

#cioccolateria #confetteria #gelateria #confezionamento #caffetteria #cucina

# PASTICCERIA INTERNAZIONALE

OSD  
One Shot Depositor



Medaglia d'Oro per il progresso tecnologico  
applicato alla produzione di cioccolatini.



POMATI®  
CHOCOLATE TECHNOLOGY

[www.pomati.it](http://www.pomati.it)

novembre - dicembre 2017 | n° 296 | Anno 40



CHIRIOTTI  EDITORI



PORTINERIA

presenta

[pa-net-tó-ne] s.m.

Quando l'arte si sposa con le sapienti mani dell'artigiano è solo lì che si danno vita ai sogni...questo sogno è fatto di farine, burro, vaniglia, canditi d'arancia, uvetta e cioccolato... ma soprattutto di sinergia, sintonia e passione.

Questo sogno si chiama PANETTONE, degustatelo e... sognate con noi.

ciro caldieri e gian luca forino

IL PANETTONE



Le storie da sempre ci coinvolgono con il potere dell'immedesimazione e ci spingono a vivere le emozioni di chi il racconto lo crea. Allora, perché non inserire in un'efficace strategia di *web content marketing* il **food storytelling**?

Facciamo subito una prima considerazione: parlare di cibo è una cosa, raccontare il cibo è ben altro. Il cibo è prezioso della sua intrinseca componente emotiva, a lui possiamo riconoscere un registro di meta-comunicazione, che lo vede espressione di sé e veicolo del potere di persuasione attribuito alle storie.

Vogliamo raccontarvi una storia ricorrendo al cosiddetto *emotionally storytelling* con un protagonista d'eccezione, il panettone, e mostrarvi come applicare il concetto di narrazione al prodotto per comunicarlo in maniera **utile** ai clienti e potenziali nuovi.

Vi mostriamo la campagna pubblicitaria ideata da **La Portineria** per il periodo natalizio. Complice il lievitato a cui **Gian Luca Forino** dedica continua ricerca, "raccontato" attraverso scatti fotografici studiati e battute di testo sulla produzione e sulla selezione delle materie prime, esaltando profumi e caratteristiche tecniche, con "fare narrativo" e "definendolo" (a mo' di dizionario) quasi un sogno, una storia appunto. Lo *storytelling* sviluppa il tema cinematografico, con la sequenza orizzontale e lo sfondo scuro per le immagini, ed un approccio al racconto *visual* e non grafico. Una storia fotografata e non disegnata per intenderci.

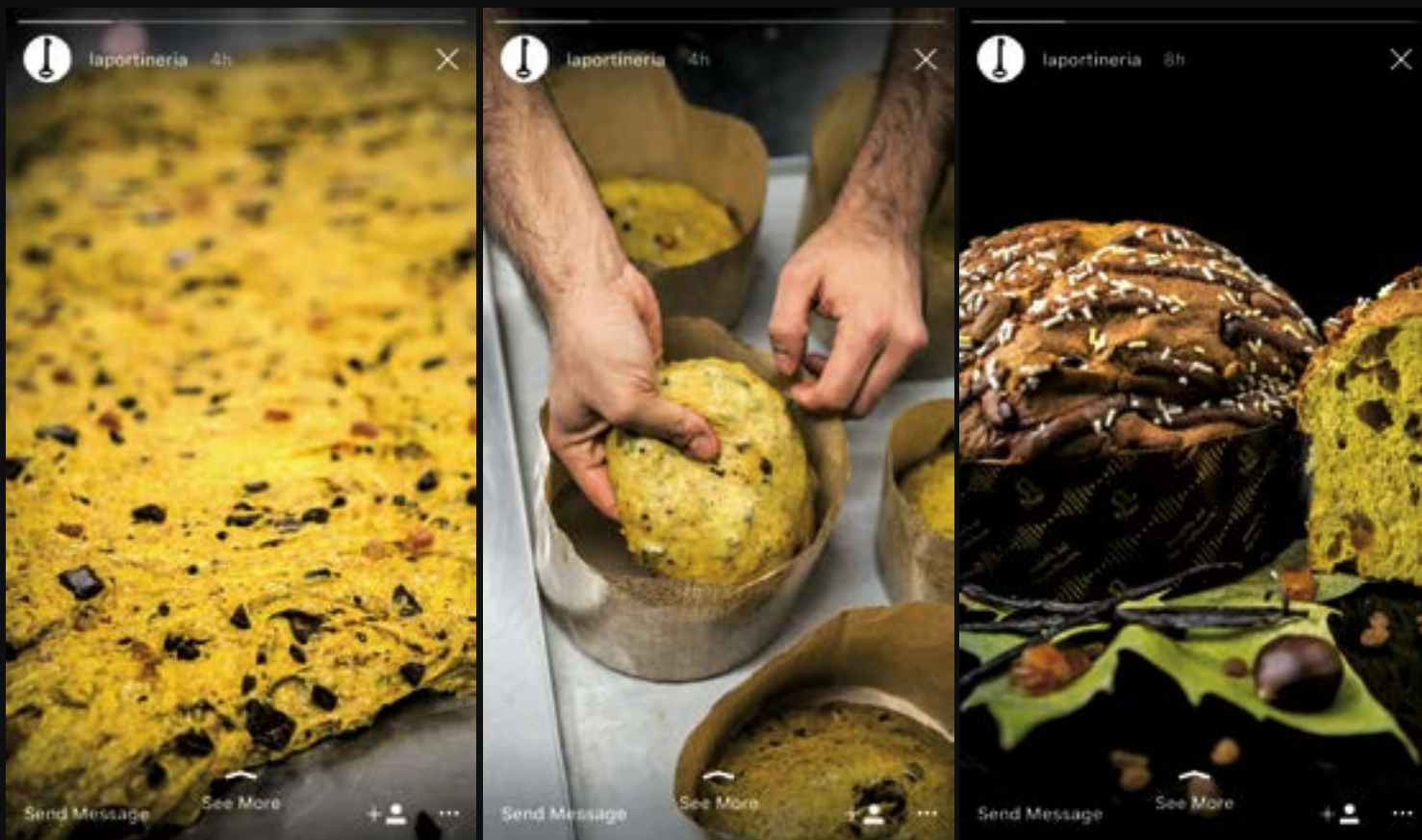
Lo scatto fotografico evidenzia la naturalità emozionale del racconto, ancor più se nella scena inseriamo un elemento che presenti allo spettatore l'artigiano (inseriamo nella foto la mano del pasticciere mentre lavora). È lui a dare credibilità e forza alla storia, in qualità di quello che gli addetti ai lavori nel campo della narrazione chiamano **PIF**, persona informata sui fatti, protagonista o soggetto narrante che sia.

L'ordine delle foto dà una collocazione temporale al vostro lavoro e le emozioni suggerite devono accordarsi al target della vostra comunicazione.

Il protagonista della storia è il panettone, a lui un'inquadratura macro garantisce centralità e spettacolarità, con espedienti quali la sfocatura dei contorni che rimandano all'atmosfera del sogno, quasi "vibranti" al pari della dimensione emotiva.

L'idea del prodotto al centro della comunicazione funziona, ma lo spettatore si chiederà da dove arriva, quali sono le materie prime usate... Mostrando e raccontando questi aspetti la storia diventa ancora più interessante.





## RACCONTARE UNA STORIA SUI SOCIAL

Sui social media le azioni e le emozioni sono ancora più condivise, la storia acquista potenza comunicativa al pari dall'appeal della parte visuale che appartiene sia al mondo dei social che a quello del food.

Sui social si può mostrare quello che manca in una brochure o in un articolo di una rivista. Il racconto della preparazione del panettone si svolge in un arco temporale maggiore postando foto e contenuti in simbiosi con i tempi tecnici di produzione.

Potete quindi mostrare più **passaggi della produzione**, il pasticciere e la sua pasticceria acquistano maggiore **visibilità**, senza contare che avete a disposizione una **finestra aperta sul vostro locale** mostrando anche l'esposizione dei panettoni.

Cosa non meno importante, i social vi permettono di monitorare l'avanzamento della comunicazione e vedere come viene percepita dal pubblico, offrendo la possibilità di apportare qualche modifica ai fattori della narrazione.

Prendete spunto e *raccontate la vostra storia*.

Pastry chef Gian Luca Forino  
 Testi Chiara Mancusi  
 Grafica e Food Design Ciro Caldieri  
 Foto Silvia Cleri

## CREA LE TUE INSTAGRAM SORIES

*Brevi video di max 15 secondi che durano 24 ore.*

*Puoi condividere più momenti differenti, uno dopo l'altro, in modo da comporre una narrazione, beneficiando del potenziale comunicativo e persuasivo dello storytelling e mantenendo più a lungo vivo l'interesse dell'utente.*

Clicca sul + in alto a sinistra dalla schermata oppure scorri lo schermo da sinistra verso destra. Per girare un video tieni premuto il cerchio bianco sullo schermo in basso per la durata che desideri (puoi usarne uno già presente nel rullino, la stessa cosa puoi fare con le foto).

Hai a disposizione il flash e la doppia fotocamera e, che sia un video o una foto, prima di pubblicarlo puoi editarlo.

[help.instagram.com](https://help.instagram.com)