

FOOD INFLUENCER

Di Bernardo Iovene

Collaborazione Carla Falzone

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Io sono quella che a oggi viene definita un' influencer, che fino a qualche anno fa si chiamavano blogger, ma a oggi forse "blog" è quasi vecchio... Io, con tutti i miei social, arrivo quasi a milioni di persone.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Chiara Maci racconta il cibo con foto, video-ricette, viaggi e momenti di vita privata sui social: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, ma precisa che il suo è un lavoro che svolge per le aziende.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Lavoro, non so, per Gorgonzola, per un'azienda di Gorgonzola e cosa faccio: creo tutte le ricette con il Gorgonzola. Nel mio stile. Oramai è uno stile quello mio, perché non è pubblicità, perché quello che deve passare è che io ti sto consigliando qualcosa.

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

Allora, da una decina di anni è spuntata dal web una nuova professione: influencer o food blogger. Bene, vivono attraverso il lavoro sul web, attraverso Youtube, attraverso i social, attraverso i blog soprattutto dove postano le ricette culinarie, con foto e video. I più influenti sono 400. Per lo più sono donne che non hanno alcun problema a pubblicare anche gli scatti più intimi della propria vita privata, pur di infiltrarci dentro la pubblicità. Sono diventate famosissime, viaggiano in trasmissioni televisive, alcune ne hanno addirittura di propri di programmi, scrivono libri, partecipano a eventi culinari. E tutto questo, grazie al fatto che hanno pubblicato ogni giorno, pubblicano ogni giorno, 1400 post. E hanno un grande gradimento perché vengono seguiti da più di 11 milioni di persone e incassano la bellezza di 33 milioni di like. Questo ha destato l'appetito delle grandi aziende, al punto da muovere un indotto pubblicitario equivalente a 6,3 milioni di euro. Però fate attenzione perché in questo meccanismo potreste entrare anche voi. Quando andate a mangiare una pizza, potreste diventare gli inconsapevoli testimonial di un prodotto. Il nostro Bernardo Iovene.

BERNARDO IOVENE

Non era un'attività, era che cosa?

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

Noi speravamo che diventasse un'attività.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Appena dieci anni fa Sonia Peronaci fonda un sito che si chiama GialloZafferano. Sono ricette di piatti comuni e ottiene subito un successo di pubblico. 10mila utenti al mese. Ma nessuna azienda in quel momento era disposta a investire in pubblicità.

BERNARDO IOVENE

Che potenzialità aveva?

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

Io quando sono andata via facevamo 2milioni e mezzo di utenti unici al giorno.

BERNARDO IOVENE

Al giorno?

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

Al giorno.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

GialloZafferano secondo fonti Audiweb ha 6milioni e mezzo di utenti unici al mese su un sito dove, oltre alle ricette redazionali, postano anche 9000 food blogger. Nel 2016 il sito di ricette è stato incorporato dalla Mondadori e oggi Sonia Peronaci, che oramai era solo una dipendente, è uscita ed ha un suo sito personale.

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

Questa è la home page. Queste sono le ricette.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Ricette che contengono pubblicità diretta o indiretta.

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

Se è indiretta e più, sicuramente incuriosisce di più. Quello che faccio io è di fare delle cose talmente utili che possono veramente servire a tutte le persone.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Attraverso le ricette e il web, quindi food e blog, Sonia Peronaci è diventata un personaggio.

BERNARDO IOVENE

Però come ti definisci? Food blogger? Influencer?

SONIA PERONACI – FONDATRICE GIALLOZAFFERANO

È difficile perché io mi sento più un imprenditore, ti devo dir la verità. Food blogger è una parola che oggi come oggi ti fa capire immediatamente quello che fai. Poi in realtà io faccio tantissime altre cose: faccio televisione, faccio libri, sono su una rivista, faccio show cooking esterni quindi diciamo che si è diversificato il lavoro rispetto a dieci anni fa.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

I siti di ricette poi sono nati come funghi: "Cucchiaio.it", "Ricette della nonna", "Salepepe", "Cookaround" e "I food", che utilizza una community di 300 food blogger.

BERNARDO IOVENE

Allora voi ospitate 300 food blogger, tutte donne.

ANDREA PUCCI - I FOOD

Tutte donne.

BERNARDO IOVENE

Chi le paga.

ANDREA PUCCI - I FOOD

La società Netaddiction.it, che è la proprietaria di I food assolutamente.

BERNARDO IOVENE

Cioè, voi ogni ricetta che pubblicano...

ANDREA PUCCI - I FOOD

Esatto. Vengono pagate.

BERNARDO IOVENE

A voi chi vi paga?

ANDREA PUCCI - I FOOD

A noi ci paga... tutto il sistema si regge chiaramente sull'inserzionista, cioè sul mondo della pubblicità.

BERNARDO IOVENE

L'inserzione è questa qua che c'è qua sopra, così oppure è dentro la ricetta l'inserzione?

ANDREA PUCCI - I FOOD

Qualche volta è la ricetta stessa che si ispira, per esempio, all'ingrediente dello sponsor, esattamente, ma è abbastanza visibile. In questo caso Alice Grandi ci ha scritto una ricetta per I food, sono le tortine rustiche.

BERNARDO IOVENE

Ecco, lei ha un blog questa Alice Grandi?

ANDREA PUCCI - I FOOD

Assolutamente sì... raggiungibile...

BERNARDO IOVENE

Quindi se clicchiamo su Alice Grandi è il suo blog.

ANDREA PUCCI - I FOOD

Eccolo qua.

BERNARDO IOVENE

Che è sempre all'interno di I food?

ANDREA PUCCI - I FOOD

Esatto.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Oggi parliamo di migliaia di food blogger: si parte con il pubblicare ricette, ma poi si può arricchire il blog con classifiche di ristoranti, di vini, racconti di viaggi gastronomici, gare di chef, inserendo anche momenti di vita personale insieme a bambini o animali domestici. L'obiettivo è accumulare followers, like, e diventare influencer.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Collaboro con Mini automobili, gli ho fatto un ricettario per le gite fuori porta. Lavoro per Kartell, che è una azienda di design che non c'entra niente con il cibo, però a ogni pezzo di design io vado ad abbinare una ricetta e una favola per bambini. Il cibo ci deve essere sempre, è il collante.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Ad esempio qui è con la figlia con una lampada Kartell e questa è la favola che racconta di una bambina annoiata a cui la mamma regala una lampada color lampone, che le fa ricordare il profumo di una torta e così viene fuori la ricetta.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Nel momento in cui qualcuno mi dice "e, va beh, ma stai facendo una marketta", cosa normalissima che uno ti dica, e legittimissima di dire, perché, perché io ti sto consigliando un prodotto che io comunque sceglierei. La cosa bella di Instagram è che i curiosi, ovviamente sono tutti lì che guardano, perché tu racconti anche un po' la tua vita. Quindi non è solo la ricetta. Vai dal parrucchiere e racconti il parrucchiere.

BERNARDO IOVENE

Tu metti cose personali.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Sì, personali. Io racconto molto la mia vita con mia figlia. Non l'ho mai fatta vedere in faccia perché non mi piace sui social, però c'è questa bambina senza testa perennemente, però racconto molto di me e lei. Devo dire che è una cosa che mi piace perché ho tante mamme che mi chiedono, mi hanno chiesto per lo svezzamento. Ecco un mio cliente è stato Mellin ad esempio.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Infatti, nel periodo di allattamento di sua figlia ha condiviso ogni momento di crescita con i suoi follower e la Mellin. Apriamo un post, ad esempio, su Instagram. C'è la foto della figlia con la pappa e lei scrive "come vola il tempo amore mio", poi c'è il link che porta al suo sito, dove scrive delle sue emozioni intime con la figlia e sotto la ricetta con "il suo primo risottino cremoso" con riso e omogeneizzato Mellin.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Tu persona però che mi segue, ti fidi di me, tu ti fidi di Chiara Maci, che se vuoi è una firma, come fosse la firma di un giornale.

BERNARDO IOVENE

La Disney ti ha contattato?

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

La Disney mi ha contattato per fare le ricette legate al tema di Frozen. Frozen è molto seguito ovviamente dalle bambine.

BERNARDO IOVENE

Stiamo parlando di cose di altissimo livello qua. Cioè dico...

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

No stiamo parlando di aziende grandi che vogliono qualcosa però assolutamente nel mio stile.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Il suo stile, in questo caso, è stato quello di fare delle polpette di riso con la forma del pupazzo della Walt Disney. Qui consiglia le uova di Pasqua con la figlia. Al primo compleanno pubblicava questa foto scrivendo: "Un'emozione che non si può descrivere". Con il link che rimanda alla Mellin.

Al secondo compleanno, con una sola foto, segnala la pasticceria, l'agenzia di animazione, il locale e un marchio di abbigliamento.

Qui la figlia è con la cucina di Barbie. E a Natale, durante "la magia di fare l'albero" con la figlia, pubblicizza l'azienda di ceramica Thun.

BERNARDO IOVENE

Ti ha pagato

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Sì, sì perché era un brand che mi aveva contattato.

BERNARDO IOVENE

Cioè ti contattano: "Perché non usi questi piatti?"

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Lo scegliamo insieme. Adesso i clienti sono loro che vengono da me.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

I clienti che vanno da Chiara Maci sono l'Enel, la Coop, Ferrero, Birra Moretti, Salmone Norge e tante altre aziende, ma ha anche una guida ai ristoranti.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

Quando scrivo pago sempre, perché io lavoro anche per l'hotellerie. E quindi vado a fare recensioni degli alberghi in giro per il mondo. E anche per gli enti del turismo.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

L'influencer può quindi monetizzare ogni segmento di vita legandoli a sponsor anche in modo indiretto e senza nessun obbligo deontologico o morale. E visto che le aziende investono vuol dire che funziona e che i follower si fidano.

BERNARDO IOVENE

Deontologicamente non devi rispettare nessuna regola.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

No, devi averla però un'etica tua.

BERNARDO IOVENE

Però chi fa il tuo lavoro non ha regole.

CHIARA MACI – FOOD INFLUENCER

E' libero di fare quello che vuole, certo. È il bello e brutto del web.

BERNARDO IOVENE

Il food blogger che cosa potrebbe fare per voi?

PIZZAIOLO

Potrebbe aiutarci su Facebook a riempire la pizzeria in tutti i modi. Questo è il nostro biglietto da visita.

BERNARDO IOVENE

La pizza a portafoglio.

PIZZAIOLO

La pizza a portafoglio. Sarete voi il nostro food blogger.

BERNARDO IOVENE

Ah, ecco.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

A Napoli e Campania è esploso il fenomeno dei food blogger; i pizzaioli hanno capito che la comunicazione fatta in un certo modo porta clienti. E tutto è cominciato con Gino Sorbillo che è diventato un personaggio mediatico.

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Qui a proposito di condivisione abbiamo un tavolo social, che è questo qua. A questo tavolo tutti davanti la pizza sono uguali. Da me anche lo scugnizzo deve poter venire qui a prendersi quella pizza da portare al nonno. Questa è la mia Via dei Tribunali, sono un po' le persone che sono già in fila, sono le 12.30, per entrare a mangiare la pizza.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Gino Sorbillo ha pizzerie a Napoli, Milano e sta aprendo anche a New York, e tutte le settimane partecipa al programma di Antonella Clerici. Comunica molto sui social, ad esempio su Instagram ha 113mila follower.

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Pubblico, come dire, anime che si ritrovano insieme a una pizza, momenti semplici.

BERNARDO IOVENE

Questi tuoi social fanno reddito? Insomma tu fai pubblicità.

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Sì.

BERNARDO IOVENE

Spiegaci come avviene.

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Ma per esempio guarda, vedi questa qua? Questa foto qua ha una bottiglia di birra. La mia pizza, il mio momento, l'energia di Gino Sorbillo, ritrovarsi da Gino Sorbillo, corrisponde anche a un prodotto che abbia nello stesso tempo una grande identità collegata alla nostra pizza.

BERNARDO IOVENE

E la Nastro Azzurro ti paga insomma per questo?

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Sì, sì.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Così pure il mulino che gli fornisce la farina.

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

Sono diventato da due mesi, da fine novembre, testimonial della linea biologica del molino Caputo.

BERNARDO IOVENE

Di questo fenomeno dei food blogger che cosa ne pensi? A Napoli tu sei stato un po' quello che ha tracciato la strada. Tanti vorrebbero seguire la tua strada, per cui insomma dico ci stanno tutte queste figure che vanno a proporsi, conoscerai?

GINO SORBILLO – PIZZAIOLO INFLUENCER

A me la cosa che può dispiacere è che si può anche arrivare a dire vuoi diventare come Gino Sorbillo? Seguimi.

BERNARDO IOVENE

Le figlie di Iorio, ma quanti siete?

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

20.

BERNARDO IOVENE

Come 20?

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

11 femmine e 9 maschi.

BERNARDO IOVENE

Tutti figli di Iorio?

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

Tutti figli di papà e mamma.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Teresa Iorio gestisce questa piccola pizzeria con le sorelle.

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

Perché la pizza è femmina.

BERNARDO IOVENE

Io sono venuto qua perché ti vedo in tv, ti vedo dappertutto e poi una pizzeria così piccola?

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

E' piccolissima. Le cose belle stanno nello stretto, come siamo ora io e te, siamo nello stretto. Fa il bravo.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Qui sono aperti solo a mezzogiorno e la sera Teresa va sul lungomare da Rossopomodoro dove fa la pizza fritta. Ma il vero investimento di Rossopomodoro, che ha 135 pizzerie, è quello di trasformare Teresa in un personaggio.

BERNARDO IOVENE

Teresa Iorio femmina e fritta, di chi è stata l'idea?

FRANCO MANNA - PRESIDENTE ROSSOPOMODORO

Teresa prima di tutto è una delle poche donne pizzaiolo che esistono. Abbiamo investito dei soldi su Teresa, nel senso che l'abbiamo presentata in vari eventi. Attraverso un bacio con Carlo Conti ha avuto tante foto, tanti followers. Quindi probabilmente sarà più facile che venga ospitata in qualche trasmissione.

BERNARDO IOVENE

Il pizzaiolo deve diventare un personaggio.

FRANCO MANNA - PRESIDENTE ROSSOPOMODORO

Assolutamente sì, per cui sicuramente va creato il personaggio.

BERNARDO IOVENE

Questo è il tuo profilo.

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

Sì, questo è il mio profilo.

BERNARDO IOVENE

Quante persone ti seguono?

TERESA IORIO – PIZZAIOLA INFLUENCER

Ho dovuto fare pure un altro profilo perché è aumentato. Sto realizzando quasi i miei sogni, grazie pure a chi crede in me, che a volte non è facile: bisogna avere tanti giornalisti, tanti social, tanti questo quello.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Il Rossopomodoro tra i vari modi per pubblicizzare le pizzerie ha scelto anche quello di accreditare il pizzaiolo personaggio nel mondo dei food blogger.

FRANCO MANNA - PRESIDENTE ROSSOPOMODORO

Magari anche un ragazzo che però ha 50mila follower che quando dice la sua viene ascoltato. Partiamo da un presupposto, esistono due modi di lavorare: uno onesto, uno disonesto. Il modo disonesto è quello che compri i food blogger. Viceversa il modo onesto è creare, appunto, degli eventi.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Qui, ad esempio è un evento dove presenta le pizze ai food blogger di un altro pizzaiolo personaggio. Questo è un altro ancora. E alla fine si finisce tutti in tv.

FRANCO MANNA - PRESIDENTE ROSSOPOMODORO

A un certo punto questi pizzaioli diventano loro stessi degli influencer.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Questo è il percorso che vogliono tentare le centinaia di pizzerie campane, che oggi si affidano a consulenti e food blogger. Un obiettivo prestigioso è farsi recensire dal blog di Luciano Pignataro, giornalista del "Mattino" e considerato tra i blogger più seguiti e influenti in Italia, ma secondo tutti questi pizzaioli in riunione, che ritengono di aver ricevuto poca attenzione, qualcuno per avere un articolo avrebbe pagato.

ATTILIO ALBACHIARA –PIZZAIOLO ASS. MANI D'ORO

Il malcontento c'era fino a questa riunione.

BERNARDO IOVENE

Cioè quale era il problema?

ATTILIO ALBACHIARA –PIZZAIOLO ASS. MANI D'ORO

Il problema è che si parlava, si discuteva delle cose che i blog erano a gettoni, i giornalisti andavano a gettoni e abbiamo chiamato i diretti interessati a rispondere di questa cosa.

BERNARDO IOVENE

E sarebbe il signor Pignataro.

LUCIANO PIGNATARO – GIORNALISTA ENOGASTRONOMICO “IL MATTINO”

Ciao Bernardo, no, non sono io, io ho accettato di buon grado di venire qua perché c'era una mancata comprensione su come funziona l'informazione, i blog. Si pensava che fosse tutto a pagamento, ma non è affatto a pagamento; tu sei giornalista e quindi sai meglio di me come funziona.

PIZZAIOLO

È solo una cosa chiarificatoria tra il presidente dottor Luciano Pignataro e i pizzaioli.

BERNARDO IOVENE

È presidente?

LUCIANO PIGNATARO – GIORNALISTA ENOGASTRONOMICO “IL MATTINO”

No, lo ringrazio il presidente è Albachiara.

PIZZAIOLO

Direttore.

PIZZAIOLO

Perché sono sorti dei problemi a livello di comunicazione nel mondo pizza e nel mondo del food in generale. Noi siamo qui...

BERNARDO IOVENE

Io non ho capito quale è il problema voi girate intorno al problema ma non ho capito quale è il problema.

ATTILIO ALBACHIARA –PIZZAIOLO ASS. MANI D'ORO

Noi non giriamo intorno al problema.

BERNARDO IOVENE

Se ho capito bene ci sono dei blogger improvvisati che millantano articoli in cambio di soldi.

ATTILIO ALBACHIARA –PIZZAIOLO ASS. MANI D'ORO

Questo è tutto il problema. Siccome il dottor Pignataro è un blogger che nella storia è uno dei più forti, allora dicevano che andava a gettoni, abbiamo verificato che non è così. Ecco, questo è tutto, è venuto personalmente.

BERNARDO IOVENE

Andava a gettoni il tuo blog, fammi capire, che è un jukebox.

LUCIANO PIGNATARO – GIORNALISTA ENOGASTRONOMICO “IL MATTINO”

Non è vero è un modo di dire, perché ovviamente come ti dicevo c'è confusione. Tutti i blog possono essere uguali, e quindi si pensava ma fa che anche sul tuo blog si fa così? Ma io sul mio blog siccome sono giornalista diciamo dipendente di una testata,

non solo ovviamente non è niente a pagamento, ma non faccio manco pubblicità. Sto con Google AdWords, non faccio nemmeno banner pubblicitari.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Nella stessa riunione è venuto fuori che alcuni collaboratori di Pignataro vendevano consulenze di impasti per la pizza con la promessa di ottenere articoli e recensioni.

ATTILIO ALBACHIARA – PIZZAIOLO ASS. MANI D'ORO

Consulenze di impasti a 3mila euro a settimana; a nero. Il percorso era questo qua: andavano nelle pizzerie facevano le consulenze, dopo le consulenze gli facevano fare l'articolo sul giornale e automaticamente poi alla fine, cercavano di portare l'articolo sul blog di Pignataro; ma quello che mi risulta è che Pignataro tantissimi articoli non li ha fatti uscire. Meno male, meno male perché altrimenti staremmo a fare la guerra. La guerra dei poveri.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

A confermare questo modus operandi è Pietro Parisi. Un collaboratore di Pignataro aveva organizzato degli eventi nel suo ristorante e nella tariffa c'erano anche gli articoli.

PIETRO PARISI - CUOCO

Allontanai pure Pignataro per un periodo di tempo per questa cosa.

BERNARDO IOVENE

Pensavi che era...

PIETRO PARISI - CUOCO

Che era lui. Poi ci siamo confrontati e lui mi ha fatto leggere le chat e non era vero.

BERNARDO IOVENE

Quanto hai tirato fuori?

PIETRO PARISI - CUOCO

400 euro una volta e 400 euro un'altra volta. 800 euro. Poi da quando l'ho allontanato ha iniziato a boicottarmi.

BERNARDO IOVENE

Era in cambio di...

PIETRO PARISI - CUOCO

Degli articoli che pubblicava sul blog di Pignataro e sul Mattino, hai capito?

BERNARDO IOVENE

Quello di cui si stanno lamentando i pizzaioli adesso.

PIETRO PARISI - CUOCO

Tutti quanti, bravo!

BERNARDO IOVENE

Ci sono dei ristoranti che vi chiedono quanto si paga la recensione, no?

VINCENZO PAGANO - GIORNALISTA GASTRONOMICO "SCATTI DI GUSTO"

Sì.

BERNARDO IOVENE

Quante ne arrivano?

VINCENZO PAGANO - GIORNALISTA GASTRONOMICO "SCATTI DI GUSTO"

Capita, capita, spesso ci chiedono quanto costa una recensione. La nostra risposta ovviamente è che una recensione non si può comprare. Qui per esempio c'è una richiesta: "volevamo un articolo sul vostro sito. È possibile conoscere il vostro tariffario". Chiaramente un articolo non può essere soggetto a tariffa.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

"Scatti di gusto" è uno dei giornali on line che si occupa di cibo e recensisce ristoranti, così come "Dissapore", "Il gambero rosso", "Reporter Gourmet", "Repubblica Sapori", "Il Golosario", "Fine dining lovers" e tanti, tanti altri.

BERNARDO IOVENE

Se uno fa un blog e poi si presta a queste cose qua vende le recensioni. Ci sono degli obblighi? C'è un obbligo morale ma non c'è una norma, non c'è una regola?

VINCENZO PAGANO - GIORNALISTA GASTRONOMICO "SCATTI DI GUSTO"

Il concetto molto semplice è poi che tu hai necessità di mantenere la credibilità del tuo sito. Quindi fare una cosa del genere sicuramente ti crea un danno.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Gli obblighi ci sono se sei testata giornalistica. Comunque ristoranti e pizzerie si affidano a consulenti e uffici stampa che spesso poi scrivono o hanno direttamente ruoli nelle testate del food. Nel nuovo ristorante e pizzeria di Cristina Bowerman addirittura è tra i soci.

BERNARDO IOVENE

Questo è tutto tuo qui?

CRISTINA BOWERMAN – CHEF

No, io sono socia con, ovviamente, il mio partner. E poi c'è anche Scuteri.

BERNARDO IOVENE

Che è di Repubblica lui?

CRISTINA BOWERMAN – CHEF

Sì, Repubblica. Lui è uno dei soci, non siamo tanti.

BERNARDO IOVENE

C'è uno chef, un giornalista famoso.

CRISTINA BOWERMAN – CHEF

Diciamo che Antonio sarà molto felice di sapere che è un giornalista famoso, ora lo riferisco subitissimo.

BERNARDO IOVENE

Non è il direttore di Repubblica Sapori.

CRISTINA BOWERMAN – CHEF

Sì di Repubblica Sapori. No. E' una battuta.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Ed eccoli insieme Cristina e Antonio Scuteri, giornalista di Repubblica oggi coordinatore del quotidiano di enogastronomia "Sapori", visibile su Repubblica.it.

BERNARDO IOVENE

Scuteri è anche socio di Cristina Bowerman no?

ELEONORA COZZELLA – GIORNALISTA SAPORI REPUBBLICA.IT

Sì.

BERNARDO IOVENE

Lui oltre a fare il giornalista...

ELEONORA COZZELLA – GIORNALISTA SAPORI REPUBBLICA.IT

Infatti lui non scrive, lui ha un lavoro di coordinamento.

BERNARDO IOVENE

Un piccolo conflitto c'è.

ELEONORA COZZELLA – GIORNALISTA SAPORI REPUBBLICA.IT

Lui fa un lavoro di coordinamento. Veramente, sentir parlare di conflitto di interessi mi viene un po' da sorridere perché Repubblica, come hai visto, si muove veramente su tutta Italia e paragonare tutta l'informazione enogastronomica italiana con un piccolo caso di una piccola impresa romana, tanto più che lui non scrive, non troverai un articolo con la sua firma. Credo che possiamo chiamare lui, chiediamo a lui, è più semplice, no?

BERNARDO IOVENE

Sarebbe carino.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

E invece ci ha risposto picche. Tra i collaboratori di Repubblica c'è anche Donatella Bernabò che ha anche un'agenzia di comunicazione che organizza eventi gastronomici con chef e produttori, fa anche da ufficio stampa per ristoranti e aziende gastronomiche.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Facciamo una strategia, la proponiamo al cliente, facciamo i comunicati stampa, possiamo fare le conferenze stampa, un educational tour. Ora ci stiamo occupando di una start up importante che altri magari avrebbero rifiutato, perché ci stiamo occupando di promuovere la prima pizza napoletana vera surgelata.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

E la promozione va anche su Repubblica Sapori. È inserita nella finestra "Il Racconto" ed è un reportage nello stabilimento.

ELEONORA COZZELLA – GIORNALISTA SAPORI REPUBBLICA.IT

Una nostra collaboratrice è andata proprio in questa azienda napoletana.

BERNARDO IOVENE

A Napoli?

ELEONORA COZZELLA – GIORNALISTA SAPORI REPUBBLICA.IT

Sì, che si prefigge di fare la pizza surgelata buona come quella sfornata. Chiaramente punta su materie prime di altissima qualità.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Sicuramente mi chiamo giornalista perché sono iscritta all'albo dei giornalisti.

BERNARDO IOVENE

Scrivi su Repubblica.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Collaboro con Repubblica, sì.

BERNARDO IOVENE

Resti freelance, quindi puoi sia scrivere sia fare ufficio stampa per una azienda qualsiasi, si possono fare le due cose.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Credo che se sono fatte con serietà. Di certo non scrivo del mio cliente. Se sono l'ufficio stampa di Bulgari non scrivo di Bulgari sui giornali, mi sembra scontato, questo è giusto.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Ad esempio l'agenzia fa da ufficio stampa alla pizzeria 50 Kalò di Ciro Salvo, che in tre anni è diventata una delle migliori in assoluto a Napoli, in Italia e nel mondo.

BERNARDO IOVENE

Fate i comunicati stampa, li mandate ai giornali.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Sì esattamente. Ci siamo occupati di Ciro Salvo, anche di tutto il progetto grafico, dal logo, alla locandina, al menù. Ora sta aprendo "50 Panino" abbiamo creato dal naming... Siamo varie teste che lavoriamo su questo fronte.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

"50 Panino" è un nuovo locale che nella rubrica di Repubblica "Il posto insolito" viene recensito ed esaltato e sul sito di RepubblicaNapoli.it sono presenti, oltre alla recensione, le foto fornite dall'ufficio stampa della Bernabò.

DONATELLA BERNABÒ SILORATA – GIORNALISTA AGENZIA COMUNICAZIONE "DIPUNTO STUDIO"

Io non li trovo in conflitto nel momento in cui non vengono lesi interessi o di altri o non viene forzata un'informazione, questo è il concetto; non sono un giornalista professionista in un giornale che fa questo lavoro di nascosto. Io ho, tutti lo sanno, una società in condivisione con altre socie, ci occupiamo di comunicazione e consulenza strategica alla luce del sole, senza alcuna forzatura in questo. Probabilmente ecco se Repubblica avesse aperto le assunzioni 10 anni fa forse oggi io non sarei qui, è molto probabile questo.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

La questione è stata affrontata a Torino al Festival del giornalismo alimentare: gli editori non assumono più i giornalisti, restano dei collaboratori esterni pagati poco e a pezzi e spesso lavorano anche per le aziende del settore.

MASSIMILIANO BORGIA – DIRETTORE FESTIVAL DEL GIORNALISMO ALIMENTARE

Però attenzione. Il vero problema è che il mio primo stipendio me lo porta il lavoro con l'azienda, non me lo porta il lavoro giornalistico. Il lavoro giornalistico non è più pagato e questo è un pericolo enorme. Perché noi, oltre a perderci una generazione di giovani giornalisti, giovani neanche tanto, perché siamo già sui 40 anni, esponiamo il giornalismo a questo tipo di rapporto che magari può essere sereno e dichiarato. Però qua viene fuori un altro problema allora: come la mettiamo con gli aspetti deontologici?

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Le aziende pagano gli influencer o il blogger direttamente. In questo modo si elimina la mediazione giornalistica tra editore e gli inserzionisti.

Dal festival del giornalismo alimentare Torino 23/02/2017

GIUSEPPE GANDOLFO - GIORNALISTA

Attenzione alla porta c'è, e già ci hanno provato, i politici a dire: non serve più la mediazione giornalistica, ci penso io su Twitter, ti scrivo direttamente a te cittadino e ci parliamo io e te cittadino.

LUCA IACCARINO – FOOD EDITOR

Il problema oggi, essendoci pochi soldi negli editori e zero soldi nei blogger che sono editori di se stessi quindi non hanno quattrini, questi soldi vanno trovati da qualche parte. Molti, ahimè, lo fanno facendo informazione sbagliata, cioè nel senso facendosi sponsorizzare senza poi comunicarlo ai lettori. Quindi, parlando bene della pentola xy senza specificare che xy ti ha dato dei soldi per farlo. Questo, non importa che il media sia cartaceo, televisivo, radiofonico o web, è una cosa deontologicamente sbagliata.

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

Giornalisti che non sono le grandi firme, ma che la loro influenza ce l'hanno. Lo sanno bene perché se li litigano praticamente tra Napoli e provincia dove ci sono più di 8mila pizzerie in competizione. Solo che non sai mai se la loro recensione è positiva perché dietro, come lamentano alcuni ristoratori, è stata pagata una mazzetta o se perché c'è vero gradimento. Solo che vien da pensare che visto che l'oggetto del contendere è spesso un piatto di bucatini, magari qualche volta la deontologia può essere messa da parte. Teniamo a precisare che però per i giornalisti iscritti all'ordine, il codice deontologico recita così all'articolo 10: il giornalista "assicura ai cittadini il diritto di ricevere un'informazione corretta, sempre distinta dal messaggio pubblicitario" e non deve "prestare né il nome, né la voce, né l'immagine a iniziative pubblicitarie". Mentre invece, nel campo dei food blogger non ci sono proprio regole. Quindi lo sanno bene le aziende che son disposte a pagare per i post pubblicati per esempio sul blog come quelli di Sonia Peronaci o Chiara Maci dai 2000 a 5000 euro, quelli tipo di "Dolcezze di Nonna Papera" da 600 a 2000 euro, "Ti Cucino Così" o "Gialla Tra i Fornelli" da 100 a 350 euro. Ecco, chiudiamo questa parentesi ed entriamo nel mondo del sito più visitato al mondo. È diventato il vangelo per tutti, il sito con più recensioni. Stiamo parlando di Tripadvisor, che significa 49 paesi in tutto il mondo, 280 recensioni al

minuto. Qui non c'è né il blogger, né il critico di turno; è il consumatore che fa la recensione su alberghi, case e su quattro milioni e due di ristoranti. E qui la questione comincia a essere interessante perché gira tutto intorno alle palline del gradimento: una in più o una in meno può togliere il sonno ai ristoratori. E soprattutto, c'è il fatto che c'è pronto un esercito di 7 mila persone a pagamento che può determinare la vita o morte di un ristorante.

CARLA FALZONE

Guardate mai delle guide? Cerchi mai nelle guide per andare a mangiare fuori?

SIGNORE

Sì, TripAdvisor.

SIGNORA

Ristoranti guardo sul web.

RAGAZZA

È molto utile perché ti aiuta a capire un po' anche l'esperienza degli utenti.

RAGAZZA

Sì, vado su TripAdvisor, in genere leggo le recensioni.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

TripAdvisor ha battuto qualsiasi mediazione tra ristoranti e clienti. Vado in un ristorante, mangio e poi ho a disposizione 5 pallini se il voto è eccellente, fino a 1 solo pallino se è pessimo.

MAURO LORENZON

1200 ristoranti a Venezia sono al numero 232 con 4 pallini. Queste 44 pessimo sono quasi calunnie quasi. Calunniose.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Qui siamo a Venezia. Questo locale No TripAdvisor. Ognuno di questi signori riuniti ha un ristorante e si battono contro le recensioni anonime e false.

RISTORATORE 1

Giudizi pessimi.

BERNARDO IOVENE

Quanti ne ha lei? Quanti ne ha?

RISTORATORE 1

Ne abbiamo 14. Un giudizio pessimo che è stato dato da dei clienti che non hanno trovato posto.

RISTORATORE 2

Delle persone si lamentavano della pizza che faccio, ma io non ho mai fatto pizza e mai ne farò.

RISTORATORE 3

Ho tra le mie recensioni pessime, due recensioni di persone che non si sono neanche sedute a mangiare da me.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

I ristoratori non ci dormono. Una sola recensione negativa li fa scendere nella classifica. Ecco perché fioriscono agenzie che vendono recensioni.

PIETRO PARISI - CUOCO

Ogni 10 recensioni mi chiedevano 600 euro. Mi cancellavano anche le recensioni a un solo pallino cattive.

BERNARDO IOVENE

Tu l'hai fatto, hai pagato?

PIETRO PARISI - CUOCO

Io una volta ho pagato. Ho pagato 600 euro. Come all'inizio della mia carriera era.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Le agenzie basta cercarle in rete.

FLAVIO MAZZANTI - STUDIO SAMOI

Semplicemente contattando questo sito, cinque recensioni aggiuntive 15 euro oppure sull'altro sito, più prenotazioni su TripAdvisor. Aumenta i tuoi clienti ora. Durata servizio 30 giorni. Quindici Recensioni servizio 315 euro.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

C'è anche chi mette il telefono. Basta chiamare.

AL TELEFONO AGENZIA MARKETING

Noi andiamo a fare un servizio di aumento delle recensioni, ovvero collaboriamo con un gruppo di persone molto grande in Italia. Si tratta di circa 7mila persone. Inviamo a queste persone il link della vostra struttura, chiediamo di fare una visita e chiediamo di scrivere una recensione positiva.

BERNARDO IOVENE

Però se io mi compro le recensioni faccio una cosa illecita.

AL TELEFONO AGENZIA MARKETING

Io questo non lo so noi facciamo una promozione di marketing.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Ci sarebbero quindi 7mila persone in Italia pronte a mettere i pallini a pagamento. TripAdvisor ha sede a Boston, negli Stati Uniti. E per la prima volta accettano di parlare con un network italiano.

BERNARDO IOVENE

Ci sono delle aziende che vendono recensioni false. Fate qualcosa per evitare questa frode?

ADAM MEDROS - VICEPRESIDENTE TRIPADVISOR

Queste aziende generalmente operano contro la legge in quasi tutte le nazioni. Quando possiamo forniamo informazioni alle autorità con tutte le prove di cui hanno bisogno per far chiudere queste aziende. E intraprendiamo azioni legali tutte le volte che è possibile per fermarle.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Quindi, ci sono delle aziende che vendono recensioni fatte chiudere dai legali di TripAdvisor. Sarebbe una notizia. Per questo abbiamo chiesto conferma all'unico riferimento italiano di TripAdvisor.

BERNARDO IOVENE

Mi può dimostrare che le avete fatte chiudere.

VALENTINA QUATTRO – TRIPADVISOR ITALIA

Posso chiedere al nostro team dei legali se possono condividere qualcosa, questo glielo posso dire.

BERNARDO IOVENE

Vediamo che avete fatto qualcosa. Io con chiunque parlo, TripAdvisor è un muro, non si riesce a dialogare... Da dove devono arrivare le prove?

VALENTINA QUATTRO – TRIPADVISOR ITALIA

Devo parlare con il team dei legali.

BERNARDO IOVENE

È qui in Italia?

VALENTINA QUATTRO – TRIPADVISOR ITALIA

No, non è in Italia. Ci sono comunque anche dei consulenti italiani.

BERNARDO IOVENE

A Boston.

VALENTINA QUATTRO – TRIPADVISOR ITALIA

No, non è neanche a Boston.

BERNARDO IOVENE

Possiamo ...

VALENTINA QUATTRO – TRIPADVISOR ITALIA

Vedo ... Speriamo che... però sì assolutamente.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Non è in Italia, non è a Boston e non si sa dove è. Fino a oggi, comunque, non abbiamo ricevuto nessuna documentazione. Il malcontento dei ristoratori è raccolto da varie associazioni. E da "Italia a Tavola" che ha lanciato una petizione contro le recensioni false.

ALBERTO LUPINI – DIRETTORE "ITALIA A TAVOLA"

Di fronte alle falsità gratuite e ai veri imbrogli, quelli che oggi si dicono fake news, non c'è un sistema che protegge i ristoranti e non protegge neanche i consumatori, perché il consumatore è tratto in inganno da classifiche farlocche, da invenzioni di numeri. Nelle città a volte succede che il miglior locale secondo TripAdvisor sia una paninoteca, magari un locale che ti vende gli hot dog.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Anche l'associazione veneziana degli albergatori ha aperto uno sportello per i casi più eclatanti contro TripAdvisor e scopriamo che i furbi ci sono anche oltre Manica.

CLAUDIO SCARPA - DIRETTORE ASS. VENEZIANA ALBERGATORI

Guardi questa è... la distribuiscono in un noto ristorante di South Kensington a Londra. Ti offrono, al momento in cui ti siedi, una coppa, un bicchiere di vino gratis se fai una recensione positiva prima di aver mangiato. Quello che noi chiediamo è semplicemente che vi sia la prova che la persona ha mangiato o ha pernottato nel ristorante nell'hotel e dall'altro lato la fine dell'anonimato. Basta Napalm 51. Io mi chiamo Claudio Scarpa e dico, come Claudio Scarpa, che quell'albergo non ha svolto bene il suo lavoro.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Poi ci sono i ricatti dei clienti che chiedono sconti sotto minaccia di recensione negativa; e gli insulti. Se un ristorante è caro, il proprietario diventa ladro.

DOMENICO SCANZIANI - RISTORANTE "AL COLOMBO"

Io lo ritengo un oggetto molto pericoloso. Basta vedere sul mio profilo: "ladro vergognoso rapina", e non si sa chi sono questi.

BERNARDO IOVENE

Quanto costa un pasto da lei?

DOMENICO SCANZIANI - RISTORANTE "AL COLOMBO"

Un prezzo medio, diciamo così, vini esclusi, 65 -70 euro.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Qui invece siamo a Torino in un ristorante vegano.

SILVIA BOLTOLINI - RISTORANTE "RATATOUILLE"

Avendo fatto una scelta così estrema di essere, di offrire solo cose vegan, ovviamente siamo andati incontro a tante critiche da parte di persone che non vedono di buon occhio questa scelta. Tutto questo si sfoga su TripAdvisor, con recensioni che abbiamo notato palesemente false. Di persone che ci hanno fatto il dispetto...

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Anche loro hanno il cartello "No TripAdvisor". Telefonano, inviano raccomandate, ma la risposta di TripAdvisor è sempre la stessa. La recensione rispetta le linee guida.

BERNARDO IOVENE

Recensioni palesemente false?

SILVIA BOLTOLINI- RISTORANTE "RATATOUILLE"

Palesemente false ma anche aggressive. Anche aggressive. Ce ne è una ancora on line che mi da della "tappetta". Non mi sembra corrisponda alle linee guida, no?

DOMENICO SCANZIANI - RISTORANTE "AL COLOMBO"

Io quello che chiederei, se è possibile, è di essere libero di scegliere se rimanere. Di uscire da questo blog.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

E invece non puoi uscire. Vale la regola che se sei un esercizio pubblico lo sei anche nel web. Così anche per le recensioni anonime, va tutelata la privacy delle persone che decidono di non firmare. Ma TripAdvisor ha un sistema di filtri? Chi è che controlla?

ADAM MEDROS – VICEPRESIDENTE TRIPADVISOR

Il 95 per cento delle volte le recensioni di cui si lamentano i ristoratori e i proprietari non corrispondono alla verità. Il modo migliore per gestire quelle opinioni è di rispondere e ringraziare i clienti per il feedback che hanno dato, e dire loro cosa faranno per soddisfarli alla prossima cena.

BERNARDO IOVENE

Quante persone impiegate per monitorare i testi delle recensioni?

ADAM MEDROS – VICEPRESIDENTE TRIPADVISOR

Più di 300 a livello globale. 300 persone che parlano le 28 lingue dei Paesi in cui operiamo.

BERNARDO IOVENE

In Italia quante ce ne sono?

ADAM MEDROS – VICEPRESIDENTE TRIPADVISOR

In Italia non abbiamo nessuna persona che si occupa dei contenuti. Abbiamo degli specialisti che parlano italiano qui, negli Stati Uniti e a Londra. Ma in Italia non ne abbiamo.

BERNARDO IOVENE

Lei crede che siano sufficienti per controllare il traffico delle migliaia di recensioni italiane?

ADAM MEDROS – VICEPRESIDENTE TRIPADVISOR

Sì.

BERNARDO IOVENE FUORI CAMPO

Tutto quello che succede in Italia è controllato altrove e anche se vuoi fare una causa devi notificarla negli Stati Uniti. Due avvocatesse di Venezia, invece, hanno presentato un ricorso cautelare di urgenza al tribunale di Venezia per una recensione diffamatoria avuta da un loro cliente ristoratore.

MARIANNA DE GIUDICI - AVVOCATO

Il giudice si è fatto persuaso che fosse il momento di decidere e ha deciso con questo provvedimento di urgenza riconoscendo lui di avere l'autorità come giudice italiano. Inoltre ritenendo la competenza di Venezia perché di fatto l'evento dannoso per il nostro ristoratore si era verificato qui e riconoscendo la responsabilità di TripAdvisor per omessa vigilanza. TripAdvisor ha un obbligo di verifica su quelli che sono i contenuti di ciò che viene postato.

ANNA PAOLA KLINGER - AVVOCATO

Venezia ha detto ho giurisdizione in Italia. Ho competenza nel luogo dove risiede il danneggiato e TripAdvisor deve essere responsabile di quello che transita sul suo sito. Sono tre enormi pilastri.

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

È un precedente importante perché grazie al ristoratore di Venezia se uno si sente danneggiato ha un appiglio per chiedere giustizia in Italia. Altrimenti rimani imprigionato in quelle recensioni negative che, se sono false, ti fanno venire il travaso di bile. Rimane aperta invece l'altra questione: chi tutela i consumatori da quella classifica di recensioni false stilate dall'esercito di 7000 persone a pagamento?