



Semina il tuo futuro

WEBINAR – Lezione 3

*La comunicazione ai tempi del Coronavirus:
approfondimenti per il durante e il dopo*

Presenta: Elisabetta Palumbo
Con la partecipazione di: PASSION FRUIT HUB



PASSION FRUIT HUB

Fondata a Roma nel novembre 2016 da tre
socie (Arianna Fusilli, Arianna Mauro e

Mariolina Pepe), PFH è una

COOPERATIVA DI PRODUZIONE LAVORO

CHE SI OCCUPA DI

COMUNICAZIONE ENOGASTRONOMICA



Facendo leva sullo sviluppo dei nuovi media e delle moderne tecnologie ma senza perdere di vista i canali tradizionali della comunicazione, ci occupiamo di:



PRESS OFFICE E DIGITAL PR

Elaborazione piani comunicazione stampa e digital PR, comunicati e conferenze stampa, organizzazione rassegne stampa, contatti con i media.



EVENTI E FIERE ENOGASTROMICHE

Ideazione e organizzazione di eventi e press tour nel settore food&wine.



NEWS

Creazione di contenuti editoriali personalizzati e contenuti informativi sul settore enogastronomico per l'online e offline.



FORMAZIONE

Organizzazione di corsi di cucina, team building, elaborazione piani didattici nel settore enogastronomico.



A CHI CI RIVOLGIAMO

➤ Piccole e medie imprese



➤ Ristoranti



➤ Chef



➤ Scuole di cucina



➤ Enti di formazione



➤ Start-up



Non si può non comunicare.

Quando c'è vita, c'è comunicazione.

Comunicare = dal latino *communico* (mettere in comune, far partecipe) è un processo di trasmissione di un'informazione da un individuo a un altro attraverso un mezzo e un determinato codice.



Emittente: soggetto che comunica, informa, influenza

Ricevente: colui che riceve la comunicazione (pubblico, lettori, clienti ec.)

Canale: ha la funzione di mettere in contatto E e R (tv, giornale, radio, social media)

Messaggio: ciò che viene trasmesso nel processo comunicativo



COMUNICAZIONE PUSH

- 1) Comunicazione a 1 via: quando l'emittente impone il suo messaggio

COMUNICAZIONE PULL

- 2) Comunicazione a 2 vie: quando l'emittente ha uno scambio con il ricevente

COMUNICAZIONE NEW ERA

- 3) Comunicazione partecipativa: quando emittente e ricevente creano e condividono dei messaggi

COMUNICAZIONE PERSUASIVA (INFLUENCER)

- 4) Comunicazione persuasiva: fa riferimento a componenti affettive, cognitive, relazionali, passionali, trasmesse da un emittente credibile, autorevole (un influencer)



- 1) **OBIETTIVO:** COSA VOGLIO COMUNICARE?
- 2) **TARGET:** A CHI LO COMUNICO?
- 3) **MEDIA STRATEGY:** QUALI SONO I MEZZI/TEMPI/BUDGET?
- 4) **CONTENT STRATEGY:** CREAZIONE CONTENUTI DI VALORE IN LINEA

AGLI OBIETTIVI E CREAZIONE DI UN PIANO DI REALIZZAZIONE



Lancio di un nuovo menù

- 1) **OBIETTIVO:** LANCIO NUOVO MENU ESTIVO
- 2) **TARGET:** CLIENTI
- 3) **MEDIA STRATEGY:** SOCIAL MEDIA /1 MESE / 200 EURO
- 4) **CONTENT STRATEGY:** INDIVIDUARE GLI ASPETTI INTERESSANTI PER LO
STORYTELLING (ES: QUAL E' IL TEMA DI QUESTO MENU?)/ MOOD E
HOOTING FOTOGRAFICI/ CALENDARIO EDITORIALE



Lancio di una nuova pizzeria

- 1) **OBIETTIVO:** LANCIO NUOVA PIZZERIA
- 2) **TARGET:** CLIENTI E STAMPA FOOD
- 3) **MEDIA STRATEGY:** PRESS OFFICE/ ADV/SOCIAL MEDIA /2 MESI / 1400 EURO
- 4) **CONTENT STRATEGY:** CREAZIONE CS/ CREAZIONE TESTO ADV/ CREAZIONE SLOGAN E TESTI ADV// SOCIAL STRATEGY/ SHOOTING FOTOGRAFICI/ CALENDARIO EDITORIALE



Question time

Pillola #1: Definizione delle 4 P

La definizione di Philip Kotler, guru del Marketing, ha creato l'etichetta identificativa del marketing mix conosciuta come le quattro "P":

- 1) **Prodotto** → Attività Ristorativa
- 2) **Posto** → Pizzeria/Ristorante/Bar
- 3) **Promozione** → Immagine/Pubblicità/ADV/Press Office/Social Media/Eventi/
- 4) **Prezzo** → Menu



Pillola 2#: Piano Marketing di un ristorante/Pizzeria

ANALISI MERCATO: Analisi SWOT (Forza/Debolezza/Opportunità/Minaccia)

CONCORRENZA: Chi ha le mie stesse caratteristiche/ Che prezzi offre/ Come comunica

CLIENTE POTENZIALE: Il target a cui mi rivolgo/I suoi interessi/ Il suo linguaggio

PROMOZIONE: come comunico la mia attività e su quali canali



Pillola #3: Promozione nella ristorazione: gli strumenti

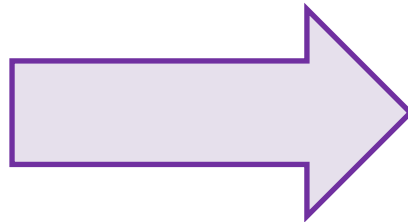
- ☐ ADV su media tradizionali (quotidiani, radio, televisione ecc.)
- ☐ Social Media (Facebook e Instagram)
- ☐ Web advertising: email marketing, google adv ecc
- ☐ Azioni promozionali:
 - ❖ Tradizionale: come il volantinaggio
 - ❖ Attraverso portali commerciali: The Fork/Deliveroo/Uber Eats
- ☐ Uffici stampa e Pubbliche Relazioni
- ☐ Convenzioni con Enti, Teatri, Turismo



Pillola #4: La strategia dei contenuti

Coordinamento con:

- ✓ proprietà
- ✓ chef
- ✓ architetto
- ✓ grafico
- ✓ fotografo
- ✓ social manager



Creare un'immagine coordinata

Testo, foto, video, social

e **BRAND IDENTITY**

comunicare lo **STESSO MESSAGGIO**



Esempio pratico: come agiamo quando ci chiama un cliente

1. **Incontro** con il cliente
2. **Valutazione** dell'incontro
3. **Individuazione** dei punti di forze e di debolezza dell'attività
4. **Creazione** di un piano attività
5. **Valutazione** e approvazione del cliente di quanto proposto



Question time

Chiusi negozi, bar, ristoranti in tutta Italia per fermare l'epidemia



Nuove restrizioni per tutta l'Italia sono state varate con un **dpcm** firmato l'11 marzo dal presidente del Consiglio dei ministri, Giuseppe Conte, per fronteggiare il contagio di nuovo coronavirus. Le disposizioni del decreto saranno in vigore da oggi fino al 25 marzo.

Chiudono i negozi (eccetto alimentari, farmacie, parafarmacie, tabaccai, edicole, benzinai)

Il dpcm sospende le attività commerciali al dettaglio, fatta eccezione per quelle che vendono beni di prima necessità individuati **nell'allegato 1** al documento (dalle farmacie ai tabaccai, edicole, benzinai). Sono chiusi anche i mercati, salvo le attività dirette alla vendita di soli generi alimentari.

Stop a bar e ristoranti

Resta consentita invece la consegna a domicilio di cibi. Rimangono aperti anche i posti di ristoro lungo le autostrade e all'interno di stazioni, aeroporti e ospedali

(sempre garantendo il metro di distanza tra le persone), le mense e il catering continuativo su base contrattuale a condizione che garantiscano il metro di distanza interpersonale.



Quali sono le strategie di sopravvivenza della ristorazione?

Tanti anche gli chef che vanno in diretta sui social network come Facebook e Instagram, dove dalle loro cucine casalinghe spiegano come realizzare le ricette più o meno semplici. Un caso su tutti lo chef numero uno al mondo, **Massimo Bottura** che con [#kitchenquarantine](#) si è trasformato anche in simpatico intrattenitore per tenere alto il morale tra le mura di casa, mentre attraverso le sue videoricette spiega come e cosa cucinare a casa.





**Chef Moreno
Cedroni**

Madonnina del pescatore



**Chef Viviana
Varese**

Del «viva» di Milano



**Il ristorante cinese
mu dim sum**

*ha lanciato su instagram un
sondaggio tra i follower*



LA CUCINA “AL SERVIZIO”

Molti cuochi e addetti del food hanno lanciato alcune iniziative per restare sulla scena ma anche per aiutare le strutture mediche.

Un esempio è **Milano Keeps on Cooking**: 40 tra i migliori chef, pizzaioli, pasticceri milanesi hanno aperto una pagina instagram per ricette da provare a fare a casa. E le vendite del grembiule dell'iniziativa servono a finanziare l'ospedale **Luigi Sacco di Milano**.



Coronavirus: il cuoco Tre Stelle Chicco Cerea cucina per l'ospedale da campo a Bergamo

Il titolare del **ristorante Da Vittorio**, 3 Stelle Michelin dal 2010, lancia l'appello: *“Tutti coloro che ne hanno la possibilità, dai ristoratori, ai titolari di negozi o aziende di generi alimentari o affini, è gentilmente invitato ad offrire degli approvvigionamenti”*.



GOOGLE TREND SULLA PIZZA

Lievito di birra - Fungo

Impennata

Benedetta Rossi - Autrice

Lievito chimico - Argomento

Focaccia - Pane

Manitoba - Provincia canadese

Query associate

In aumento

1 pizza fatta in casa di benedetta

Impennata

2 ricette pizza fatta in casa

Impennata

3 ricetta pizza fatta in casa di benedetta

Impennata

4 ricetta per la pizza fatta in casa

Impennata

5 pizza alta e soffice fatta in casa

Impennata



LO SCENARIO ATTUALE DEL CORONAVIRUS

FRANCESCO MARTUCCI

Su Vanityfair.it spiega in modo facile come fare la pizza



ALESSANDRO SERVIDIO

Mastro pizzaiolo e istruttore di panificazione di Reggio Emilia, ha raggiunto **2 milioni e mezzo di visualizzazioni**





ELETTROFORNO FRONTONI E LIEVITO PIZZA, PANE

Il lievito scarseggia e così due pizzerie di Roma decidono di aiutare i cittadini mettendo a disposizione i loro ingredienti. C'è chi spedisce farina e lievito, e chi dona gratuitamente un pezzo di pasta madre.



IL RETRODELIVERY DI RETROBOTTEGA

Alessandro Mocchi e Giuseppe Lo Iudice hanno pensato di promuovere una start up di delivery box vegetali che sostiene la rete di piccoli produttori con cui RetroBottega ha sempre collaborato nasce così RETRODELIVERY con cesti di frutta e ortaggi.



Question time

In Cina

“Revenge spending”: la voglia di spendere per vendetta verso il coronavirus

Il quotidiano *China Daily* ha pubblicato un articolo che dà il senso dell'umore post-quarantena in Cina il titolo suona come «Scrivere le liste delle cose da fare per riprendersi» e ai primi posti ci sono **l'andare al ristorante, il viaggiare, il fare le feste con gli amici e fare shopping.**



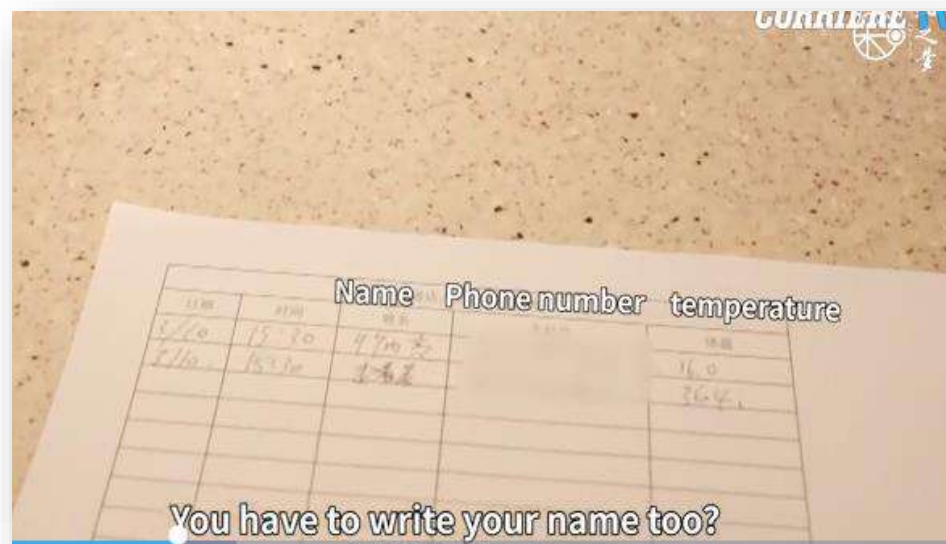
In Cina

A Nanchino, a 600 chilometri da Whuan le misure di sicurezza in tutti gli spazi pubblici sono altissime. Si va dalla separazione dei tavoli al ristorante, alle app che monitorano ogni nuovo utente della metro.



In Cina

Nel ristorante vengono raccolti i dati dei clienti tramite app o con un modulo da compilare



COSA ACCADE NEL RESTO DEL MONDO

In Cina

Take away



Consumo al tavolo

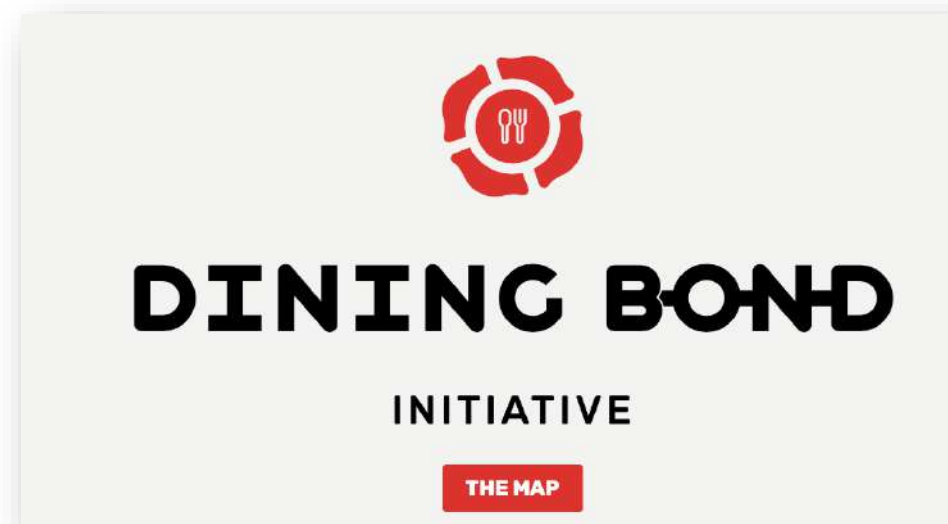


New York

Voucher da acquistare con **sconto del 25% sul valore nominale dell'offerta**, che può consistere, per esempio, in un pranzo o una cena presso **il ristorante su cui si decide di scommettere**.

Il “titolo” riscattabile in un arco temporale variabile, anche se ogni ristorante partecipante potrà dettare le sue regole.

Però, ed è una variabile importante, il ristorante in questione potrebbe non riaprire mai.



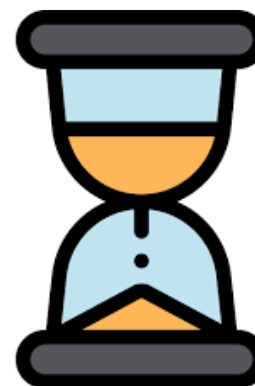
Qual è la prima cosa che farà quando sarà finita la quarantena?

È questa la domanda del **sondaggio realizzato da BEM Research** attraverso la piattaforma Google Consumer Survey .

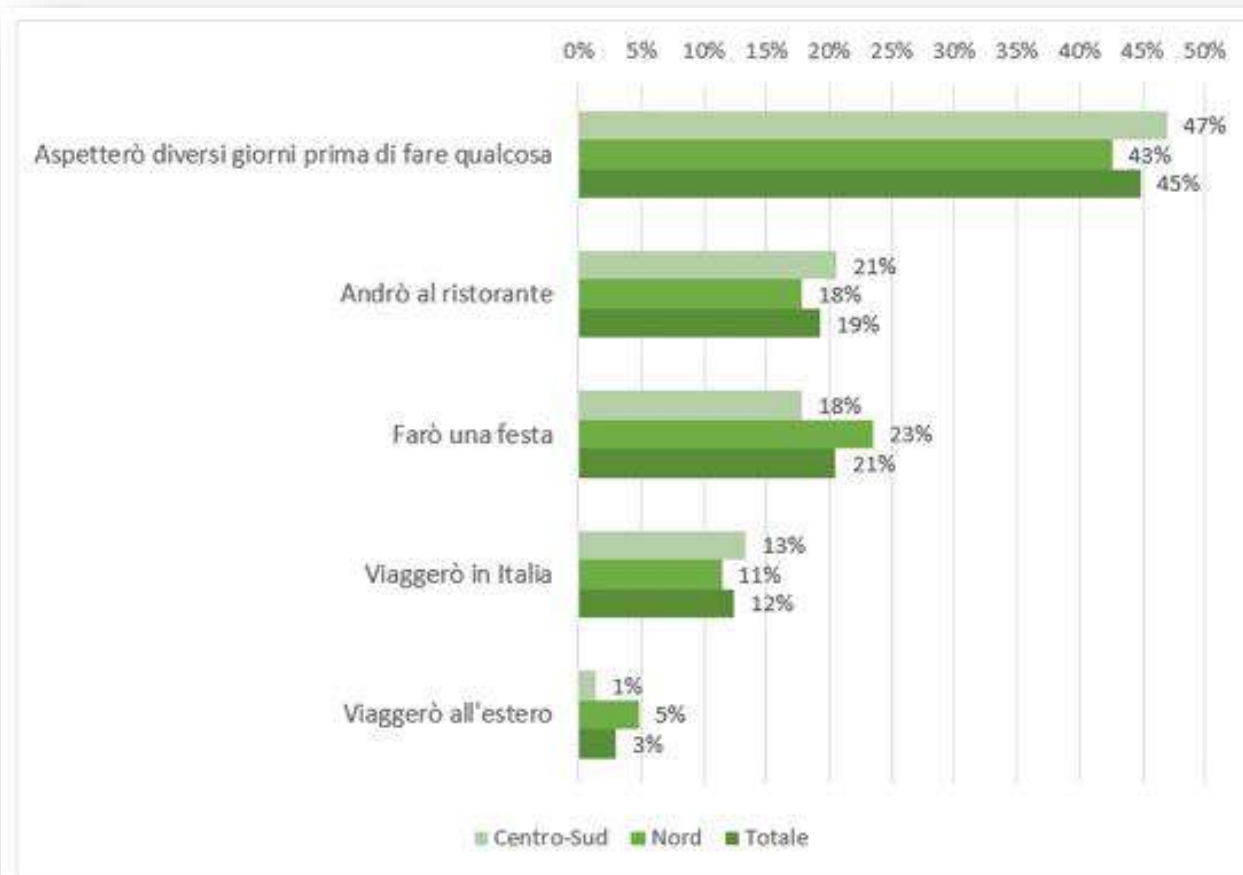
Il 45% degli italiani ha risposto: *“Aspetterò diversi giorni prima di fare qualcosa”.*

Seguono poi:

20,5% farò una festa;
19,3% andrò al ristorante;
12,4% viaggerò in Italia;
3% viaggerò all'estero.



CENTRO SUD PIÙ SCRUPOLOSO



Elaborazione BEM Research su dati Google Consumer Survey



Misure igienico sanitarie:

- Impianto di areazione per garantire purezza degli ambienti
- Mettere a disposizione della clientela dei disinfettanti per le mani
- Guanti e coperture per il personale
- Disinfettare il locale dopo ogni turno ed annotare il tutto su un registro



Misure di sicurezza:

- Regolamentare l'attesa per entrare nei locali
- Prenotazione obbligatoria
- Far entrare solo i clienti con la mascherina
- Misura della temperatura o utilizzare un app
- Distanziamento dei tavoli
- Si cena da soli
- Regolamentare il tempo di occupazione del tavolo



COSA PENSANO I RISTORATORI

*"Non credo che bisognerà stravolgere i menù perché personalmente se ho lavorato tutta la vita un prodotto è perché ci credo e dopo questa buriana ci sarà ugualmente chi potrà mangiare il foie gras o prosciutto da 100 euro al kg. Il problema risiede nell'educazione alimentare e nella consapevolezza ragionata che alcuni dovranno raggiungere di **"mangiare meno (al ristorante ma non solo), ma meglio"** per far fronte alle ristrettezze economiche con un diverso approccio al palato e all'alimentazione".*

Vincenzo Mancino – Dol

"Pensavo al servizio a domicilio da un po' e ho deciso di lanciarlo adesso con DanielCanzian a casa tua per un senso di responsabilità che mi sento di avere per le persone che ho vicino e che lavorano per me. A oggi non ho licenziato nessuno, sto aspettando delle direttive da parte del governo e sto utilizzando il delivery per continuare ad avere un supporto aziendale ed evitare di lasciare a casa delle persone".

Daniele Canzian - Ristorante Daniel



COSA PENSANO I RISTORATORI

*“Dobbiamo tornare alla **biodiversità** del passato, uscire dall’ossessione delle grandi quantità e dei prezzi bassi, puntare ad uno sviluppo del settore alimentare più equilibrato che tenga conto della **salute dell’ambiente e dell’uomo**.*

Il futuro? Non c’è dubbio, la cucina mediterranea. Fatta di colori, di profumi, di materie prime uniche, di scambio di culture e soprattutto di equilibrio per restare sani e salvare l’ambiente “

Alfonso Iaccarino – Don Alfonso 1890

“La prima cosa è gestire il business, in questo momento non è una priorità pensare a come essere creativi. All'inizio non sarà essenziale inventare un nuovo piatto, la prima cosa sarà servire un piatto. Con il passare del tempo, dovremo riavviare e adattare i modelli di riferimento da altre attività economiche. Ciò che è rilevante d'ora in poi sarà capire una volta per tutte che, il nostro ruolo di chef non ha a che fare solo con la creazione. Una buona gestione aziendale è la chiave per il futuro dell'industria della ristorazione”.

Ferran Adrià



COSA PENSANO I RISTORATORI

*“La ristorazione penso avrà **menu molto più corti**, ma anche per ragioni di approvvigionamento, non tutta la merce sarà disponibile come prima. Ripartiremo bene se e solo se ci uniremo, facendo ancora più squadra con i piccoli produttori locali.*

*Da prendere in considerazione è un ragionamento sul **delivery**. In questa circostanza non lo abbiamo attuato, perché non siamo attrezzati, ma non lo possiamo escludere, anzi, ne stiamo studiando le modalità. Potrebbe nascere una linea parallela, non con i piatti del ristorante, ma a sé stante.*

Fratelli Costardi - Hotel Cinzia Ristorante

“Lavorare ancora di più nella ricerca e selezione di prodotti e fornitori che possano permetterci di mantenere invariato il livello e gli standard di offerta”

Alessio Mattaccini - Spiazzo

*“Penso che possa e debba essere un **momento di profonda riflessione e un'occasione per rivedere il mio lavoro** e i miei progetti configurandoli in una **visione ancor più sensibilizzata al benessere delle persone e del pianeta intero**, nel rispetto della natura e delle sue leggi”*

Niko Romito – Ristorante Reale



COSA STANNO FACENDO I RISTORATORI

Le maggiori associazioni del settore hanno sottoscritto e reso pubblico **un documento che sarà inviato a Governo** e Istituzioni nazionali. Il testo chiarisce subito gli elementi che lo caratterizzano: "Per la prima volta il comparto della ristorazione si unisce e chiede al Governo l'adozione di misure straordinarie".

A firmarlo sono **19 realtà Associative presenti nel Paese** di cui fanno parte cuochi, ristoratori, pizzaioli, gelatieri, pasticceri, panificatori, responsabili di sala.

Si tratta di un primo pacchetto di provvedimenti, **una sorta di "fase uno" per garantire la sopravvivenza del settore**. Non basterà: già si discute di quanto sarà necessario per una "fase due", volta alla riapertura degli esercizi, quando la situazione generale lo consentirà; e in seguito a una successiva "fase tre", per il rilancio attraverso un'adeguata promozione.



*Collegandovi al link sotto indicato troverete il file excel della
"Rassegna Stampa Covid 19"
contenente articoli, spunti e suggerimenti sulla situazione attuale e gli sviluppi futuri.*

[RASSEGNA COVID-19](#)

In bocca al lupo!
Passion Fruit Hub



Q&A

*Ci vediamo tra un minuto per le risposte
alla vostre domande!*

Question time



GRAZIE!

Ci vediamo al prossimo appuntamento

SEGUITECI SUI SOCIAL, STAY TUNED