



14/12/2022

«Storytelling, così parliamo al nostro pubblico»

Annatura: una vignetta al mese per raccontare l'azienda

Il racconto come modalità per avvicinarsi ai propri clienti e svelare il retroscena dei prodotti: così è iniziato il progetto di storytelling "Laboratorio Annatura" ideato dall'omonima azienda specializzata in verdure, legumi e grani già cotti e pronti per il consumo. Da inizio anno una vignetta al mese ha raccontato i vari processi interni aziendali - selezione materia prima, lavaggio, cottura, confezionamento, distribuzione, etc - tramite illustrazioni fresche e leggere condivise sui social per arrivare direttamente ai consumatori. Con Martina Innocenzi, responsabile comunicazione dell'azienda, abbiamo tirato le somme dell'iniziativa che sta per concludersi.

ALICE MAGNANI
redazione@italiafruit.net
WWW.ITALIAFRUIT.NET



Con quale obiettivo è nato il vostro progetto?

Il progetto è nato con l'intento di mostrare ai nostri clienti cosa si celi dietro le nostre verdure, il lavoro che non si vede. Abbiamo infatti notato come sia alto l'interesse per il "dietro le quinte" dei prodotti e con questo progetto abbiamo cercato di rispondere ai dubbi del nostro pubblico. Per raccontarci, abbiamo scelto delle illustrazioni fresche e leggere, ideali per veicolare un'idea di freschezza e genuinità che richiami le caratteristiche del nostro prodotto.



Lo storytelling prevede un percorso costante e puntuale: come siete riusciti a farlo tramite le vignette?

Da inizio 2022 abbiamo pubblicato una vignetta al mese in modo da dare al nostro progetto una copertura annuale e con l'intento di andare a comporre il nostro abituale regalo natalizio rivolto a tutti gli attori dell'azienda, i fornitori e i clienti della Gdo, ovvero il nostro calendario Annatura. Ad affiancarci in questo percorso artistico è stata Laura Savina, un'illustratrice professionista con cui la nostra azienda collabora già da qualche anno.



La protagonista delle illustrazioni è una donna giovane, dinamica e sportiva: rappresenta il vostro consumatore ideale?

In qualche modo possiamo pensare che questa donna rappresenti uno dei nostri target ideali: ci rivolgiamo a persone che amano il buon cibo e sano e che, il più delle volte, non hanno tempo per cucinare o far una buona spesa. In realtà il nostro pubblico è molto vasto: ci rivolgiamo anche a famiglie che nel caos della giornata hanno bisogno di un aiutino ai fornelli per cucinare così come a consumatori attenti e consapevoli.



Quanto è importante sviluppare un'azione di storytelling all'epoca dei social? Riteniamo sia fondamentale raccontare quello che c'è dietro un prodotto: è un modo per avvicinarsi ai consumatori e rendere ciò che si vende più personale, come fosse di casa. Quello che succede nella quotidianità tra due sconosciuti, è lo stesso per i nostri prodotti e i consumatori: prima ci si conosce e, solo quando il rapporto si fa più stretto e interessante ci si invita a casa o, nel nostro caso? nel piatto!



La vostra azienda crede molto nella comunicazione e lo dimostra ogni volta con un progetto nuovo come la condivisione di ricette o di queste vignette. Per il futuro state già pensando a qualcosa di nuovo?

Crediamo sia fondamentale puntare sulla comunicazione, quasi fosse la conclusione perfetta per valorizzare ogni processo aziendale. Per il futuro c'è qualcosa che bolle in pentola ma è ancora troppo presto per parlarne? a breve sveleremo i dettagli!

LABORATORIO ANNATURA



10. L'inscatolamento

Tutte le vignette aziendali sono consultabili sui profili social dell'azienda, sulla pagina facebook e su quella instagram.