

Master di primo livello in progettazione, comunicazione e management del Turismo Culturale

Anno accademico 2019-2020

Titolo tesi: Influencer marketing e viaggiatori 2.0: raccontare Dante Alighieri nel 2021

Autore: Di Cerbo Sara Carolina

Abstract:

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio e la descrizione delle strategie messe in atto per la promozione turistica e la comunicazione digitale del personaggio e dell'opera di Dante Alighieri in onore del settimo centenario dalla sua morte che ricorrerà nell'anno 2021. Gli studi compiuti e la ricerca svolta avevano come obiettivo la confezione di una strategia promozionale e del relativo brief secondo le direttive del reparto di *Brand Identity, Visual e Communication Design* di Enit, Agenzia Nazionale del Turismo Italiano. Per confezionare un brief coerente e funzionale, mi sono cimentata prima di tutto nell'analisi del target e del suo sviluppo nel tempo, così da contestualizzare la sua evoluzione e meglio comprenderne le nuove esigenze, dopodiché, ho affrontato lo studio dei diversi canali, dei vari punti di forza e punti di debolezza per strutturare una comunicazione efficace, capace di intercettare il target interessato e di procurare una ricaduta fisica e sostenibile sui territori considerati e sulle piccole imprese locali. Infine è stato ovviamente necessario affrontare la materia Dante da un nuovo punto di vista, studiarne le caratteristiche più affini al target e ai canali individuati, coglierne gli aspetti emotivi ed esperienziali, e creare una mappa che raccontasse il personaggio, l'opera e il territorio italiano al contempo. A partire da queste analisi è stato possibile non solo confezionare un brief, ma, come da richiesta, anche dare vita a una vera e propria strategia di comunicazione transmediale che avesse come principale scenario il mondo dei social network e del digitale in generale coerentemente con la particolare emergenza che stiamo vivendo, stimolando però allo stesso tempo una ricaduta economica sul territorio.