Storytelling digitale, la “ricetta segreta” della pasticceria Grué

20231120164341boccaneravenanzigrue-2adb2d36

I semi delle fave di cacao tostati e spezzettati, ovvero **Grué**. È questo il nome dell’ormai nota pasticceria romana che ha ispirato, nel 2014, **Marta Boccanera e Felice Venanzi**, che oggi oltre alla conferma delle “Tre Torte” nella Guida Pasticceri e Pasticcerie 2024 hanno ricevuto da Gambero Rosso un premio importante e mai tanto attuale: quello della **“Migliore comunicazione digitale”**.

Pasticceri per scelta personale **e non per tradizione familiare**, Marta Boccanera e Felice Venanzi hanno scelto di andare oltre da subito. Lo hanno fatto mettendo insieme l’arte del mestiere ‘dolce’ e l’arma vincente del **digital storytelling**, argomento tanto caro al mondo horeca affrontato anche nel nostro inedito summit **BaristaPiù**.

“*Non avendo una storia nel settore* – racconta Marta Boccanera sui social – ***abbiamo scelto il nome Grué proprio per catturare l’attenzione della gente****, per farci chiedere cosa volesse dire e poi partire con il racconto della nostra filosofia*”.

“*Il premio ricevuto ci ha dato grande soddisfazione* – spiegano a Mixer i due pasticceri – *È un riconoscimento importante che ci restituisce la consapevolezza che la strada che abbiamo deciso di percorrere è giusta, sia in tema di qualità assoluta della nostra pasticceria sia nella* ***narrazione digitale*** *dalla quale non si può prescindere se si vuole far crescere la propria attività. Inutile dire che dietro c’è un lavoro importante che portiamo avanti con una squadra di professionisti* ***perché ognuno deve fare bene quello che sa fare****. Questo traguardo lo festeggiamo con* ***Gianluca Antonelli*** *e tutto il team di* ***In-nova Media****, e con* ***Piermaurizio Di Rienzo*** *e lo staff di* ***Pradivio Pr***”.

IL PESO DELLO STORYTELLING

Oggigiorno non c’è ristorante, bar o pasticceria che possa permettersi il lusso di non raccontarsi. Lo ha ribadito nella sua assemblea nazionale annuale **FIPE Confcommercio**, mettendo al centro il peso

della comunicazione che deve essere capace di trasmettere alla gente il valore delle attività, **rafforzando la reputazione del settore**.

L'esempio perfetto arriva proprio da Grué, oltre 18mila follower solo su **Instagram** e la bellezza di **quasi mille contenuti pubblicati**. "*Comunicare è un'attività fondamentale per fidelizzare la clientela e spiegare il lavoro e l'alta qualità che c'è dietro ognuno dei nostri dolci, ma non deve mai essere qualcosa di astratto o lontano dalla realtà* – proseguono – *Bisogna prestare grande attenzione a non tradire mai le aspettative di chi ci segue attraverso i nostri canali digitali*".

PAROLA D'ORDINE "VERITÀ"

Dunque, chi arriva da Grué **troverà esattamente ciò che ha già apprezzato attraverso uno schermo**. "*Se così non fosse sarebbe un suicidio sia dal punto di vista dell'immagine che da quello commerciale*", aggiungono Marta Boccanera e Felice Venanzi.

Capitolo prezzi? La narrazione digitale serve anche a **riconoscere il valore economico** di un prodotto. "È indubbio che raccontare ingredienti, lavorazione e, soprattutto, l'impegno giornaliero è importante per fare capire che i nostri prezzi sono in linea con la qualità offerta. Inoltre, **comunicare bene può far comprendere ai giovani** che vogliono approcciarsi al mondo del lavoro nel settore della pasticceria può essere gratificante. A patto, però, che gli stessi comprendano che ogni risultato ha un 'costo' in termini di lavoro".

Grué si trova a **Roma** in **Viale Regina Margherita, 95/99**. Sempre quest'anno Marta Boccanera e Felice Venanzi sono stati inseriti tra i **"Migliori Pasticceri al Mondo - Luxury Pastry in tre World buy Iginio Massari"**.