



**Scuola
di Montagna**

Percorsi di Alta Formazione
per la Montagna Pistoiese



Storytelling

l'arte più vecchia del mondo



Storytelling? Ma se lo facciamo da sempre!"

- Non è una parola difficile o solo da pubblicitari
- Significa semplicemente: raccontare storie
- I nostri nonni lo facevano ogni giorno attorno al fuoco o a tavola





**Scuola
di Montagna**

Percorsi di Alta Formazione
per la Montagna Pistoiese



“Le storie sono il modo in cui diamo senso alla vita.”

Brené Brown



L'essenza dello storytelling

- Dare un senso alle cose che viviamo
- Emozionare, coinvolgere, lasciare traccia
- È più importante come raccontiamo, non solo cosa





**Scuola
di Montagna**

Percorsi di Alta Formazione
per la Montagna Pistoiese



Storytelling un esempio semplice: LA PUBBLICITA'



Timeline

Anni '50 – '60: L'inizio della pubblicità moderna in Italia

Carosello (1957-1977)

Ogni sera dopo il TG, piccoli sketch comici o poetici con finale pubblicitario.

Anni '90 – Il prodotto torna protagonista

Le pubblicità iniziano ad avere slogan più diretti.

Anni 2010 – L'era dei social media

Tutti possiamo fare pubblicità. I video diventano virali, le storie sono brevi, personali, vere. Instagram e Facebook diventano canali principali di narrazione.

**Anni '80
Emozione e icone**

La storia è più importante del prodotto.

Anni 2000 – Racconti brevi, impatto visivo

Spot brevi, ritmo veloce. I brand cercano identità e valori da comunicare in pochi secondi.

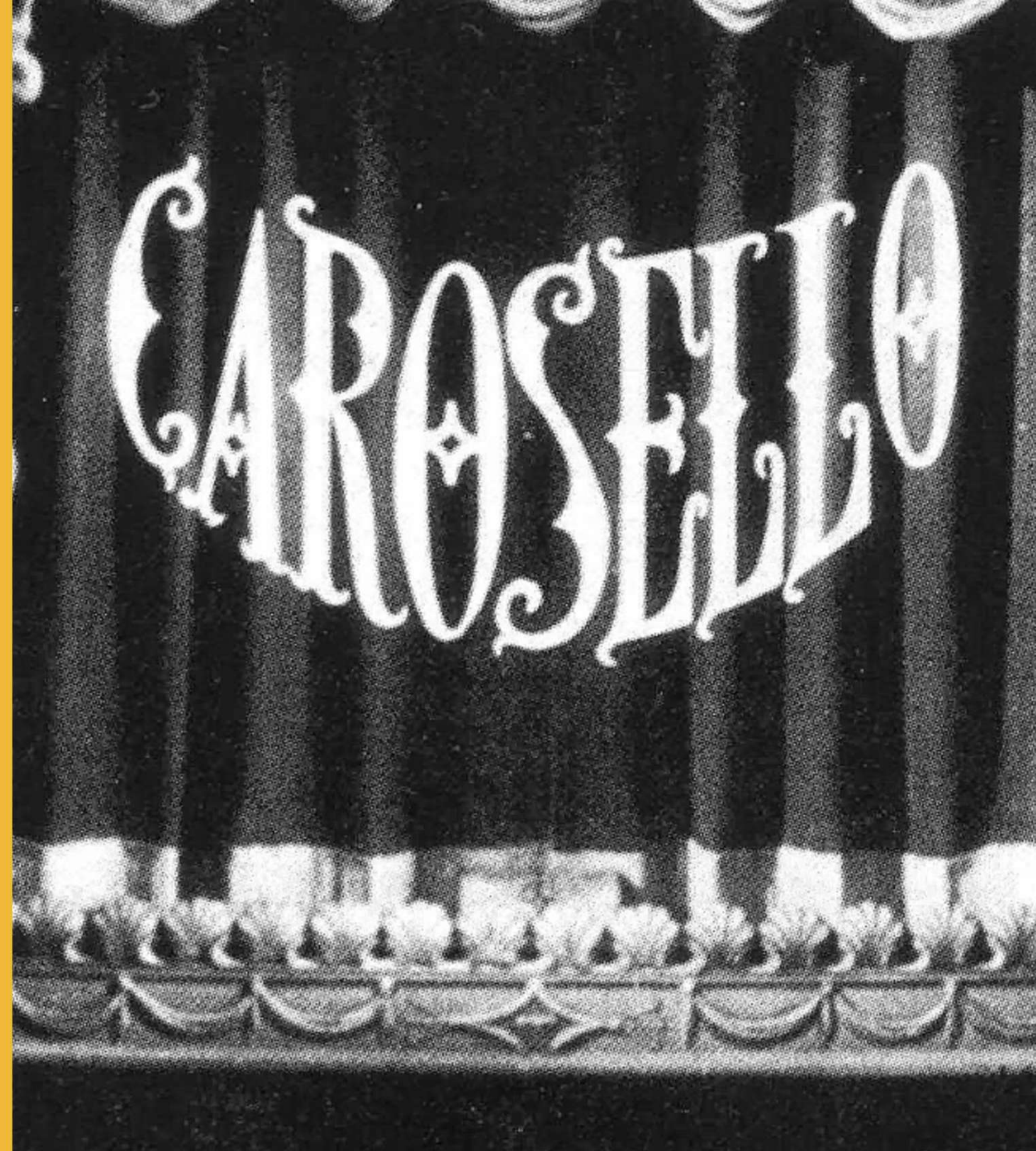


*“Carosello era l'appuntamento della sera: pubblicità sì,
ma anche teatro, comicità, racconto.”*



Dal fuoco al Carosello

- I primi racconti pubblicitari: mini storie con personaggi e valori
- Raccontavano più di un prodotto: raccontavano un mondo



Dal fuoco al Carosello



“i perchè di casa Calindri” - Carosello Cynar

“Per parlare al cuore delle persone, bisogna credere davvero in quello che si racconta.”

Gavino Sanna



Barilla e la bambina col gattino

- Impermeabile giallo, pioggia, gattino: emozione pura
- Musica di Vangelis, regia internazionale



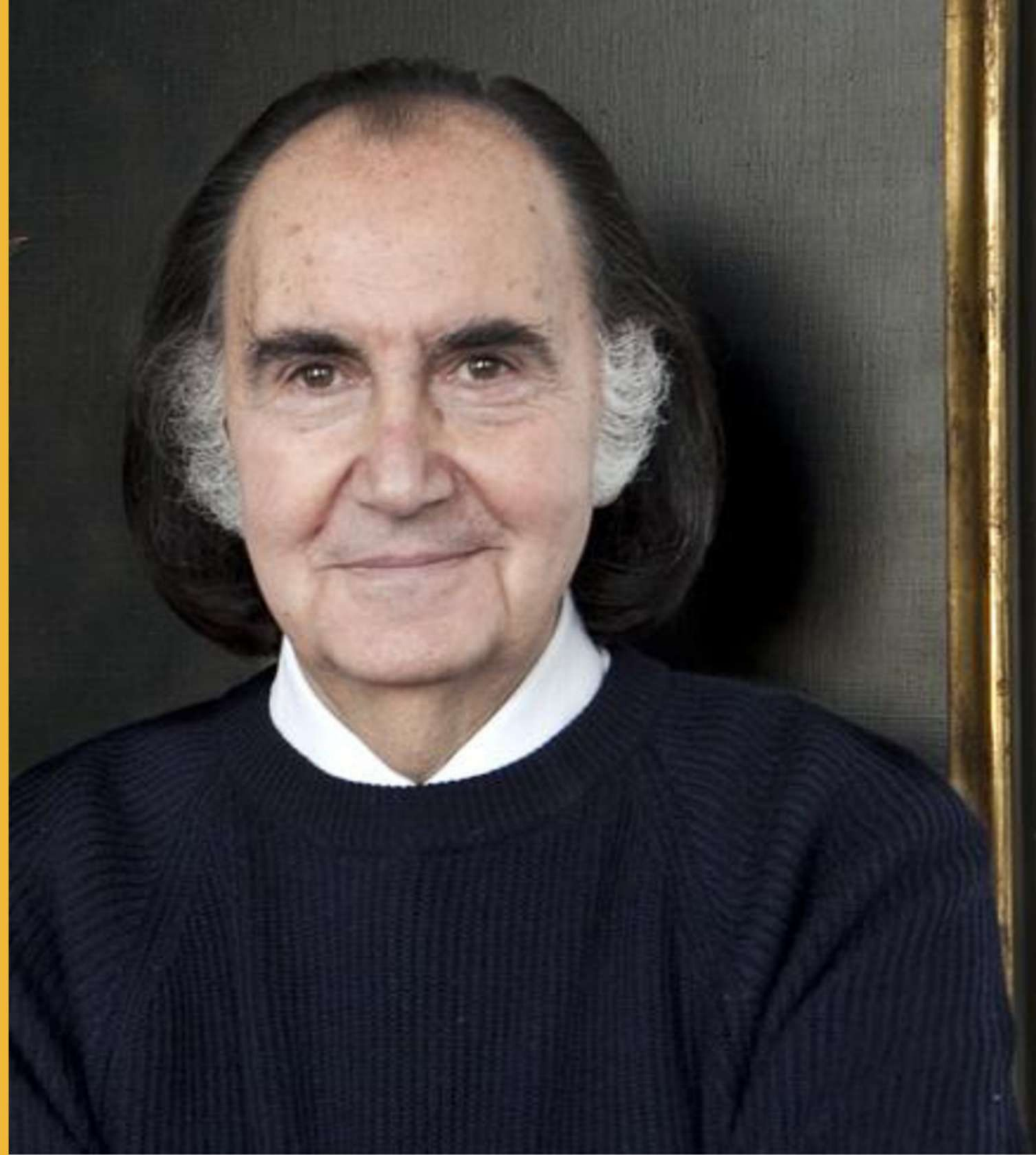
Barilla e la bambina col gattino



Spot Barilla - 1986

Gavino Sanna, il narratore della pubblicità

- Creativo italiano, ha cambiato il modo di fare spot
- Emozione, ritmo, racconto: elementi chiave
- Non vendeva prodotti, ma emozioni



VENIAMO A NOI

Perchè raccontare la propria comunità?



*“Il bene va raccontato. Altrimenti sembra che non
esista.”*

Don Luigi Ciotti



Raccontare per il bene comune

- Ogni comunità ha storie uniche
- Dare voce ai fatti, agli eventi, alle persone
- Coinvolgere ed emozionare per farsi conoscere

