A differenza poi dei millennial, la Generazione Z non considera la tecnologia come uno strumento, ma come elemento essenziale della propria vita. Stando, infatti, [agli insight elaborati dal team The Fool](#) sui 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 ([secondo la ricerca di Mediatool, Gen Z Trends 2023: What Marketers Need to Know](#), il 75% dei "Gen Zer" considera gli smartphone il proprio device preferito trascorrendovi una media di 4 ore e 20 minuti al giorno per fare acquisti e navigare, ma anche per inviare messaggi e chattare con i propri amici, giocare e accedere a intrattenimento e notizie).

Buona parte del tempo speso online è utilizzato sulle app, i social network in particolare che sembrano essere - stando ad una ricerca di [Webboh Lab](#), il primo osservatorio digitale permanente della Gen Z creato da Webboh e dall'Istituto di Ricerca Sylla - per i giovani della ZGeneration un "luogo" in cui ricercare intrattenimento e divertimento (il 75% dei rispondenti cita questa come ragione principale che spinge a usare i social).

Seguono sul podio dei motivi per cui i giovanissimi della Gen Z frequentano i social: la **scoperta di nuovi trend** e prodotti di tendenza (motivo valido ancora per il 75% degli intervistati), la possibilità di stabilire nuove connessioni sociali e di mantenersi in contatto con gli altri utenti, ma anche quella di cercare forme di evasione dalla vita quotidiana (motivazioni valide, entrambe, per il 71%).

Il progetto crossmediale proposto dall'Assessorato ai Giovani e al lavoro del Comune di Napoli è nato dall'esigenza di instaurare **un canale di comunicazione a doppia via:** l'**obiettivo** era quello di favorire la partecipazione attiva dei giovani alla vita cittadina e

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC.mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

avviare un processo di democratizzazione delle opportunità, ma anche quello di avviare una campagna di consapevolezza volta ad avvicinare l'amministrazione comunale alle reali esigenze dei giovani di Napoli.

Per rispondere a queste necessità i *media* tradizionali, sebbene indispensabili, non sono sufficienti. Basti pensare che - secondo uno [studio di Capterra](#) del 2023 - anche i più moderni motori di ricerca sembrano lentamente cedere il posto ai **social media come fonte di informazione**: dall'indagine è emerso che il 54% dei rispondenti effettua ricerche online solo attraverso motori di ricerca come Google, Yahoo o Bing; il 5% effettua ricerche solo tramite i social media come YouTube, Facebook o Instagram; infine, il 41% cerca sia attraverso i motori di ricerca sia attraverso i social.

## - Le piattaforme di Next Generation (NA) Vol. 2

Stando ai dati [Comscore](#), la piattaforma maggiormente fruita dalla GenZ sembra essere **Youtube** che viene utilizzata dal 74% dei giovani italiani con buona pace dei più recenti TikTok (58%), Twitch (18%) e BeReal (15%). Segno che sul legame tra Generazione Z e social media incidono molto i video lunghi, e non soltanto gli short form.

Al secondo posto **Instagram** (61%) mantiene saldo il proprio ascendente sulle nuove generazioni. Di questo canale i GenZer apprezzano soprattutto le stories, i DM, le Note e altre funzionalità più specifiche. Ad esempio, quella che consente di archiviare i post pubblicati, per controllare meglio la propria immagine.

Seguono Tik Tok e **Facebook** (36%) che pare essere utilizzato anche se, spesso, considerato poco "attraente" su questa fascia di utenti.

A partire da questi dati - e in base agli obiettivi della campagna - Next Generation (NA) Vol.2 ha avuto origine da **Youtube Première**: uno strumento della nota piattaforma di contenuti multimediali che consente agli spettatori di guardare e scoprire nuovi video insieme in tempo reale consentendo anche di impostare promemoria, chattare, lasciare commenti, visualizzare il contenuto da differenti device.

Un valore aggiunto, quello della fruizione dei video multi-screen, che non è da sottovalutare in quanto, [secondo i dati Cisco](#), l'82% del traffico web nel corso del 2024 sarà costituito da contenuti video: le persone **passano continuamente da uno schermo ad un altro** e in questo momento siamo ad un record storico di streaming su più device, con fruizione di video di durata diversa e tipologia differente.

In ottica crossmediale, oltre al classico **formato widescreen** - dalla durata media di trenta minuti circa - , si è optato anche per l'utilizzo del più recente **YouTube Shorts** che, pur non essendo dominante sulla piattaforma, sta riscuotendo un notevole successo. Si tratta di una risposta di YouTube al crescente successo di piattaforme come TikTok, che ha "popolarizzato" il formato dei video brevi (con una durata massima di 59") e principalmente fruiti dallo *smartphone*. YouTube utilizza il suo potente algoritmo per aiutare gli utenti a

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

scoprire nuovi Shorts in base ai loro interessi, aumentando l'*engagement* e la visibilità dei contenuti.

Il format è stato poi diffuso attraverso le popolarissime piattaforme Meta: [Facebook](#) e [Instagram](#) **proprietarie** con una strategia di disseminazione che ha coinvolto sia i media partner (La Repubblica Napoli, Napolitoday, Radio Kiss Kiss Italia, Videometrò.tv) che degli attori direttamente coinvolti (Assessorato ai Giovani e al Lavoro, Societing LAB, Chiara Marciani e ospite della puntata).

Tra le piattaforme scelte per la diffusione di Next Generation (NA) Vol. 2 non si può dimenticare **Spotify** che è stata scelta come canale di diffusione per uno spot, registrato ad hoc con l'Assessore Chiara Marciani.

Anche la scelta di questo canale è legata a precise motivazioni strategiche: stando infatti ai dati presentati nella quinta edizione di [Culture Next](#) - il report annuale Spotify sulle tendenze di ascolto della Gen Z - nella prima metà del 2023 la generazione Z ha ascoltato oltre **560 miliardi di canzoni e più di 3 miliardi di episodi di podcast**, con un aumento del 76% rispetto al 2022, diventando così la categoria in più rapida crescita per quanto riguarda l'ascolto di musica e podcast su Spotify. Si tratta di **1.5 miliardi di minuti** in cui il target di riferimento poteva risultare esposto al messaggio.

#### - **Gli ospiti**

L'**influencer marketing** è diventato una delle forme più popolari ed efficaci di marketing online: con milioni di utenti Internet che navigano quotidianamente sulle piattaforme di social media per intrattenimento, ispirazione e consigli sui prodotti, non sorprende che gli esperti di marketing stiano sfruttando questo mercato che, nel 2023, vale **21,1 miliardi di dollari** ([dati Statista](#)).

Anche la Generazione Z non è immune al fascino degli influencer: dal report [La Gen Z italiana. L'impatto delle attività di influencer marketing sulle decisioni di acquisto della Generazione Z Italiana](#) emerge che il 36% degli intervistati utilizza i social per seguire i propri idoli e che il 40% utilizza i social per trovare ispirazione per acquisti e/o esperienze.

[Il report Influencer e Gen Z. Il ruolo degli influencer nei processi di acquisto](#) Buzzoole offre degli insight interessanti in merito ai comportamenti di online della Z Generation soprattutto in relazione alla figura degli influencer. Da questi dati emerge 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).

In un'epoca di grande disorientamento, i giovani faticano a trovare luoghi di dialogo che li aiutino ad immaginare nuove prospettive di senso in un mondo sottoposto a continui e radicali cambiamenti. Questo vuoto è spesso riempito da un uso non sempre critico delle

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), PEC: [mediterraneologin@pec.it](mailto:mediterraneologin@pec.it)

piattaforme social che spesso sono “abitate” da personaggi che, seppur popolari, non sempre mostrano stili di vita e prospettive edificanti, soprattutto per chi non ha ancora strumenti critici forti e consolidati.

### **E se, invece che consigliare un prodotto, gli influencer aiutassero i giovani ad immaginare la Napoli del futuro?**

Si è deciso di puntare su queste figure che, come dei veri e propri *touchpoint* digitali, possono creare ponti verso la ZGeneration; la parola *influencer* viene utilizzata proprio nella volontà di risignificarne il senso, guardando al reale impatto trasformativo che giovani come loro, nel proprio agire pubblico, possono avere sui loro coetanei (e non solo).

A partire da questi ragionamenti, anche quest’anno sono stati individuati **4 influencer positivi**: Miriam Landi, Jacopo Cardillo (Jago), Fernanda Pinto e Carola Moccia (La Niña).

**Miriam Landi** - TikToker e Creator originaria di Napoli. Si presenta attraverso il suo profilo TikTok, dove intrattiene con umorismo e semplicità, creando contenuti incredibilmente creativi e divertenti. Tra le sue capacità, uno spiccato senso dell'umorismo! si distingue nella traduzione dall'inglese al napoletano ed è divenuta celebre per aver lanciato il popolare format "In Napoli We Don't Say", ottenendo un notevole successo sia in Italia che a livello internazionale sulle piattaforme dei social media. Nel 2021, Miriam ha anche partecipato all'edizione italiana di Italia's Got Talent. Ad oggi, frequenta un corso di recitazione ed il suo sogno è diventare un'attrice.

**Jago** - artista italiano che opera nel campo della scultura. Nasce a Frosinone (Italia) nel 1987, dove ha frequentato il liceo artistico e poi l'Accademia di Belle Arti (lasciata nel 2010).

La sua ricerca artistica fonda le radici nelle tecniche tradizionali. JAGO utilizza il marmo come materiale nobile, ma tratta temi fondamentali dell'epoca che abita, instaurando un rapporto diretto con il pubblico mediante l'utilizzo di video e dei social network, per condividere il processo produttivo.

**Fernanda Pinto** - classe '95, è conosciuta al pubblico come attrice protagonista della web factory Casa Surace: casa di produzione sul web con 400 milioni di visualizzazioni che fa impazzire il pubblico raccontando l'eterno campanilismo tra nord e sud. Sin da piccola respira teatro lavorando in numerose compagnie napoletane. Nel 2022, consegue la Laurea Magistrale alle Federico II di Napoli.

Attualmente, per il terzo anno consecutivo, fa parte della compagnia teatrale di Vincenzo Salemme, in tournée in tutta Italia.

**La Niña** - Carola Moccia nasce a Napoli due volte, nel 1991 e nel 2019 (anno in cui esordisce musicalmente). 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

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

matura che ben si sposa alla sua voce così profonda, ipnotica. Il suo progetto artistico è frutto di sperimentazione e ibridazione di passato e presente musicale

### - **Le puntate**

Le quattro puntate, andate in onda dal 14 Dicembre 2023 all'11 Gennaio 2024 hanno visto l'**Assessore Chiara Marciani** intervistare i quattro giovani influencer con l'obiettivo di raccontare le loro storie - che possono essere di ispirazione per i giovani napoletani.

Ogni intervista, della durata massima di 30 minuti, è stata strutturata attraverso lo schema narrativo del "**viaggio dell'eroe**": sono state analizzate le intuizioni, i primi passi, le difficoltà e traguardi raggiunti dall'influencer con un focus particolare anche sugli obiettivi e sviluppi futuri.

Ogni puntata ha avuto poi 2 contributi esterni: uno **studente/studentessa** che, attraverso un *video-selfie* pervenuto in redazione, ha potuto porre una domanda al protagonista della puntata e Sara Penelope Robin.

Sara Genevieve Mormile, in arte **Sara Penelope Robin**, ha molto a che fare con l'universo comunicativo che è stato preso in considerazione: lei utilizza i social come una cassa di risonanza per raccontarsi e raccontare anche quelli che 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. L'attrice e creator digitale, già ospite della prima edizione e recentemente uscita con il libro "Tarantelle Condominiali - Storia di quella che fa i Tik Tok" edito da Rizzoli, ha accompagnato le riflessioni degli ospiti con le sue **domande e provocazioni**.

Tanti sono stati i **temi emersi** dalle interviste: **la responsabilità dell'essere influencer** - Miriam Landi ha dichiarato che prima di postare qualcosa lei "ci pensa diecimila volte" -, **il legame con la città di Napoli** - che è stata definita "scultorea, fatta di luci e ombre" (Jago) e "porosa e multiculturale" (Fernanda Pinto) -, **e che le storie di successo non sono mai storie individuali ma collettive**: "se si vuole intraprendere una carriera, è fondamentale circondarsi di persone che ci vogliono bene e di professionisti che possano supportarci" (La Nina)

Le puntate sono disponibili nell'infosfera ed è possibile visionarle qui in versione integrale: <https://bit.ly/m/nextgenerationvol2>

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

#### **4. Sviluppo della strategia crossmediale**

Ognuna delle quattro puntate è stata preceduta da un'azione multicanale di avvicinamento che, a partire dai canali **Instagram** e **Facebook** di Next Generation (NA), ha coinvolto sia i media partner (La Repubblica Napoli, Napolitoday, Radio Kiss Kiss Italia, Videometrò.tv) che degli attori direttamente coinvolti (Assessorato ai giovani e al comune, Chiara Marciani e ospite della puntata).

Prima di ogni puntata, gli ospiti sono stati intervistati a Radio Kiss Kiss Italia ponendo il focus sulle loro storie, ma soprattutto su come si immaginano la Napoli della Next Generation.

Ad ogni intervista è seguito il racconto su Napolitoday e su La Repubblica Napoli (in quest'ultimo caso con un articolo-intervista a cura del giornalista Raffaele Sardo).

La notizia della consegna del riconoscimento Next Generation (NA) 2023 è circolata anche all'interno del circuito metropolitano della città grazie al TG curato dalla redazione di Videometrò.tv

Le interviste, inoltre, sono ancora nell'infosfera sotto forma di video anche sulle pagine del sito web de La Repubblica di Napoli.

#### **- Campagne ADV**

##### **Panoramica**

L'intera campagna di comunicazione è stata supportata da un'azione costante di paid che si è avvalsa di 3 canali:

- Meta (Facebook/Instagram)
- Spotify
- Youtube

Meta e Spotify ads sono stati gli strumenti sui quali abbiamo puntato per ottenere awareness e consideration, per far sì che l'utente potesse essere incuriosito al punto da approfondire il contenuto attraverso la visione integrale del video su Youtube.

Youtube Ads è stato lo strumento per lavorare su un pubblico già presente in piattaforma (ndr. Youtube), al fine di ottenere visualizzazioni dei video, nei vari formati proposti (video wide e shorts).

##### **Pubblico**

Indipendentemente dall'obiettivo e dalla fase della campagna, abbiamo lavorato sempre su due fronti:

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), PEC: [mediterraneologin@pec.it](mailto:mediterraneologin@pec.it)

- Broad (inconsapevoli)
- Pubblico personalizzato (Consapevoli)

Nel primo caso abbiamo lavorato per generare interesse su un pubblico che potrebbe aver interesse nell'ascoltare/vedere le interviste. Questa prima parte della campagna ci ha consentito di determinare un pubblico personalizzato, costituito da coloro che hanno interagito con i post in promozione o visto i contenuti video.

Il pubblico personalizzato è stato poi sottoposto ad annunci che rimandano alla visualizzazione dei video nella loro interezza. In aggiunta da gennaio abbiamo anche lavorato all'incremento della fanbase esclusivamente su Instagram, ciò perché rispondente alla identificazione del posizionamento strategico di questo social network come luogo di conversazione per il target di riferimento.

Il pubblico identificato per le campagne sui vari canali è stato così definito:

### Meta Ads

The image shows four panels from the Meta Ads interface:

- Definizione del pubblico:** Shows a progress bar from 'Specifico' to 'Ampio' and estimated dimensions of 1.100.000 - 1.300.000.
- Pubblico di Advantage+:** Shows targeting options like 'Pubblico personalizzato', 'Età' (18-35), and 'Genere' (Tutti i generi).
- Controlli del pubblico:** Lists specific ad sets (10010-10014) and includes an 'Include' filter.
- Risultati giornalieri stimati:** Shows a coverage of 9,9K - 29K and a warning that estimates may vary significantly.

### Spotify Ads

The image shows three panels from the Spotify Ads interface:

- Pubblico:** Shows location targeting set to 'Italy' and a list of postal codes (80063, 80061, 80062, 80069, 80067) in Campania.
- Età:** Shows age targeting options with 'Fasce d'età' selected, including 18-24, 25-34, and 35-44.
- Risultati stimati:** Shows estimated results for a budget of 300 € in 30 days: Impressions (66,400.0 - 123,400.0), Copertura (56,400.0 - 104,900.0), and Frequenza (1,0 - 2,2).

### Youtube Ads

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**  
 Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)  
 Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli  
 P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), PEC: [mediterraneologin@pec.it](mailto:mediterraneologin@pec.it)

<p><b>Nome campagna</b></p> <p>Next Generation NA   C...</p> <hr/> <p><b>Il tuo video</b></p> <p> Next Generation NA   Chiara Marciari Int... da societingtv · 55 visualizzazioni</p> <p><b>Come viene visualizzato il tuo annuncio</b></p> <p>Deve essere pubblicato sotto forma di miniatura accanto a video correlati o sulla home page di YouTube</p> <p><b>Titolo</b></p> <p>Next Generation NA   Chiara Marciari intervista Mattia Barbarossa</p> <p><b>Descrizione</b></p> <p>prova Test</p>	<p><b>Località</b></p> <p>Napoli, Città Metropolitana di Napoli</p> <p><b>Lingue</b></p> <p>Italiano</p> <hr/> <p><b>Dati demografici</b></p> <p>Unisex, Qualsiasi stato parentale, 18 - 24, 25 - 34, 35 - 44, ... (e altri 1)</p> <hr/> <p><b>Interessi</b></p> <p>Lettori accaniti di notizie politiche, Lettori accaniti di notizie locali, Appassionati di programmi TV per la famiglia, Appassionati di notizie di intrattenimento, Lettori accaniti di notizie dal mondo</p> <hr/> <p><b>Budget giornaliero</b></p> <p>15,00 €</p>	<p><b>Rendimento settimanale stimato</b></p> <p><b>110000 - 330000</b></p> <p><b>Impressioni</b></p> <p>Viene conteggiata un'impressione ogni volta che viene mostrato il tuo annuncio. Il numero di impressioni non ha effetto sul costo.</p> <hr/> <p><b>2800 - 7000</b></p> <p><b>Visualizzazioni</b></p> <p>Viene conteggiata una visualizzazione quando un utente sceglie di guardare il tuo annuncio video facendo clic sulla miniatura.</p> <hr/> <p><b>0,01 € - 0,04 €</b></p> <p><b>Costo per visualizzazione (CPV) medio</b></p> <p>Importo medio pagato per ogni visualizzazione dell'annuncio.</p>
--	--	--

## Budget campagne

Per una buona esposizione mediatica abbiamo lavorato sulla continuità, prevedendo una copertura che partisse, indipendentemente dal canale, prima del lancio della nuova edizione del format.

Lo scopo di tale approccio era sostanzialmente quello di ottenere interesse rilanciando contenuti della scorsa edizione, per poi partire con le nuove risorse proposte.

Ecco di seguito il budget previsto:

	Meta	Youtube	Spotify	Totali
<b>Dicembre</b>	450	450	300	1.200
<b>Gennaio</b>	450	450	250	1.150
<b>Febbraio</b>	450	450	250	1.150
<b>Marzo</b>	450	450	//////	900
<b>Totali</b>	1.800	1.800	800	4.400

## Metriche di valutazione

Le campagne hanno affiancato i 3 momenti del piano e lavoreranno ad obiettivi diversi:

- Teaser | Obiettivo awareness/copertura
- Ospiti | Obiettivo engagement/visualizzazione - fase
- Pillole | Obiettivo visualizzazione

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

Le metriche di riferimento per tali obiettivi sono state:

- Copertura
- Interazioni con il post
- Visualizzazioni del video
- Visite al profilo instagram

Tali metriche sono determinate dal fatto che la conversione è determinata essenzialmente dalla copertura e soprattutto dalla visualizzazione dei video.

Prima di approfondire i risultati indichiamo una mappa delle informazioni presenti nel report sui risultati:

### **Copertura**

Il numero di account del Centro gestione account che hanno visto le inserzioni almeno una volta. La copertura è diversa dalle impression, che potrebbero includere più visualizzazioni delle tue inserzioni da parte degli stessi account del Centro gestione account.

### **Frequenza**

Il numero medio di volte in cui ogni account del Centro gestione account ha visto l' inserzione.

### **Importo speso**

L'importo totale approssimativo che speso per la campagna, il gruppo di inserzioni o l' inserzione, durante la relativa programmazione.

### **Impression**

Il numero di volte in cui le inserzioni sono state visualizzate sullo schermo.

### **Click (tutti)**

Il numero di clic, tocchi o scorrimenti sulle inserzioni.

### **Risultati ottenuti**

#### **Meta**

Dal 28 novembre all'11 febbraio abbiamo ottenuto i seguenti risultati:

- 2360 visite al profilo instagram
- 486.304 visualizzazioni dei video promossi su Meta
- 12.448 interazioni con i post
- 2.353.363 impression
- 706.713 account hanno visto le inserzioni almeno una volta (copertura)
- 3.33 è la media con cui gli utenti in target hanno visto un annuncio dall'inizio della campagna
- 11,652 è il numero totale dei clic sui nostri annunci

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

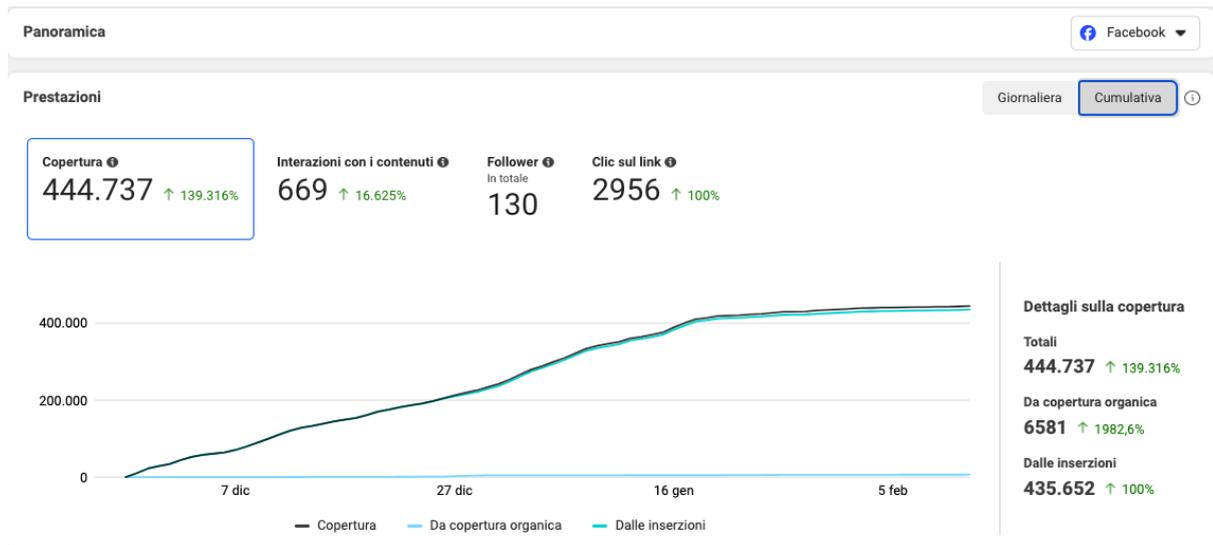
Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

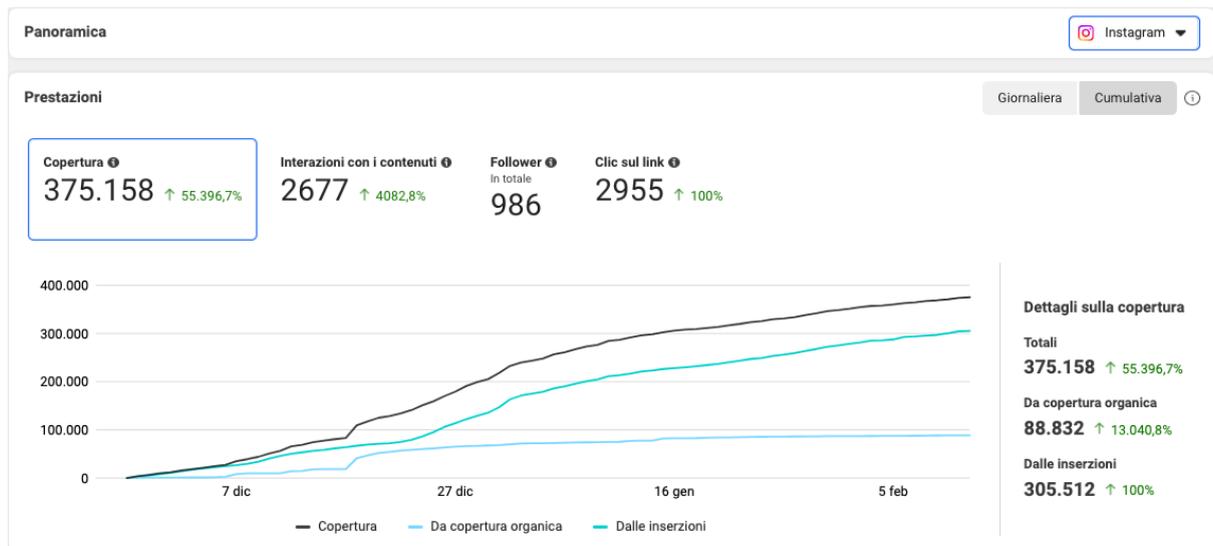
P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

## Panoramica Facebook



## Panoramica Instagram



## Spotify

Dal 11 dicembre all'11 febbraio abbiamo ottenuto i seguenti risultati:

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

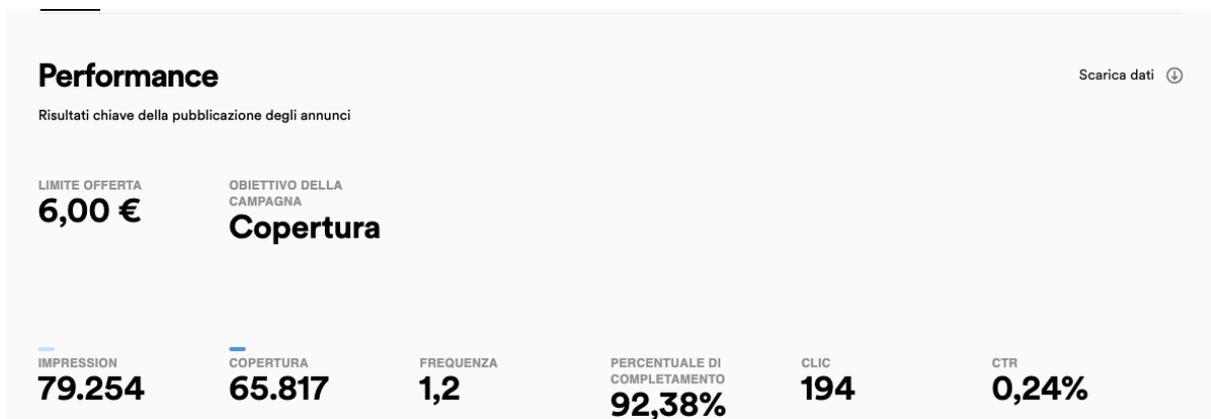
P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

NOME	IMPRESSION SU SPOTIFY	COPERTURA	FREQUENZA	CLIC	CLICK-THROUGH RATE
Next Gen Vol.2 - 2024	42,207	26,083	1.62	66	0.16%
Next Gen Vol.2	79,254	65,817	1.20	194	0.24%

- 12.1461 impression
- 91.898 accoun hanno ascoltato le inserzioni almeno una volta (copertura)
- 1.41 è la media con cui gli utenti in target hanno ascoltato un annuncio dall'inizio della campagna

### Dettagli campagna 2023



### Dettagli campagna 2024

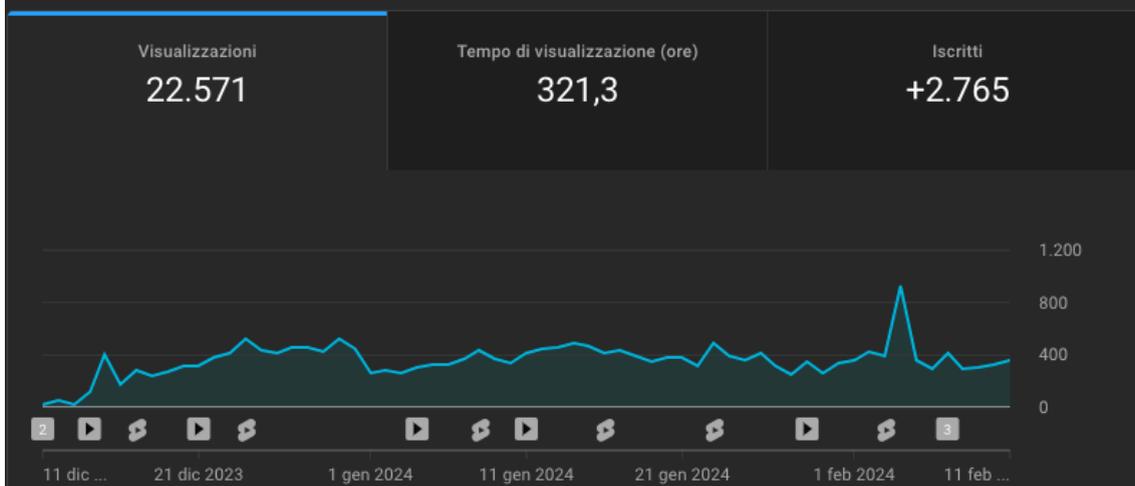


### Youtube

Dal 11 dicembre all'11 febbraio abbiamo ottenuto i seguenti risultati:

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)  
 Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)  
 Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli  
 P.IVA: 05623270658  
 Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

## Il tuo canale ha ricevuto 22.571 visualizzazioni nel periodo selezionato



- 22.571 visualizzazioni dei video
- 321.3 ore di visualizzazione dei video
- 2.765 iscritti al canale provenienti dalla visualizzazione dei video

### Accademia di Management Mediterraneo – Log In

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

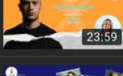
Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

Promozione	Stato	Obiettivo	Costo	Impressioni promo...	Visualizzazioni pro...	Iscritti promozione
 Carola Moccia e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Generation (NA) vol. 2	Terminata	Coinvolgimento	20,06 €	49.283	499	21
 Carola Moccia intervistata da Chiara Marciani   Next Generation (NA) vol.2	Attiva	Coinvolgimento	187,19 €	410.522	3.960	279
 Fernanda Pinto e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Generation (NA) vol. 2	Terminata	Coinvolgimento	20,07 €	29.792	292	29
 Fernanda Pinto intervistata da Chiara Marciani   Next Generation (NA) vol. 2	Attiva	Coinvolgimento	189,41 €	347.371	3.571	337
 Miriam Landi e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Generation (NA) vol. 2	Terminata	Coinvolgimento	20,07 €	47.713	426	39
 Miriam Landi intervistata da Chiara Marciani   Next Generation (NA) vol. 2	Attiva	Coinvolgimento	195,80 €	432.989	4.193	400
 Next Generation (Na) Vol.2	Terminata	Coinvolgimento	30,13 €	41.155	418	64
 Jago e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Generation (NA) vol. 2	Terminata	Coinvolgimento	50,07 €	141.176	1.058	120
 Chiara Marciani intervista Jago   Next Generation (NA) vol. 2	Attiva (limitata)	Coinvolgimento	195,56 €	277.408	3.157	327

## Dettaglio video

<input type="checkbox"/> Video	Visibilità	Restrizioni	Data ↓	Visualizza...	Commenti	Mi piace: %
 Next Generation Napoli   Puntata finale Siamo giunti alla fine! Con l'intervista a Carola Moccia (La Niña) si chiudono le...	🌐 Pubblico	Copyright	29 gen 2024 Pubblicato	56	0	-
 Carola Moccia (aka @lanina2303) intervistata da Chiara Marciani Scrivo e sopravvivo a Napoli; e una cosa su cui insomma, scherzo sempre. Quello con...	🌐 Pubblico	Copyright	11 gen 2024 Première trasme...	4.525	4	92,0% 23 mi piace
 Fernanda Pinto intervistata da Chiara Ma... Napoli è sempre stata una città molto aperta, anche mentalmente e culturalmente. E la cull...	🌐 Pubblico	Copyright	4 gen 2024 Première trasme...	3.902	1	84,2% 16 mi piace
 Miriam Landi intervistata da Chiara Marci... I social sono un'arma a doppio taglio, sono una grande responsabilità (...) Ai ragazzi del...	🌐 Pubblico	Copyright	21 dic 2023 Première trasme...	4.997	1	89,7% 26 mi piace
 Jago intervistato da Chiara Marciani   Ne... Quando ho capito quello che volevo fare? La verità è che sto ancora cercando di...	🌐 Pubblico	Copyright	14 dic 2023 Première trasme...	4.334	3	90,5% 38 mi piace
 Next Generation (Na) Vol.2 4 interviste, 4 giovani influencer, 4 visioni sulla Napoli del futuro: riparte Next...	🌐 Pubblico	Copyright	12 dic 2023 Pubblicato	513	0	83,3% 5 mi piace

## Dettaglio Shorts

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**  
 Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)  
 Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli  
 P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC.mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

Short	Visibilità	Restrizioni	Data ↓	Visualizzazioni
 Pillole di @lanina2303   Next Generation (NA) vol. 2 Con @lanina2303 approfondiamo il suo ruolo di influencer positiva. Riguarda l'intervista completa condotta da Chiara Marciari per...	🌐 Pubblico	Nessuna	8 feb 2024 Pubblicato	59
 Pillole di Fernanda Pinto   Next Generation (NA) vol. 2 Siamo abituati a pensare sempre e solo alle storie di successo, eppure le difficoltà sono all'ordine del giorno. Fernanda Pinto ne ha...	🌐 Pubblico	Nessuna	7 feb 2024 Pubblicato	45
 Pillole di Miriam Landi   Next Generation (NA) vol. 2 Da dove nasce la rubrica "In Naples we don't say"? Lo scopriamo assieme a Miriam Landi e Chiara Marciari nella seconda puntata di...	🌐 Pubblico	Nessuna	4 feb 2024 Pubblicato	613
 Pillole di Jago   Next Generation (NA) vol. 2 Quando Chiara Marciari gli ha chiesto quando avesse capito cosa volesse fare, @JAGOsound - artista e scultore - ha risposto...	🌐 Pubblico	Nessuna	24 gen 2024 Pubblicato	105
 Carola Moccia e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Gene... «Sei molto consapevole del tuo corpo, ma mi chiedo spesso come possiamo trovare l'equilibrio tra consapevolezza e sessualizzazioni del...	🌐 Pubblico	Nessuna	16 gen 2024 Pubblicato	581
 Fernanda Pinto e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Gen... « In un'epoca in cui tutto è virtuale e siamo abituati ad un immaginario diverso, che ruolo può avere il teatro? Ha ancora un senso? » Questa l...	🌐 Pubblico	Nessuna	8 gen 2024 Pubblicato	379
 Miriam Landi e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Gener... "Oggi si portano avanti battaglie sulle parole che si fermano solo all'estetica. Ma il napoletano di per sé, come idioma, sembra essere..."	🌐 Pubblico	Nessuna	25 dic 2023 Pubblicato	627
 Jago e le riflessioni di Sara Penelope Robin   Next Generation (N... "Per chi fa arte urbana, qual è la differenza tra portare un'opera urgente, necessaria, con invece un orpello da decoro urbano". Quest...	🌐 Pubblico	Nessuna	18 dic 2023 Pubblicato	1.253
 Next Generation (NA) Vol.2 📺 interviste, 📺 giovani influencer, 📺 visioni sulla Napoli del futuro: riparte Next Generation! 🔗 <a href="https://bit.ly/m/nextgenerationvol2">https://bit.ly/m/nextgenerationvol2</a> Anch...	🌐 Pubblico	Nessuna Norme di Shorts	13 dic 2023 Pubblicato	28

## - Media Partnership e output

### 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.

La partnership è stata articolata su carta stampata, sito web e social con i seguenti output

### Carta stampata

- **2 mezze pagine a colori (272x200mm)** su **carta stampata** in fase di lancio e nella settimana di Natale
- **4 Maxi quadrotto a colori (162x126mm)** su **carta stampata** durante le settimane centrali per presentare l'ospite della settimana
- **5 articoli** (inizio campagna, uno a settimana per la durata della campagna) a cura di Raffaele Sardo su carta stampata

### Blog

- **5 articoli** (inizio campagna, uno a settimana per la durata della campagna) a cura di Raffaele Sardo

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC.mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

- **1 campagna display valida dall' 11 Dicembre 2023 al 20 Gennaio 2024**  
Formato big. rectangle cross devices, impressions erogate 55.000 per settimana + link di atterraggio al link bitly che punta alle 4 interviste. Il contenuto proposto ha ottenuto **385.000** impression durante l'intero arco della campagna

- **Pubblicazione delle interviste su La Repubblica TV**

#### **Lancio**

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/riparte-and-8220next-generation-and-8221-il-progetto-crossmediale-che-avvicina-il-comune-ai-giovani/458914/459881?ref=search>

#### **Prima puntata**

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/next-generation-parla-jago-and-8220qui-la-mia-dimensione-and-8221/459206/460171?ref=search>

#### **Seconda Puntata**

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/next-napoli-miriam-landi-il-successo-con-la-traduzione-inglese- napoletano-ma-i-social-sono-un-arma-doppio-taglio/459383/460348?ref=search>

#### **Terza Puntata**

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/fernanda-pinto-a-next-io-da-casa-surace-a-teatro-con-salemme-punto-sul-talento-e-sfido-le-difficolta-col-carattere/460161/461126?ref=search>

#### **Quarta Puntata**

<https://video.repubblica.it/edizione/napoli/napoli-la-nina-a-next-sono-rinata-dalle-ceneri-il-mio-linguaggio-fonde-passato-e-presente/460554/461518?ref=search>

## **Social**

- **1 branded post sulla pagina Facebook di La Repubblica Napoli**  
<https://www.facebook.com/repubblica.napoli/posts/pfbidovrv2vaWopu8xtznfa93u5FmReytEoNw3MYx935yN5RfzuhTjosPcZLyMUCfNnxhal>  
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.**

## **Napoli Today**

NapoliToday è un quotidiano digitale pubblicato da Citynews spa; il giornale inizia la pubblicazione nel 2009 come progetto pilota, subito dopo le prime testate di Roma e Piacenza. Oggi, NapoliToday è il giornale online più letto a Napoli e provincia, con una media di 2,9 milioni di lettori e 9,65 milioni di pagine viste al mese.

La partnership è stata articolata in:

### **6 articoli su Napoli today**

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC.mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

- Articoli di Lancio <https://www.napolitoday.it/cultura/jago-premiato-manfredi.html>;  
<https://www.napolitoday.it/eventi/next-generation-na-ospiti-seconda-edizione.html>
- Prima puntata  
<https://www.napolitoday.it/eventi/next-generation-na-intervista-jago.html>
- Seconda puntata  
<https://www.napolitoday.it/media/miriam-landi-next-generation-na.html>
- Terza Puntata  
<https://www.napolitoday.it/eventi/fernanda-pinto-next-generation-na.html>
- Quarta Puntata  
<https://www.napolitoday.it/cultura/la-nina-carola-moccia-next-generation-na.html>

## 1 campagna display valida dall' 11 Dicembre 2023 al 20 Gennaio 2024 formato Masthead All Device Eventi

Si tratta di un formato che garantisce grande visibilità, grazie alla sua dimensioni e alla posizione privilegiata. Si colloca infatti, sotto il nome della testata e copre l'intera larghezza della pagina. Questo formato è molto dinamico in quanto prevede un meccanismo di espansione automatico che lo rende interattivo per gli utenti. Linkabile, con atterraggio al click alla landing page da voi indicata. L'erogazione nella sezione Eventi del canale "Cosa fare in Città" di NapoliToday in cui vengono segnalati tutti gli eventi di maggior interesse che si realizzano sul territorio di Napoli e provincia, fa sì che andiamo ad intercettare una audience maggiormente predisposta ad una call to action.



La campagna ha ottenuto **65.598 visualizzazioni** con un tasso di conversione delle 0,38% ed un totale di **250 click** sul link di destinazione che rimanda a tutte le puntate del format. Il 97% dell'audience raggiunto è sito nel napoletano e il 35% rientra pienamente nel target di riferimento di Next Generation (NA) un dato molto positivo se si considera che il mezzo di comunicazione scelto è maggiormente utilizzato da un pubblico di età media superiore.

[Accademia di Management Mediterraneo – Log In](#)

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC.mediterraneologin@pec.it)

## Radio Kiss Kiss Italia

Radio KissKissItalia è un'emittente che nasce agli inizi degli anni Ottanta, trasmettendo soltanto musica italiana. Ebbe un inaspettato successo che si è consolidato nel tempo. I dati d'ascolto la rendono la prima radio locale della penisola.

La partnership è stata articolata in **6 interviste radiofoniche + 6 post in collaborazione** sulla pagina Instagram Radio Kiss Kiss Italia.

Intervista a Chiara Marciani

<https://kisskissitalia.it/giovani-futuro-istituzioni-chiara-marciani-a-kki-il-progetto-next-generation-vuole-rispondere-alle-paure-e-alle-ansie-dei-ragazzi-che-vivono-a-napoli/>

Intervista a Jago

<https://kisskissitalia.it/jago-a-kki-condivido-on-line-un-gesto-antico-come-quello-della-scul-tura-cosi-intercetto-lumanita/>

Intervista a Miriam Landi

<https://kisskissitalia.it/miriam-landi-la-napoli-del-futuro-con-tanti-giovani-e-turisti/>

Intervista a Sara Penelope Robin

<https://kisskissitalia.it/sara-penelope-robin-a-kki-sui-social-per-dimostrare-lipnosi-collettiv-a-da-social/>

Intervista a Fernanda Pinto

<https://kisskissitalia.it/fernanda-pinto-su-kki-napoli-citta-porosa-le-auguro-di-essere-semp-re-piu-aperta-e-internazionale/>

Intervista a Carola Moccia

<https://kisskissitalia.it/la-nina-su-kki-spero-che-napoli-evolva-senza-cambiare-troppo/>

*I dati degli ascolti radiofonici non sono ancora disponibili (lo saranno il prossimo anno), sono però stati forniti i dati provenienti dalle attività social: sono stati raggiunti complessivamente, nel corso dell'intera campagna, **118 mila account**.*

## Videometrò.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.tv si propone di trasformare le stazioni in luoghi di cultura ed intrattenimento catturando l'attenzione dei viaggiatori.

La collaborazione è stata articolata nella trasmissione in 14 stazioni di **1 spot (30"')** e **4 mini pillole video** (che sono state disseminate anche sui social nell'ottica di una strategia transmediale).

<https://videometro.tv/video/tg-12122023-next-generation>

<https://videometro.tv/video/tg-21122023-next-generation>

<https://videometro.tv/video/tg-04012024-next-generation>

Le stazioni sulle quali il format è stato in onda sono complessivamente 14. Queste stazioni contano tra i 12.000 ed i 16.00 contatti giornalieri

Accademia di Management Mediterraneo – Log In

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:pec.mediterraneologin@pec.it)

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**.

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)

## 5. Conclusioni:

L'Assessorato ai Giovani ed al Lavoro del Comune di Napoli, con questa seconda edizione di Next Generation (NA), ha voluto dare seguito ad una campagna di consapevolezza con molteplici obiettivi:

- 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;
- Avviare un processo di democratizzazione delle opportunità che possano essere conosciute e colte non solo dai "soliti noti".

Attraverso l'azione congiunta dei media partner sono stati raggiunti **5.794.092** soggetti target, più del doppio della prima edizione. Si tratta di una fotografia raccolta al momento in cui questo report viene redatto (febbraio 2024), nell'ottica della permanenza online i contenuti sono destinati a raggiungere un numero sempre maggiore di utenti.

Il progetto, inoltre, continua la propria funzione disseminando sui social le video pillole della seconda edizione e con una rubrica stories aggiuntiva dal titolo "Visioni Future" in cui si promuovono e raccontano le iniziative dei giovani napoletani.

**Accademia di Management Mediterraneo – Log In**

Sede Legale: Corso Mazzini, 39 - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Sede Operativa: Corso Nicolangelo Protopisani, 70 - 84016 Napoli

P.IVA: 05623270658

Mail: [amministrazione@societing.org](mailto:amministrazione@societing.org), [accademia@societing.org](mailto:accademia@societing.org), [PEC:mediterraneologin@pec.it](mailto:PEC:mediterraneologin@pec.it)