

# **Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2012 - 2013**

Titolo della tesi: **Social Media Strategy per i progetti co-finanziati**

Autore: Francesca Costa

## **Abstract**

L'argomento di questo mio lavoro di ricerca analizza la realizzazione di una Social Media Strategy applicabile ai progetti co-finanziati.

L'idea prende forma durante le prime settimane di stage presso la CNA Torino, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e delle Piccole e Medie Imprese, in cui mi sono occupata della redazione di testi di comunicazione per il web e gestione/implementazione delle pagine social dell'associazione. Durante questi mesi di stage, da Settembre a Dicembre 2013, ho scritto e postato sui canali social notizie riguardanti i progetti finanziati dalla Commissione Europea o dalla Camera di Commercio, venendo quindi a conoscenza di una nuova realtà progettuale e di finanziamento di idee e iniziative che possono rappresentare un aiuto concreto per le piccole e medie imprese e per lo scenario economico/occupazionale.

La CNA mi ha permesso di scoprire modelli di intervento e soluzioni di supporto a favore di coloro che sono colpiti dal periodo di criticità e di difficoltà delle realtà lavorative: progetti nati e realizzati grazie alla collaborazione di una partnership, enti o associazioni che si uniscono con un obiettivo comune e si impegnano nello svolgimento delle fasi di lavoro, utilizzando i finanziamenti e i contributi erogati a favore di queste iniziative. In questo contesto ho avuto la possibilità di analizzare iniziative e progetti che mi hanno offerto nuovi punti di vista per quanto riguarda il web e l'utilizzo dei social media. Le piccole medie imprese, le associazioni, come ad esempio la CNA, o i project manager europei, possono beneficiare degli strumenti digitali e delle potenzialità del web 2.0. per soddisfare gli obiettivi cardini che i progetti co-finanziati si pongono: disseminare le attività realizzate, produrre dati sull'andamento e rendere disponibili i risultati per permettere la replicabilità di questi esiti in altri contesti.

Ho delineato i passaggi chiave per una pianificazione della comunicazione digitale che comprenda l'utilizzo dei social media: strumenti in grado di creare nuove socialità e interazioni tra gli utenti, favorendo quell'effetto rete vantaggioso per la valorizzazione e promozione dei progetti sul Web.

Nella parte finale della tesi ho illustrato come applicare queste linee guida di pianificazione ad un progetto reale della CNA, l'iniziativa Chieri Attiva: un modello d'intervento sperimentale sulle politiche attive del lavoro con l'intento di favorire i lavoratori e le imprese del territorio chierese.