

La strategia multi-stakeholder sta cambiando lo storytelling dei brand

Autore: Redazione

Data: 26 Novembre 2024



Il **marketing** diviene sempre più plurale, per permettere alle organizzazioni di uscire dai propri confini e ampliare la narrazione. Le **aziende**, oggi più che mai, creano alleanze con tutti gli attori della propria filiera, dai dipendenti ai clienti, passando attraverso fornitori e clienti. E trasformano quelle alleanze in **racconti**, nuove modalità di **storytelling** che si traducono in **campagne di posizionamento**. Questo cambio di paradigma è al centro di un articolo pubblicato da **Il Sole 24 Ore**, a firma di Giampaolo Colletti, che mette in luce il valore di un engagement **multi-stakeholder**.

Un esempio concreto è la nuova campagna pubblicitaria Mutti, che ha scelto di rendere protagonisti gli agricoltori, con un'attività di **comunicazione** integrata e multicanale, incentrata su valori come collaborazione e impegno. E, ancora, [Slow Food](#) con la campagna "Tutta farina del nostro sacco", con mugnai, fornai, panettieri e pizzaioli. Queste modalità di storytelling non sono solo un fenomeno italiano perché, negli Stati Uniti, GoPro ha coinvolto gli utenti di **Instagram**,

invitandoli a inviare immagini realizzate con la GoPro Hero 12. Ritorna, così, quel concetto di **community** che ispira sempre di più le **azioni dei grandi brand**.

La conferma di questo trend arriva dai dati concreti raccolti dalla “**Multi-Stakeholder Strategy**” di **Fondazione Sodalitas con Gfk**: più di due organizzazioni su tre, l'81% del campione, promuovono oggi progetti multi-stakeholder”. Tra gli interlocutori coinvolti, prevalgono quelli istituzionali (69%) e gli attori della comunità (58%). Seguono dipendenti (50%), consumatori (49%), organizzazioni non-profit (48%) e fornitori (44%). Il **marketing si evolve e fa squadra con gli utenti**, che entrano nell'area di ricerca e sviluppo: un aspetto, questo, che richiede una riflessione da parte di chi intende adottare una **strategia multi-stakeholder**, affinché abbia piena consapevolezza degli attori che coinvolge.

Riferimento articolo: <https://innovationisland.it/strategia-multi-stakeholder-storytelling-comunicazione/>

Generato il 20/04/2026