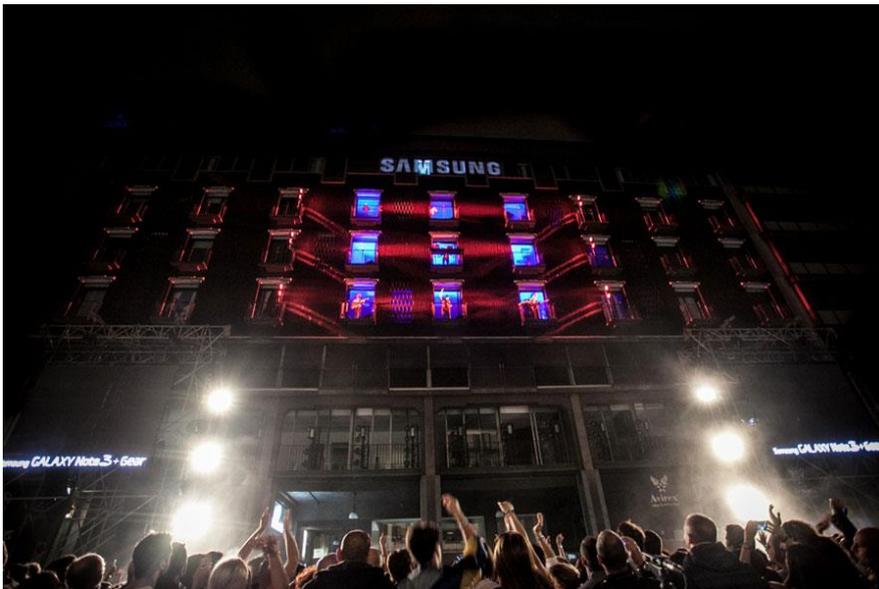


Tomaso Cavanna e Saturnino: tutti i segreti per un efficace storytelling

“Io non vendo che emozioni”. Si è presentato così Tomaso Cavanna ospite della lezione in “storytelling e nuovi linguaggi dell’era digitale” del professore Pier Donato Vercellone.

Tomaso Cavanna è un Creative Director, nonché CEO di Punk for Business. L’azienda, da lui creata, nasce dall’esigenza di diminuire il gap tra brand e artisti tramite una nuova generazione di Branded Entertainment, avente come purpose quello di trasformare un semplice evento in qualcosa di nuovo e inusuale.

Ma qual è il segreto per la riuscita di un buon evento? Primo tra tutti: creare un perfetto storytelling.



L’esempio portato da Tomaso, è l’evento per il lancio del nuovo Samsung Gear del 2013.

In un palazzo di Corso Europa, tramite un gioco di luci è stata riprodotta la forma di un Samsung. 16 artisti, tra cui Saturnino, si sono esibiti sui 9 balconi come fossero delle App, attivate dal comando

vocale di Ensi, tramite il nuovo Gear, affacciato sul balcone centrale.

Il risultato? Il corso pieno di gente che si divertiva e condivideva il momento su tutti i social.

Diverso è però creare uno storytelling di un brand sui social. Saturnino, bassista di Jovanotti, ci ha raccontato di come è riuscito a fare della sua passione un business.



Saturnino Eyewear nasce nel 2013 dalla passione dell’artista per gli occhiali (indossava le lenti già da bambino nonostante non avesse problemi di vista!).

Grazie all’input del suo ottico di fiducia, Saturnino crea i primi 100 pezzi che verranno tutti venduti.

Ma come raccontarlo? La prima capsule era composta da 7 modelli chiamati con i nomi dei pianeti tranne il primo modello chiamato SATU ovvero “uno” in indonesiano (geniale!)

Contemporaneamente, nascono il sito web e le pagine social Instagram e Facebook mantenendo saldi 3 principi cardine:

1. Essere autentici e credibili
2. Utilizzare il giusto linguaggio
3. Non acquistare i followers

Nato “with a big help of our friends” ad oggi Saturnino Eyewear raccoglie una community attiva di oltre 40 mila followers e garantisce ai suoi clienti una filiera totalmente controllata e Made in Italy.

La loro voglia di fare e il loro entusiasmo nel raccontare quello che è il loro lavoro, ci hanno dimostrato quanto sia vera la frase di Confucio: “Scegli un lavoro che ami, e non dovrai lavorare neppure un giorno in vita tua”. Seppure sia una strada lunga e piena di ostacoli ci hanno lasciato la carica giusta per affrontare la nostra vita futura nel migliore dei modi.

#GrazieTomaso #GrazieSatu



Martina Messina