



# RESTITUZIONE COMUNICAZIONE

PLENARIA - MIGENERATION NET

---

13 LUGLIO 2021

# DI COSA PARLEREMO OGGI

---

VALUTAZIONE DELLA CAMPAGNA MIGENERATION NET:  
DIAMO I NUMERI  
PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELLE RUBRICHE  
APPRENDIMENTI PER IL FUTURO

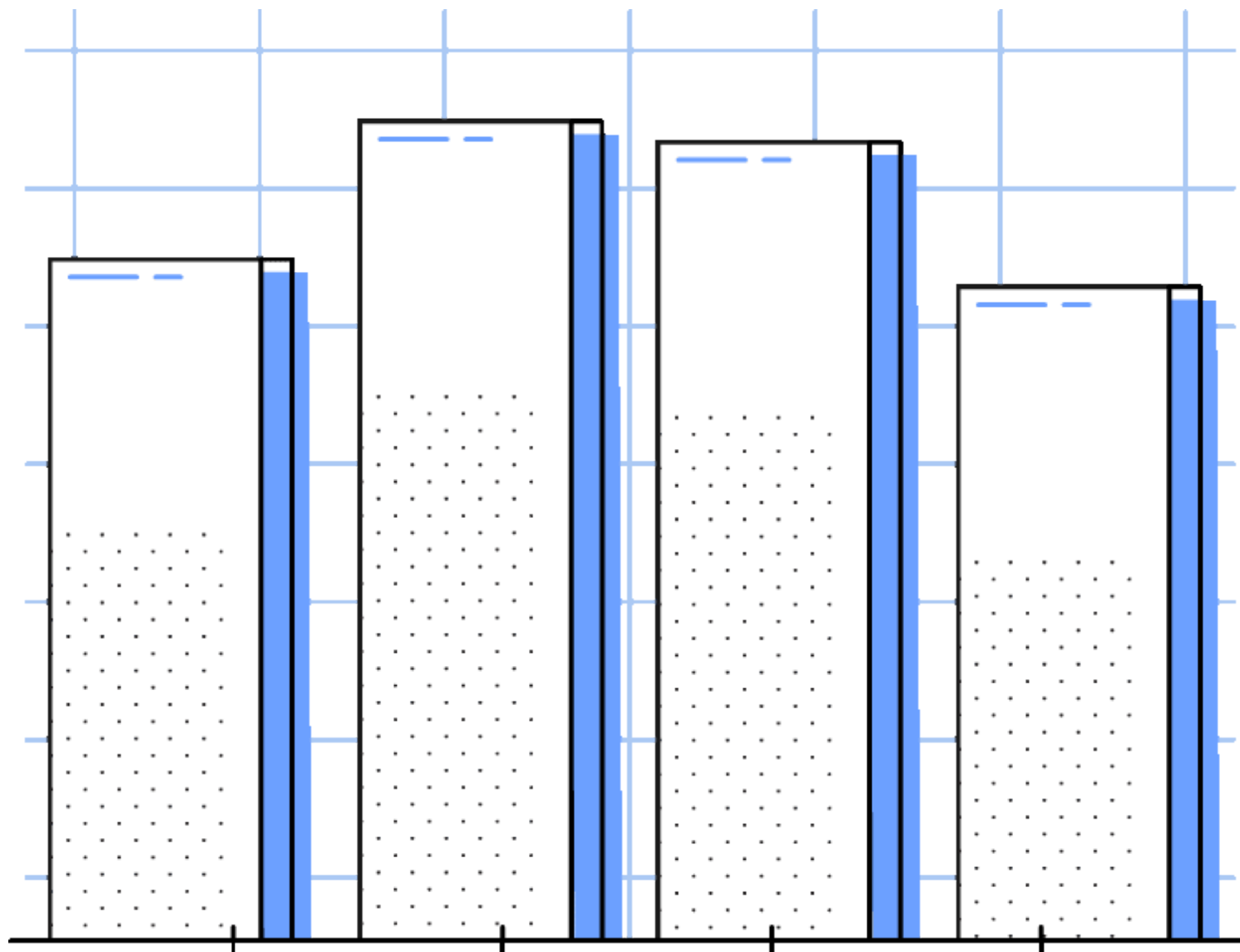
# diamo i numeri (di 26 giorni di campagna)

55 i contenuti usciti fino ad oggi su entrambe le piattaforme

su instagram abbiamo raggiunto 11500 account mentre su facebook i post hanno avuto una copertura di 27800

su facebook le interazioni sono 7228 mentre su instagram sono state 700

NB i numeri qui indicati comprendono la campagna in organico e una spesa in ADS di circa 60€



# i 3 post di lancio

---

LA CAMPAGNA HA APERTO CON ALCUNI POST CHE RACCONTANO COS'È MIGEN

QUESTI SONO I POST CHE ABBIAMO CHIESTO A TUTTE LE ORGANIZZAZIONI CHE COMpongONO LA RETE DI RILANCIARE

I POST HANNO FUNZIONATO BENE PERCHÈ SONO STATI CONDIVISI EFFETTIVAMENTE DA MOLTE ORGANIZZAZIONI E QUINDI HANNO ALZATO LE VISUALIZZAZIONI IN ORGANICO

**PLENARIA MIGENERATION NET**

# **lunedì > ritratti in pillole**

# **martedì > le buone pratiche**

SONO I POST IN CUI SI PRESENTANO ALCUNE DELLE ORGANIZZAZIONI CHE FANNO PARTE DELLA RETE DI MIGENERATION-NET

NEI CASI IN CUI LE ORGANIZZAZIONI HANNO RILANCIATO I POST CHE LE RIGUARDAVANO DIRETTAMENTE C'È STATO UN INCREMENTO DELLE VISUALIZZAZIONI.

**PLENARIA MIGENERATION NET**

# mercoledì > giovane Milano

---

ABBIAMO INTERVISTATO I RAGAZZI CHE INCONTRIAMO PER VEDERE LA CITTÀ ATTRAVERSO I LORO OCCHI.

SONO ANDATI BENE PERCHÈ IL TARGET "GIOVANI" SI È SENTITO PIÙ RAPPRESENTATO E CON UN INTERESSE DIRETTO DA PARTE DELLE POLITICHE AD ASCOLTARE LA LORO VOCE

**PLENARIA MIGENERATION NET**

# **giovedì > un libro alla settimana**

# **sabato > playlist**

# **domenica > al cinema**

LE PAROLE LE IMMAGINI E LA MUSICA DEI GIOVANI PER I GIOVANI

IL POST CON LA CANZONE DI COMAGATTE È ANDATO MOLTO BENE PERCHÉ È STATO RIPRESO DA PIÙ SOGGETTI ED IN PRIMIS DALL'AUTRICE - STESSA COSA PER IL FILM MY NAME IS ADIL

60% DELLE AUTRICI E DEGLI AUTORI CHE ABBIAMO CERCATO DI COINVOLGERE CI HA DATO UN RISCONTRO POSITIVO RILANCIANDO I POST E LE STORIES IN CUI ERANO STATI TAGGATI

# venerdì > cittadinanza attiva

---

CITTADINANZA ATTIVA - IL VOLONTARIATO IN UNA PAROLA

FOTO DEI VOLONTARI CHE TENGONO IN MANO UN CARTELLO CON LA PAROLA CHIAVE SUL  
PERCHÉ

IN GENERALE SONO STATI CONDIVISI DA PIÙ ORGANIZZAZIONI  
NEL CASO AD ESEMPIO DI MAXIME È ANDATO BENE SIA PER IL CONTENUTO SIA PERCHÉ  
ERA INSERITO IN UNA NARRAZIONE PIÙ ESAUSTIVA E CONDIVISA DA PIÙ SOGGETTI  
(COMUNITÀ NUOVA, BIR, CENTRO PER GIOVANI).

**PLENARIA MIGENERATION NET**



# apprendimenti

---

Importante nella costruzione di una community è dare continuità:

ora esiste un format e varrebbe la pena mantenerlo vivo è un punto importante da ricordare per la prossima stagione di Migen

La strategia per una crescita organica dei contenuti funziona meglio con una maggiore condivisione da parte delle organizzazioni che ricoprono un ruolo fondamentale sia nella costruzione di Migen che nella divulgazione dei contenuti.

Quando le/i giovani si vedono le loro parole (purché questo avvenga con il consenso degli stessi) vengono riprese da una rete si occupa delle politiche giovanili a Milano si sentono riconosciuti, visibili.

Le modalità di lavoro in piccoli gruppi su temi condivisi confrontando i diversi approcci ha funzionato bene.

Lo scegliere di restituire e dare valore a temi e immaginari legati al mondo giovanile da parte della pubblica amministrazione è un gesto dovuto ma non scontato che pone l'istituzione in una posizione più vicina a quel mondo.

SE HAI DOMANDE O  
SUGGERIMENTI SCRIVI A:

[marlene.farina@comunitanuova.it](mailto:marlene.farina@comunitanuova.it);  
[emanuelaleva@gmail.com](mailto:emanuelaleva@gmail.com);  
[camilla.pin@codiciricerche.it](mailto:camilla.pin@codiciricerche.it)