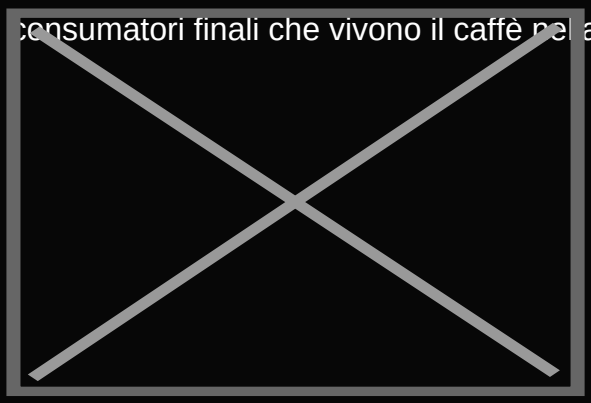
Brita, storytelling per informare sull'importanza dell'acqua di qualità

brita-9a87550a

Brita si pone un obiettivo entusiasmante e, al tempo stesso, estremamente ambizioso: abituare il consumatore al fatto che un caffè di qualità si può ottenere grazie all'utilizzo di materie prime di qualità e, soprattutto, di **acqua di qualità**.

Brita è da oltre 50 anni specializzata nel trattamento dell'acqua potabile a livello professionale e domestico. Ha voluto farsi portavoce di un cambiamento culturale, in linea con i più recenti trend di un settore che scommette sulla qualità. Qualità alla quale non possono ormai fare a meno sia i baristi sia i consumatori finali che vivono il caffè nella loro quotidianità.



Per raggiungere questo specifico target, generando curiosità e interesse intorno al mondo caffè (specialty e non solo), quale mezzo migliore dei social network? È per questo che Brita ha scelto i propri canali ufficiali **Facebook e Instagram** per portare avanti un'attività di **visual storytelling**; una metodologia che usa la narrazione, visuale e testuale, come mezzo di narrazione persuasiva.

Da questi presupposti nasce "**La Ricetta di Brita**", una storia avvincente che si compone di 9 episodi e che può essere interamente seguita sulla pagina Facebook di Brita Italia e sul suo profilo Instagram.

Gian Zaniol, che da anni collabora con Brita, ha messo a disposizione la sua simpatia e le sue importanti competenze sulla caffetteria, per rappresentare il protagonista de “La Ricetta di Brita” in veste di Brand Ambassador.

“L’idea di creare dei contenuti che raccontassero una storia mi è piaciuta molto e trovo che sensibilizzare le persone sull’importanza dell’acqua sia fondamentale non solo se si è baristi o ristoratori, ma anche per i consumatori finali” racconta Zaniol. Che prosegue: “Lavorare con Brita è sempre entusiasmante. Di loro apprezzo, chiaramente, il prodotto perché regala una qualità al caffè nettamente superiore. Non acquisto più acqua in bottiglia da quando uso Brita, anche a casa. Ho quindi ridotto anche i rifiuti di plastica, senza pensare poi ai costi risparmiati e al trasporto delle bottiglie che evito alla mia schiena. Vivo in Germania dove si beve molta acqua di una nota azienda italiana, ma ha senso questo sistema? Bere acqua francese in Italia, italiana in Germania, è questa la nostra idea di sostenibilità? Perché non usare le proprie risorse e valorizzarle?”.

In merito, invece, ai risultati che spera di ottenere con “La Ricetta di Brita”, Zaniol ha le idee chiare: “Ho sempre creduto che l’informazione e la conoscenza rendano liberi, ad ogni livello, sia privato, sia professionale. Liberi di capire, scegliere autonomamente, non lasciarsi guidare da false informazioni. Mi aspetto di sensibilizzare almeno un po’, nel mio piccolo, sull’importanza dell’acqua, una risorsa che troppe volte viene trascurata o sottovalutata. Il futuro parte dai piccoli gesti quotidiani”.

Per poter comunicare nel modo migliore una storia attraverso degli scatti fotografici, è stato necessario avere foto calde, che trasmettessero emozioni e sensazioni, che parlassero in modo diretto all’utente. **Federico Pezzetta**, con il suo profilo Instagram coffeeandlucas, è un riconosciuto professionista della fotografia applicata al settore del caffè. Con il suo supporto, Brita ha saputo dare il taglio giusto ai visual che accompagnano il suo storytelling. “La Ricetta di Brita” è un progetto stimolante e creativo, secondo Federico: “Non capita spesso che un'azienda così grande decida di tuffarsi in una campagna pubblicitaria creativa che vada oltre il mero messaggio promozionale. Dovrebbe essere la normalità ma spesso non lo è”.

Prosegue Pezzetta: “La speranza è di arrivare al pubblico dei baristi tramite la credibilità di Gian e, tramite il racconto fotografico, di arrivare a parlare anche ad un'utenza ancora più ampia di quella legata alla community degli specialty coffee. Del resto il racconto e il messaggio dietro 'La Ricetta di Brita' è universale e può essere apprezzato da chiunque”.