

DigitalDays

Creator e Piccole Attività

Food Edition

CIRCOLO DEI LETTORI

7/07/26

15:00 – 17:00

EXPERIENCE

Starter





Co-funded by
the European Union



Co-funded by
the European Union

Taste

Transformative approaches for sustainable food in tourism

Italy TASTE Academy

TASTE

Il progetto TASTE (Transformative approaches for sustainable food in tourism) , finanziato dalla Commissione Europea, mira a promuovere la sostenibilità, la digitalizzazione e la resilienza nel settore³ del Turismo eno-gastronomico.

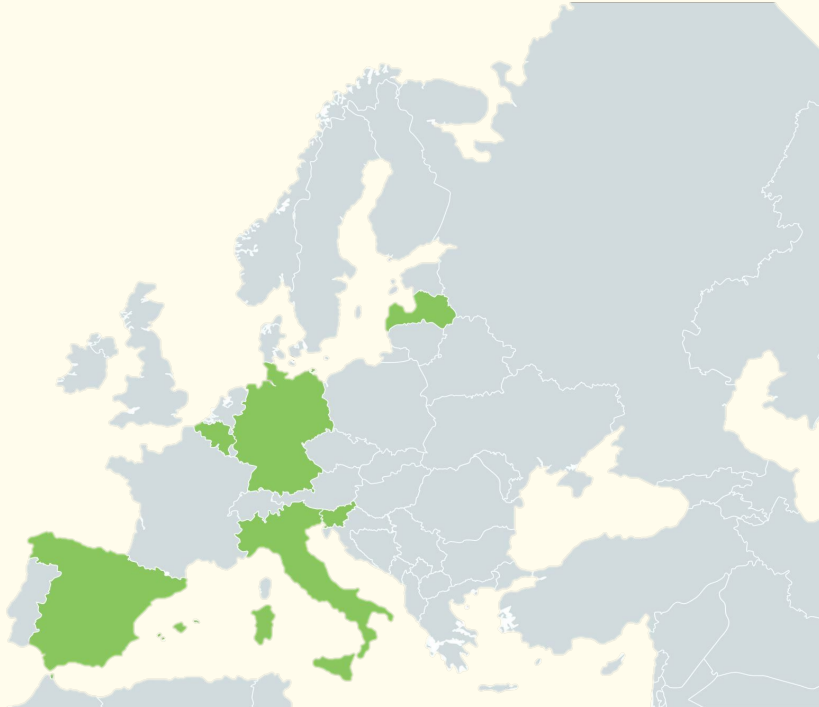
Il progetto fornisce alle imprese soluzioni e strategie innovative per pratiche alimentari sostenibili nell'ambito della gestione alimentare e del turismo enogastronomico, consentendo loro di affrontare efficacemente le transizioni verso la sostenibilità e la digitalizzazione.

 Finanziato da EU Single Market Programme

 1 Nov. 2024 – 30 Apr. 2027

 Budget: 2,19M €

PARTNERS

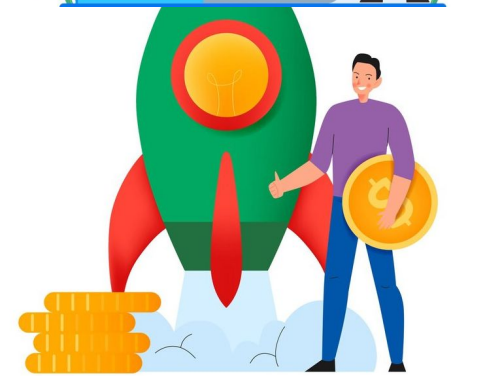


-  Barcelona Chamber of Commerce (Spain) - COORDINATOR
-  Hub Brussels – Cluster Hospitality Brussels (Belgium)
-  Torino Chamber of Commerce (Italy)
-  Regional Development Agency Podravje - Maribor (Slovenia)
-  Lauku Ceļotājs (Latvia)
-  SRH Hochschulen Berlin GmbH (Germany)
-  B. LINK Barcelona Strategic Projects SL (Spain)





What's in for (food) Tourism SMEs



BUILDING KNOWLEDGE

Raccolta di buone pratiche per la replicabilità ed ispirazione.

ACCELERATOR PROGRAMME

Finanziamenti per le PMI del settore turistico al fine di implementare buone pratiche sostenibili e digitali nella gestione alimentare e nel turismo enogastronomico.

STRENGTHENING CAPACITIES

Corsi di formazione gratuiti per le aziende, basati sulle loro esigenze e priorità.



ITALY TASTE ACADEMY 2026



**ITALY
TASTE
ACADEMY
2026**

**6
MAGGIO
H 15-17**

**NUDGING E COMUNICAZIONE STRATEGICA
PER LE IMPRESE**

Guidare comportamenti di consumo alimentare sostenibile
Circolo dei Lettori - Via Bogino, 9 - Torino
www.to.camcom.it/nudging-e-comunicazione-strategica

**4
GIUGNO
H 15-17**

IL MAGAZINE DAL FUTURO

Workshop creativo per l'innovazione digitale nella ristorazione montana
Loft Pinerolo Urban Box - Viale Giolitti, 7 - Pinerolo
www.to.camcom.it/il-magazine-dal-futuro

**7
LUGLIO
H 15-17**

CREATOR & PICCOLE ATTIVITÀ

Food Edition
Circolo dei Lettori - Via Bogino, 9 - Torino
www.to.camcom.it/creator-piccole-attivita-food-edition

**24
SETTEMBRE
H 14:30-17:30**

MENU ENGINEERING

Strategie operative per progettare menu sostenibili, redditizi e orientati al cliente
Circolo dei Lettori - Via Bogino, 9 - Torino
www.to.camcom.it/menu-engineering

 Camera
di commercio
Torino

 Co-funded by
the European Union

Partecipazione gratuita, iscrizioni online:

[Italy TASTE Academy | Camera di commercio di Torino](#)

PID-PUNTO IMPRESA DIGITALE



Cerchiamo nuovi Mentor!

Profili ricercati:

- Manageriale/Gestione di impresa/Change Management
- Operational/Tecnologico
- Incentivi per l'innovazione/incentivi sulla Transizione digitale
- Sostenibilità/Transizione ecologica

PID – Camera di commercio di Torino

[Punto Impresa Digitale \(PID\) e Impresa 4.0 | Camera di commercio di Torino](#)

Diventa Mentor PID:

[Crea Candidatura Mentor | PID](#)





Co-funded by
the European Union

Taste₈

THANK YOU!

Per info: taste@to.camcom.it

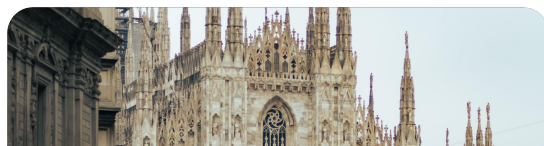
Progetto TASTE | Camera di commercio di Torino

Settore Innovazione e Bandi, Camera di commercio di Torino

Monica Pianosi

CEO & Co-Founder @Le strade







Chi siamo



Le strade ispira i cittadini a esplorare
la loro città tramite la creazione
di contenuti originali da parte
di una community locale.

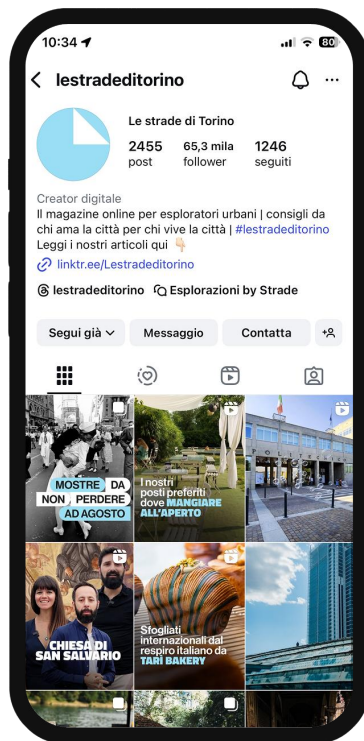


Un po' di storia

Le strade è il **canale di marketing digitale** che mostra le iniziative piccole, granulari e apparentemente caotiche delle città italiane tramite parole, immagini e illustrazioni.

Nato nel 2017 a Torino come progetto editoriale, **Le Strade** si è velocemente ampliato a livello nazionale raggiungendo Milano, Genova, Roma, Napoli, Firenze e molte altre città italiane nel racconto delle attività che creano valore sul territorio in maniera innovativa, creativa e sostenibile.

Abbiamo oltre **50 contributor** in **tutta Italia**; c'è chi scrive, chi fa foto e video, ma siamo tutti uniti dalla passione per il territorio! Il nostro **pubblico** è composto da persone che vivono in città o nei suoi dintorni e aspirano a vivere meglio. Preferiscono i piccoli produttori, sono affascinati dall'innovazione e credono che **mettendo insieme persone e idee si crei ricchezza e valore**.



SU INSTAGRAM OLTRE

150.000 + oltre **90K followers** dei
nostri micro-influencers

65.1k TO

19.6k MI

17.5k GE

14.3k RO

OLTRE

1.900 articoli
pubblicati

OLTRE

75.000 sessioni sul sito
al mese

OLTRE

50 autori tra **scrittori / fotografi /**
illustratori locali

“Il Sandro in città”

Sandro arriva dal Roero: il vino più iconico di Alberto Oggero, giovane produttore con una grande storia alle spalle.

Dietro ogni bottiglia di Albi c'è una storia lunga una vita, iniziata nel cortile del nonno Sandro: suolo sabbioso-calcareo, vigne recuperate, tempo e rispetto per i ritmi della natura.

L'occasione

Durante la settimana dei 50 Best, il Sandro 2024 è stato servito in diversi locali a Torino e da Scannabue - una delle osterie più autentiche e amate di Torino - in occasione di Bistromania.



Non “vendere una bottiglia”

Far diventare un momento — un piccolo produttore, un'osteria storica, una settimana di grande visibilità per Torino — un racconto che resta. Collegare le persone al vino non per il prezzo o l'annata, ma per la storia che c'è dietro.





Formato guida

Un reel costruito come guida — "posti a Torino dove bere il Nebbiolo su sabbia di Alberto Oggero" — non una recensione, un itinerario.



Storia vera

In caption il racconto autentico: il suolo del Roero, il nonno Sandro, il tempo e il rispetto per la natura.



Aggancio al presente

Storytelling e informazione pratica insieme: chi guarda si emoziona, ma sa anche dove andare a bere quel vino questa settimana.



Views sul reel

199.509



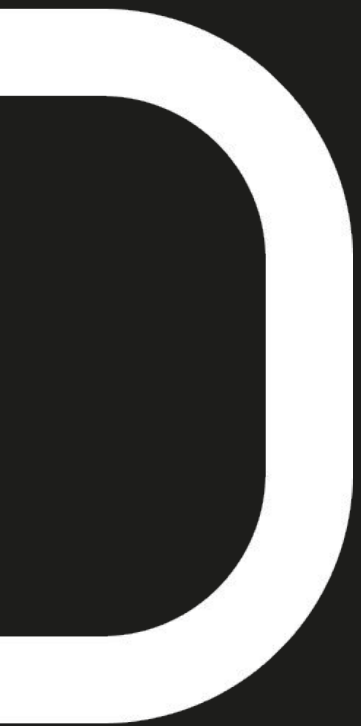
Salvataggi

1.138



Locali coinvolti

7



Cosa facciamo



Prendiamo un prodotto, un locale,
un'azienda e troviamo la storia vera che c'è
dietro.

Non un contenuto fine a se stesso,
ma un contenuto che porta le
persone in un posto fisico,
a fare una scelta reale.



ESPLORARE

SCOPRIRE

Non vediamo l'ora di **CONDIVIDERE** insieme

RIPETERE

ESPLORARE

SCOPRIRE

CONDIVIDERE

FOUNDER

Monica Pianosi — letuestrade@gmail.com

Grazie.



CONTENT CREATOR FOOD E DIVULGATRICE GASTRONOMICA A TORINO DAL 2018



COMMUNITY DATA



ETÀ COMMUNITY 25-34 anni

DATI COMMUNITY



30,7k follower su Instagram
@ceunfottutofoodtorino



289.000 like su TikTok
@ceunfottutofoodtorino



Community prevalentemente femminile (25-34 anni), appassionata di food e tendenze gastronomiche



Pubblico altamente coinvolto e fedele, con forte propensione alla condivisione



Focus su food experience, novità e trend gastronomici a Torino e dintorni



Contenuti autentici che trasformano brand e prodotti in esperienze da condividere

COMMUNITY

CASE STUDY

FRANUI CASE STUDY

Contenuti realizzati:

[!\[\]\(7283d9faf9c88ace5d8a560ea0213e53_img.jpg\) Primo reel in collaborazione \(1M di views\):](#)

[!\[\]\(72b4cf351241b08691672e806c1604b7_img.jpg\) UGC 1:](#)

[!\[\]\(befdcdf329f4bc1566e8bd49d7971740_img.jpg\) UGC 2:](#)

[!\[\]\(77e670be72de63f664b9f3cf25895195_img.jpg\) UGC 3:](#)

Da trend virale a collaborazione continuativa.
Una partnership nata spontaneamente, cresciuta nel tempo e consolidata attraverso contenuti UGC e branded content continuativi, autentici e riconoscibili.

OBIETTIVI DEL BRAND: AUMENTARE LA NOTORIETÀ IN ITALIA, PRESIDARE UN TREND VIRALE SUI SOCIAL, CREARE CONTENUTI AUTENTICI E GENERARE CONVERSAZIONI E PASSAPAROLA ORGANICO.

OBIETTIVI FRANUÍ

Aumentare la notorietà di Franuí in Italia, portando il brand a un pubblico più ampio attraverso contenuti mirati e distribuiti sui canali social più rilevanti.

Presidiare il trend virale sui social legato a Franuí, sfruttando il momento di massima visibilità per consolidare la presenza del brand nella conversazione online.

Creare contenuti autentici e riconoscibili, in linea con il tono della community e capaci di distinguersi nel feed in modo naturale e coinvolgente.

Generare conversazioni e passaparola organico intorno al brand, stimolando la community a scoprire, provare e condividere i prodotti Franuí.

GLI OBIETTIVI





CASE STUDY:
FRANUÍ

Primo reel

PRIMO REEL BRANDED CONTENT

1 M visualizzazioni
Il contenuto che ha
dato il via alla
collaborazione
continuativa con
Franuí

UGC 1

UGC 1 USER GENERATED

Contenuto autentico e
spontaneo, pensato
per rispecchiare la
voce della community
e amplificare il brand

UGC 2

UGC 2 USER GENERATED

Storytelling genuino e
coinvolgente che ha
generato
conversazioni
organiche intorno al
prodotto

UGC 3

UGC 3 USER GENERATED

Contenuto virale che
ha contribuito a
presidiare il trend e
aumentare la notorietà
di Franuí in Italia

RISULTATI COLLABORAZIONE

Partnership
continuativa nata in
modo spontaneo:
autenticità,
passaparola e
community
engagement costante

CONTENUTI REALIZZATI



RISULTATI E IMPATTO

Primo reel in collaborazione:
1m visualizzazioni.
Il contenuto che ha inaugurato la partnership
continuativa con Franuí.

UGC successivi:
35.467 visualizzazioni.
Contenuti riutilizzati sui canali del brand con
engagement organico della community.

Un mio video è stato utilizzato per inaugurare il
profilo TikTok italiano di Franuí, diventando il
contenuto di apertura del canale.

Il contenuto creator non ha generato solo
engagement sul mio profilo, ma è diventato un asset
di comunicazione utilizzabile direttamente dal brand.



I NUMERI

Perché ha funzionato

Gli ingredienti del progetto

❤️ **Autenticità:** La collaborazione è nata da un interesse reale verso il prodotto, rendendo il racconto spontaneo e credibile.

📌 **Territorialità:** Ho trasformato un trend internazionale in un fenomeno locale, raccontandolo alla community torinese.

👤 **UGC che sembra contenuto organico:** I video sono stati progettati per integrarsi nel linguaggio nativo delle piattaforme, favorendo interazione e ricondivisione.

👉 **Collaborazione continuativa:** La relazione con il brand si è sviluppata nel tempo, generando valore reciproco e una presenza costante nella community.

Risultato

Awareness, fiducia e contenuti riutilizzabili dal brand sui propri canali ufficiali.



Grazie.



ADELE CHIABODO

*

scrittrice • content creator •
consulente creativa

Ogni azienda ha una storia.
Il mio lavoro è trovarla,
darle una voce e trasformarla in
una comunicazione che crea
relazione, fiducia e valore.



14 ANNI FA

tutto è cominciato così.

Quattordici anni fa ho aperto un profilo Instagram. Non sapevo ancora che sarebbe diventato un lavoro. Per me era un modo per dare un'immagine alle parole che scrivevo.

Le persone hanno iniziato a seguirmi, a leggermi, e le aziende hanno da subito voluto lavorare con me.

E quasi senza accorgermene mi sono ritrovata nel mondo food.

Ma non mi interessava fotografare un locale. Mi interessava capire perché esistesse. Entrare nelle sue storie e darne una nuova versione, passata attraverso i miei pensieri.



NEGLi ANNi



Quattordici anni sembrano pochi a dirli,
ma passa tanta di quella vita in mezzo che sembra
impossibile ricordarla tutta.

Però, in questi anni, è capitata – lentamente
e naturalmente – un'evoluzione proprio mentre
il mio percorso e ciò che potevo offrire
si definiva sempre di più.



CREATIVITÀ CHE SI AMPLIA

Le aziende con cui lavoravo
erano infatti sempre più attente
ed interessate a costruire con me
un vero percorso,
lasciando che la mia creatività,
la mia scrittura e la mia visione
tocassero ogni aspetto
della loro attività.

Ricercavano un lavoro
narrativamente curato,
esteticamente bello
ed estremamente coerente.

Volevano costruire
con me delle storie.

Fino a quando
non ho incontrato
Caffè Vergnano,
ed iniziando a lavorare con loro
ho iniziato a costruire
la casa vera e propria
sopra le mie fondamenta.



CAFFÈ VERGNANO / WOMEN IN COFFEE

Ho iniziato a lavorare in Caffè Vergnano sul progetto benefico Women in Coffee, per poi allargarmi ad altri ruoli ed aspetti dell'azienda. Ma voglio rimanere su quel progetto perché secondo me meglio di tutti rende l'idea della poliedricità di aspetti che si possa toccare lavorando con me.

Women in Coffee è il progetto di sostenibilità sociale di Caffè Vergnano dedicato all'empowerment femminile. Che nasce per sostenere le donne all'interno delle piantagioni di caffè lungo un percorso che unisce autonomia, opportunità e crescita.

* *Lavorandoci, ho permesso che Women in Coffee prendesse forma in altri luoghi e attraverso altri linguaggi che ne amplificassero il messaggio e ne rendessero visibile il sostegno nel tempo.*

C'è stata la Pink Collection, una serie di prodotti pensati per raccogliere fondi. Ci sono stati contatti con artigiani ed aziende, la scelta di oggetti coerenti ed accattivanti, che potessero ben sposare il progetto. Ci sono stati testi e comunicati stampa. Decine di eventi, copy accattivanti, post Instagram. Viaggi in Olanda, gite a Venezia, fughe a Parigi per fare conoscere questo pensiero e fare in modo che altre realtà potessero sposarlo. Ci sono stati corsi di fiori e corsi di cucina, eventi per influencer, cene insieme, risate e scambi.



* PINK COLLECTION | ARTIGIANI E AZIENDE
TESTI E COMUNICATI STAMPA | EVENTI | COPY ACCATTIVANTI
POST INSTAGRAM | VIAGGI | CORSI DI FIORI E DI CUCINA
EVENTI PER INFLUENCER | CENE | RISATE | SCAMBI

PERCHÉ VI PARLO DI QUESTO

Ho scelto questo progetto anche se forse non è quello che vi sareste aspettati di sentire.

Forse vi sareste aspettati che io raccontassi di aver aiutato ad ideare nuovi menù,
a spingere ristoranti, a supportare realtà nascenti.

Ad andare a cena, a bere un bicchiere di vino, invitata ed ospitata.

E vi giuro, l'ho fatto. E lo faccio ancora, e mi diverto tantissimo.

Ma oggi, ho la fortuna di – quando mi chiedono che lavoro faccio –
poter rispondere che **costruisco storie**.

Perché è vero, sono una scrittrice. Ma faccio anche foto, vengo invitata nei nuovi locali,
ho persone ed aziende che hanno fiducia nella mia capacità di seguirli e guidarli.

Quindi sì, io amo costruire storie cucite sulle persone con cui lavoro.

Che sia un romanzo, un racconto, un copy o un post Instagram.

Perché le storie vivono ovunque, intorno a noi.

*Perché le storie non vivono soltanto nei libri.
Vivono ovunque decidiamo di raccontarle.*

Grazie.



Federica Levanto

@latuaamicasalentina



CHI → SONO

Sono salentina ma vivo a Torino da sei anni. Sui social racconto la mia vita da fuorisede con un obiettivo: aiutare chi arriva qui a sentirsi meno spaesato, scoprire la città e trovare il proprio posto.

SALENTINA

FUORISEDE

AUTENTICA



CURIOSA

IRONICA

→ DI COSA PARLO ←

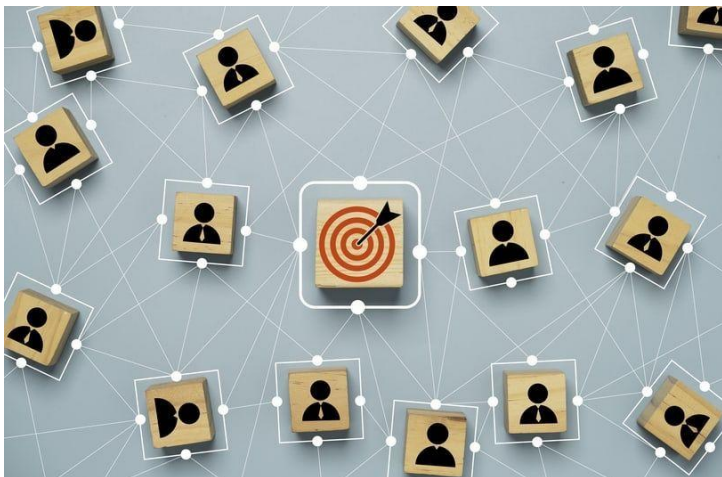
CIBO

EVENTI

LA MIA VITA



LA MIA AUDIENCE ←



INSTAGRAM

24,6 mila



TIKTOK

19,2 mila



IL MIO METODO



STRATEGIA

Ogni collab parte dall'ascolto. Comprendo gli obiettivi del brand, il suo pubblico e ciò che lo rende unico.

STORYTELLING

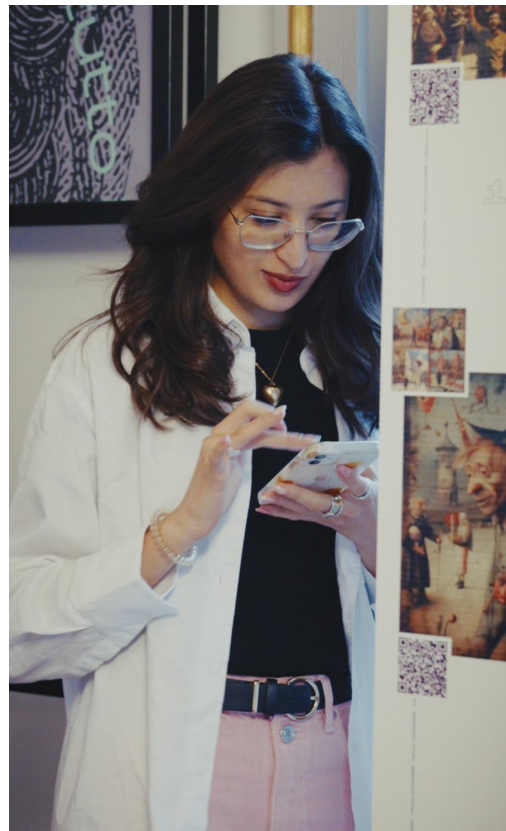
Lo racconto in maniera creativa, coinvolgente e in chiave social.

AUTENTICITÀ

Creo contenuti spontanei e curati, senza forzature né effetto “marchetta”. Sono l'amica che ti racconta la sua esperienza sempre con sincerità.

RISULTATI

L'obiettivo non è solo la viralità ma prima di tutto creare valore



LE MIE COLLAB

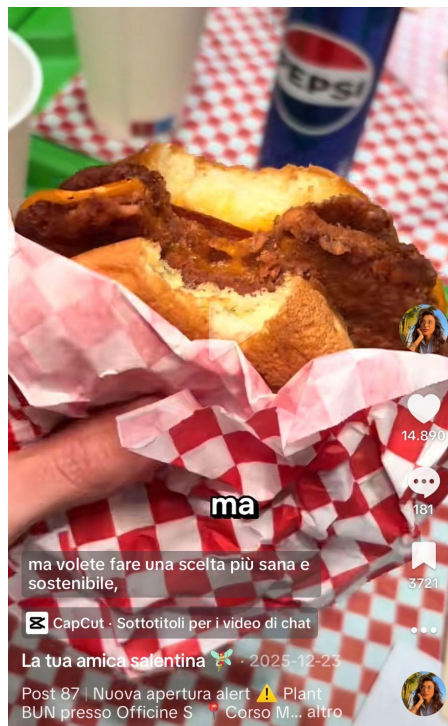
PLANT BUN



175 mila · Visualizza insight

Promuovi post

8177 129 69 5700



Playlist · Dove andare · Torino

172,5K 3425

Maggior...rmazioni

IL FEEDBACK DEL CLIENTE



LE MIE COLLAB

OSTERIE TORINO



IL FEEDBACK DEL CLIENTE

Ciao Federica, spero tutto bene!

Ti scrivo per farti i complimenti e ringraziarti ancora dei contenuti prodotti per Osterie Torino! Il video ha performato davvero bene, e soprattutto c'è stato un bel riscontro tra nuovi clienti arrivati qui proprio grazie a quello. Sono super soddisfatto!

LE MIE COLLAB

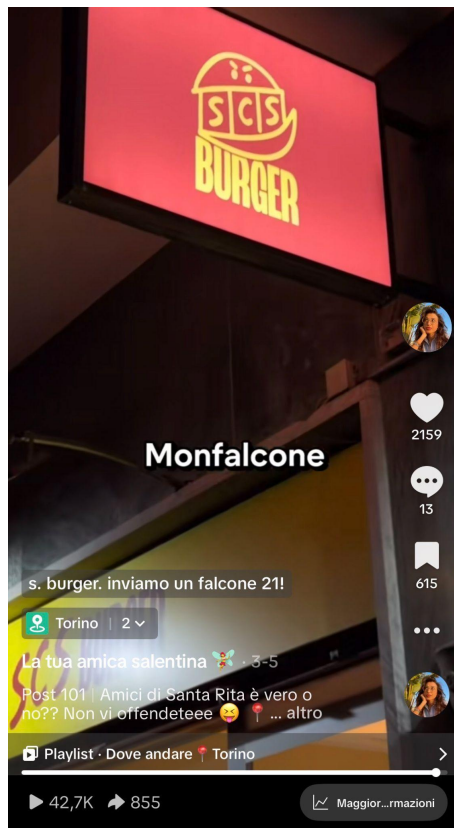
SCS BURGER



88,9 mila · Visualizza insight

Promuovi post

1532 20 20 1683



IL FEEDBACK DEL CLIENTE

ciao, abbiamo avuto sempre il locale bene o male pieno (facciamo le corna 🐮), non saprei dirti con esattezza quanti derivassero dal tuo video; posso dirti che alcuni clienti mi hanno detto che avevano visto il tuo reel!



UN CASO STUDIO ←

KINTSUGI BREAD & TEA

LA RICHIESTA

Aumentare visibilità e attirare pubblico per l'inaugurazione del nuovo locale.

LA MIA IDEA

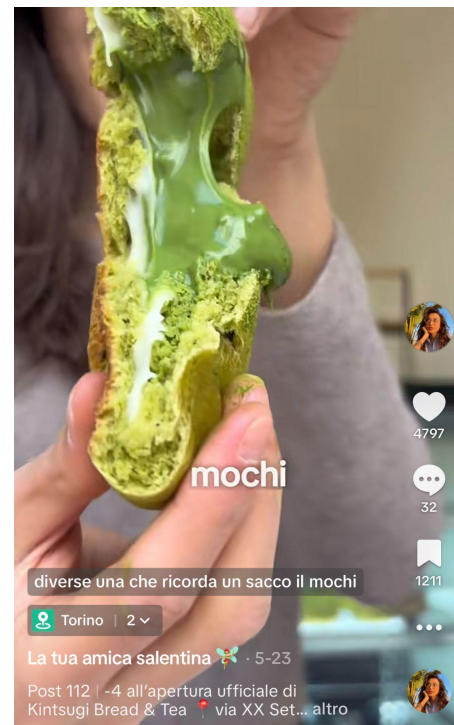
Un video con hook d'impatto, un po' provocatorio, e racconto in prima persona: assaggio in anteprima i prodotti della bakery e li recensisco secondo il mio gusto personale e in maniera onesta.



120 mila · Visualizza insight

Promuovi post

2811 49 36 2852



Playlist · Dove andare · Torino

73,9K 1817

Maggior...rmazioni

UN CASO STUDIO ←

KINTSUGI
BREAD & TEA

I RISULTATI

Su Instagram

- +120k views
- +2.8k like
- +2.8k condivisioni

Su TikTok

- +73k views
- +4.7k like
- 1.8k condivisioni

159.200
account raggiunti

IL FEEDBACK DEL CLIENTE

Il video era fatto molto bene e ha ricevuto tantissime interazioni (sia su instagram che tiktok) e, infatti, oggi all'inaugurazione sono arrivate tantissime persone. Abbiamo ricevuto tantissime domande riguardo oggi e abbiamo ricevuto nuovi followers e grazie mille ancora

18:17

Grazie.



Alessia Ingrasciotta

founder @cucinalowfodmap



cucinalowfodmap ...

Alessia 🌸 L'indologa con l'intestino irritabile

700 post 97,6K follower 753 seguiti



Convivo con endometriosi e IBS



dò vita a ricette low FODMAP



e studio l'Ayurveda (in elenco Agicom)

Cose che possono esserti utili 🙌



cucinalowfodmap.com/link-utili e altri 3



[cucinalowfodmap](#)



mangio sano
eppure
mi sento gonfia

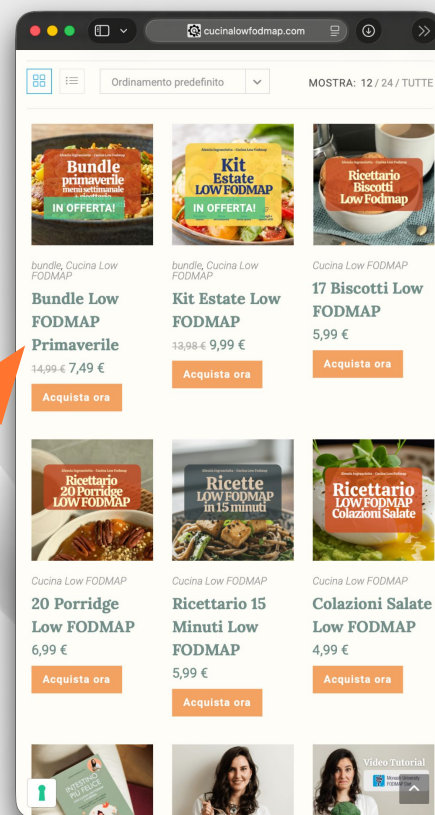
FODMAP

Fermentable
Oligosaccharides
Disaccharides
Monosaccharides
And
Poliols



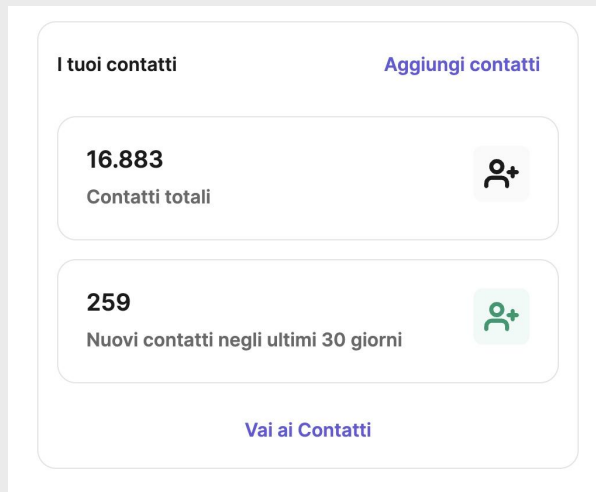
LOW FODMAP DIET

	VEGETABLES	FRUITS	PROTEINS	FATS	STARCHES, CEREALS AND GRAINS
	 LETTUCE, CARROT, CUCUMBER	 STRAWBERRIES, PINEAPPLES, GRAPES	 CHICKEN, EGGS, TOFU	 OILS, BUTTER, PEANUTS	 POTATOES, POPCORN, TORTILLA CHIPS
	 GARLIC, BEANS, ONION	 BLACKBERRIES, WATERMELON, PEACHES	 SAUSAGE, BATTERED FISH, BREADED MEATS	 ALMONDS, AVOCADO, PISTACHIO	 BEANS, MUFFINS, GLUTEN - BASED BREAD



Canali preferenziali

Profilo instagram e newsletter



disponibilità di prodotti
LOW FODMAP



Prendersi **Cura**

Bastano pochi accorgimenti per trasformare un pasto in un gesto di cura. E un gesto di cura può cambiare la giornata di una persona.



Grazie.

