

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER
LA COMUNICAZIONE – A.A. 2019/2020**

Titolo della tesi: CINEMATOGRAFIA, MARKETING DEL TERRITORIO E BRAND

AWARENESS: come la grammatica del cinema narrativo classico può
creare engagement nell'epoca dei Social Media

Autore: Grazia Musella

Abstract

Il presente lavoro studia il workflow che dalla progettazione porta alla realizzazione di un prodotto audiovisivo. Sceneggiatura e regia prima, video making e video editing poi, sono affrontati dal punto di vista metodologico e applicativo per dimostrare come il video può essere impiegato in maniera innovativa nel marketing territoriale. Questa sperimentazione è applicata alla Valle Stura di Demonte, una valle del cuneese dal grande potenziale ma carente dal punto di vista della comunicazione. È in tale contesto che la sottoscritta ha avuto modo di lavorare, durante il tirocinio, a due progetti di marketing per la promozione del suddetto territorio: “La Valle che non sembra” e “Montagnam – La Valle Stura in tavola”. Se nel primo la grammatica del cinema narrativo classico è impiegata per generare engagement attorno alla creazione di un prodotto multimediale, nel secondo il genere classico dell'intervista è impiegato per lavorare alla brand awareness di un marchio locale. Il progetto di Tesi è stato realizzato presso Kosmoki APS, un'associazione di produzione video che agisce in aree marginali favorendo occasioni di sviluppo con la cultura e progetti di storytelling che utilizzano il linguaggio audiovisivo come elemento di comunicazione.