LEZIONE TRIENNALE

Storytelling e Community nel Made in Italy

Nuovi modelli di narrazione, interazione ed e-commerce: come le imprese italiane valorizzano il saper fare nell'era della comunicazione digitale.

TEORIE E TECNICHE DEL MARKETING | CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Parte I: Il Valore del Racconto

Dall'esperienza artigianale di Superduper alle metodologie di storytelling d'impresa nei canali digitali.

La Storia di Tre Cappellai

Il Caso Superduper: Tre giovani designer fiorentini uniscono la manifattura manuale del cappello e il design contemporaneo.

Reinterpretare la tradizione: Recuperando tecniche artigiane locali e ispirandosi a immaginari romantici (come gli hobo e i gandy dancer), creano pezzi unici e glamour.

Leva Digitale: Attraverso blog influenti (The Sartorialist) e social network, conquistano mercati sofisticati a livello globale (come il Giappone).



L'Arte di Raccontare Storie

Perché Narrare?

Domanda di senso: Il consumatore postmoderno non cerca solo attributi funzionali o prodotti, ma desidera significati profondi e complessità culturale.
Struttura mnemonica: Le storie generano connessioni emotive stabili ed efficaci perché assecondano la struttura narrativa della nostra memoria.

Integrazione del Saper Fare

Saper fare e saper comunicare: Nel nuovo millennio, la narrazione non è un processo separato, ma un elemento intrinseco del valore stesso del prodotto.
Protagonismo dell'artigiano: Il binomio produttore-prodotto diventa inscindibile, rendendo l'autenticità della biografia dell'imprenditore un asse competitivo chiave.

Il Vecchio, Caro Sito Web

Il Caso Loison (1996): Dario Loison intuisce precocemente le potenzialità della rete per bypassare la mediazione culturale e commerciale della distribuzione estera.

Trasparenza totale: Il sito web diventa una "visita virtuale guidata" in azienda, offrendo video didattici sul processo produttivo, schede tecniche analitiche degli ingredienti e schede di degustazione interattive.

Insolito Panettone: Destagionalizzazione del dolce natalizio tramite la collaborazione con chef internazionali, promuovendolo come ingrediente per ricette tutto l'anno.



Narrare con i Video Online

Il Caso Berto Salotti (Meda): Filippo Berto adotta una comunicazione video credibile, informale e basata sul racconto sincero e brianzolo delle lavorazioni in officina.
La bellezza interiore: Proprio come l'ossessione di Steve Jobs per le parti interne invisibili, Berto filma la doppia struttura in ferro o il fusto in massello dei propri divani, spiegandone la qualità al consumatore non esperto.
Biblioteca Multimediale: Oltre un milione di visualizzazioni su YouTube e una sezione "Perché Berto" con 23 video-pillole di 30 secondi per generare fiducia nel "su misura".



Raccontare con le Immagini

Instameet e Igers: Social network visivi come Instagram consentono di aggregare community territoriali di appassionati (architetti, fotografi, influencer) per eventi offline.

L'esperimento della Biennale: Laura Scarpa e Lorenzo Cinotti organizzano a Venezia nel 2013 un Instameet che raggiunge due milioni di condivisioni globali, sdoganando codici comunicativi inediti.

Il Caso Bellini Canella: Coinvolgimento di Igers da Germania, USA e Russia per riconnettere visivamente il cocktail ai luoghi e alla laguna di Venezia che lo hanno originato.



Parte II: Interazione e Community

Il consumatore come partner attivo per lo sviluppo, la co-creazione del valore ed il design del prodotto.

Interagire con le Community

Sistematico Ascolto Tecnico

Il Caso Fizik (Selle Royal): Sviluppo di selle, scarpe e manubri ad alte prestazioni raccogliendo i suggerimenti e le indicazioni dei ciclisti professionisti.
Stress dei materiali: Sottoporre i prodotti all'altissimo stress delle competizioni, dove i test di laboratorio risultano difficilmente replicabili.
Community Hub: Organizzazione della Gran Fondo Fizik per consolidare l'esperienza e sintonizzarsi con il territorio.

Il Design Modulare e Aperto

Il Caso Lago (Arredamento): Daniele Lago avvia nel 2006 il blog "Design Conversations", tra i pionieri nel settore del design d'interni.
"Il design sei tu": Progettazione di sistemi componibili in cui l'azienda fornisce i moduli-alfabeto e il consumatore finale crea autonomamente la propria sintassi d'arredo.
Lago Welcome: Servizio di arredamento di design per valorizzare immobili commerciali e appartamenti Airbnb.

Luoghi che Raccontano



Il Caso Poli Grappa

Valorizzazione Culturale (1993): Jacopo Poli contrasta il declino della grappa artigianale qualificando il prodotto tramite il design, le mostre e le ricostruzioni storiche.

La Casa della Grappa: Il museo (16.000 visite mensili a Bassano) offre video didattici, una biblioteca storica di 1300 volumi e olfattometri interattivi per testare venti differenti distillati.

Connessione Esperienziale: La distilleria di Schiavon (2011) unisce la memoria della distilleria e la degustazione guidata in quattro lingue, basandosi anche sul testo storico di Brunschwig del 1500.

Formazione ed Esperienze Locali

La Scuola del Molino

Molino Quaglia: Farine macinate a pietra valorizzate attraverso corsi specialistici pratici come "L'Università della Pizza" e "L'Accademia del Pane", coinvolgendo i migliori chef italiani.

Turismo e Cantine

Cantine Aperte: Il Movimento Turismo del Vino dimostra come l'incontro diretto e l'ospitalità in cantina siano motori fondamentali per svelare l'eccellenza locale al cliente.

Valore Artigiano

CNA Vicenza (2014): Progetto di co-design che unisce designer internazionali selezionati e laboratori artigianali tradizionali (marmo, ceramica, pelle, legno).

I Comunicatori del Made in Italy

Dati della ricerca 2014 condotta dall'Università di Padova sui laureati in Strategie di Comunicazione (un profilo professionale d'innesto cruciale per colmare il digital divide del Made in Italy).

Indicatore occupazionale e professionale	Valore Rilevato	Dettagli strutturali / Canali
Tasso complessivo di occupazione attiva	**88%**	Inseriti stabilmente a fronte di un mercato complesso
Collocazione nel settore privato (Regione Veneto)	**81%**	Solo il 5% emigrati all'estero e il 10% impiegati nel pubblico
Ingresso come "Pionieri" della funzione in azienda	**56%**	Rileva che l'impresa non aveva mai strutturato prima la comunicazione
Tipologia contrattuale (Lavoro Dipendente)	**66%**	35% tempo indeterminato; 31% tempo determinato
Canale d'inserimento prioritario nel mercato	**30%**	Curriculum Vitae e Web (LinkedIn, Social) prevalgono sulle raccomandazioni (6%)

La Mutazione degli Investimenti

Le imprese italiane del Made in Italy, spinte dalle esigenze di internazionalizzazione, pianificano un'inversione epocale nella composizione dei propri budget di comunicazione.



INDICE DI PROPENSIONE AL BUDGET DIGITALE:

$$I_{\text{Digitale}} = \frac{60.6\,\%}{39.4\,\%} = 1.54$$

E-commerce, Social ed Info-commerce

E-commerce Sociale e Relazionale

Il Caso Etsy.com: Portale e-commerce lanciato nel 2005 e focalizzato esclusivamente sull'artigianato e sul fatto a mano. Raggiunge 1 miliardo di dollari di fatturato nel 2012.
Punto di partenza relazionale: L'e-commerce non è inteso come pura transazione efficiente per beni standardizzati, ma come avvio di un dialogo aperto tra consumatore e piccolo produttore indipendente.

L'Efficacia dell'Info-commerce

Vendere senza e-commerce: Il caso di Sandro Frasson (FL Marmi, scale e lavorati su misura per l'edilizia).
Il valore del portfolio online: Utilizzando AdWords e mostrando la qualità dei lavori passati sul sito, l'azienda intercetta una domanda altamente mirata incrementando del 30% i contatti d'acquisto chiusi offline.

Domande e Risposte

Grazie per l'attenzione.

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE | DISCUSSIONE & APPROFONDIMENTI

Image Sources



http://googleusercontent.com/image_collection/image_retrieval/10492651469153888245_0

Source: www.youworkforthem.com



http://googleusercontent.com/image_collection/image_retrieval/16304207792487621670_0

Source: www.youworkforthem.com



http://googleusercontent.com/image_collection/image_retrieval/15525685292873407102_0

Source: www.youworkforthem.com



http://googleusercontent.com/image_collection/image_retrieval/11684478295454370282_0

Source: www.youworkforthem.com



http://googleusercontent.com/image_collection/image_retrieval/17116084987191687023_0

Source: www.youworkforthem.com

Image Sources



https://i.ytimg.com/vi/RXDALM1Rqj4/hq720.jpg?sqp=-oaymwEhCK4FEIIDSFryq4qpAxMIARUAAAAAGAElAADIQj0AgKJD&rs=AOn4CLCnv_SNAPKJoJGZoMoOP1Hilg3D2Q

Source: www.youtube.com



https://www.elevify.com/_next/image?url=https%3A%2F%2Fproduction.elevify-cdn.com%2Fimages%2F2026-06%2F1a4b2024-b90e-49ac-94e9-953dbe4f60ff.jpg&w=3840&q=70

Source: www.elevify.com



https://i.ytimg.com/vi/7XKuSiJ3_9U/oardefault.jpg?sqp=-oaymwEYCJUDENAFSFqQAgHyq4qpAwcIARUAAIhC&rs=AOn4CLBHPmTnScpVY9pJHt8RG0HRLC8CTQ&usqp=CCk

Source: www.youtube.com



https://colosseumandvaticantours.com/wp-content/uploads/2025/08/sunset-gongola-rides-venice.jpeg

Source: colosseumandvaticantours.com



http://oakstills.com/cdn/shop/files/13_gallons_copper_jacketed_still_2.png?v=1764143525

Source: oakstills.com