

**MASTER UNIVERSITARIO IN PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL
MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2020/2021**

Titolo della tesi: Dal feed al click: l'importanza dell'immagine nella comunicazione strategica – Il caso Bontempi Casa

Autrice: Vera Prada

Abstract

Una delle caratteristiche principali della nostra epoca è che l'esperienza del reale è permeata non soltanto da informazioni, ma sempre più spesso anche da una grande quantità e tipologia d'immagini. Dalla pubblicità tradizionale ai più recenti social media, passando per le ultime novità del mondo del gaming, l'immagine si è fatta da piatta a tridimensionale, da cartellone pubblicitario a esperienza immersiva. Nel corso della mia esperienza di tirocinio presso Hearst Digital ho avuto la possibilità di osservare in che modo l'esperienza di marca viene costruita attraverso una comunicazione strategica basata sull'immagine, in particolare su Instagram, in quanto social visivo per eccellenza. Nel progettare il Piano Editoriale di Bontempi Casa, azienda italiana leader nel settore dècor, ho potuto infatti vedere come la composizione di ogni immagine presente nel feed abbia come finalità quella di esaltare l'esperienza di chi guarda. “Vivi l'emozione di uno spazio arredato Bontempi Casa”: è questa la promessa del brand che rappresenta la propria identità in un feed costruito ad arte per accogliere l'utente in uno spazio elegante, ordinato, di design, come il dècor Bontempi Casa.

La tesi si propone dunque di rispondere a queste domande: qual è il vero ruolo dell'immagine in una comunicazione strategica di un brand? In che modo le immagini contribuiscono a creare l'esperienza di marca? E, infine, guardando al caso Bontempi Casa, in che modo l'immagine può essere sfruttata per rendere più coinvolgente la comunicazione di un brand dècor?