

“FOODWITHFABIO”, L’AQUILANO FABIO CARRATELLI “SFONDA” NEGLI STATES COME SOCIAL FOOD CREATOR

2 Marzo 2021

di **Alessandro De Matteis**



L'AQUILA – Nell'era della comunicazione digitale, quello del food è uno dei settori più trasformati dal contatto con i social media, cambiando profondamente il rapporto che noi tutti abbiamo con il cibo.

Quello che cerchiamo nel piatto oggi non è più solo il gusto, ma una vera e propria esperienza culinaria, che faccia esultare gli occhi e il palato. Questo nuovo punto di vista, oltre ad implicazioni sociali e culturali, ha chiaramente un forte impatto sulle strategie di marketing e comunicazione.

Fra le tante, la piattaforma *Tik Tok*, incentrata su video creativi e divertenti, è quella in cui il nuovo modo d'intendere il food trova la sua più concreta espressione. Con uno stile immediato, fatto di montaggi video rapidi, gustose immagini e challenge virali, l'app che conta oggi più di 800 milioni di utenti attivi rappresenta il modo più efficace per raccontare e

diffondere pratiche e metodologie di cucina che riescono a coniugare divertimento e informazione, per un pubblico di tutte le età.

E, qualche volta, può anche permetterti di diventare delle food celebrity.

È ciò che è successo allo chef aquilano **Fabio Carratelli**, 26 anni, che dopo una lunga gavetta nel settore si è trasferito con la sua compagna a Seattle, dov'è il cuoco di uno dei ristoranti più "in" della città. Spinto dal cognato, Fabio ha creato il suo canale su *Tik Tok* dal nome "Foodwithfabio" e condiviso i suoi primi video. Quello che era nato come un gioco, ha reso in poco tempo Fabio una celebrità locale.

"Non sono mai stato un patito di social network" racconta Fabio a *Virtù Quotidiane*. "Ho caricato qualche video per gioco, mai avrei pensato di riscuotere successo. Capita che la gente mi riconosca per strada, è una sensazione strana ma sicuramente molto piacevole".

Nei suoi video, lo chef aquilano mostra ricette e segreti per realizzare a casa le principali specialità della cucina italiana. Il suo canale conta ad oggi quasi 300.000 follower, destando l'interesse di importanti realtà del settore, prima tra tutti *GialloZafferano*, che per la sua nuova piattaforma in lingua inglese ha scelto anche Fabio tra i food creator che avranno il compito di accompagnare gli utenti tra le migliori ricette della cucina italiana.

"Quella con *GialloZafferano* è una grande opportunità", ammette, "di cui sono molto orgoglioso: a giorni cominceremo a girare i primi video. Anche altri marchi importanti mi hanno contattato per pubblicizzare i loro prodotti. Non avrei mai pensato che una cosa iniziata come un gioco potesse diventare un lavoro, che mi sta facendo conoscere molti esperti del settore ed acquisire conoscenze preziose da portarmi dietro nel lavoro in cucina di tutti i giorni".

Un lavoro a tutti gli effetti quello del food creator, che ha però bisogno di tempo e dedizione. "Il lavoro sul web non è facile come in molti pensano" racconta lo chef. "Devi sempre stare sul pezzo. C'è stato un periodo in cui, tra famiglia e lavoro, non ho potuto caricare molti video, e lì il seguito del canale è sceso notevolmente. Devo però ammettere che è gratificante e ti apre a moltissime realtà, permettendoti di farti conoscere in maniera molto più immediata".

Il successo social delle lezioni di Fabio (che oltre a *Tik Tok* è anche su *Youtube* con il canale "Plate it nice", anch'esso molto apprezzato) è stato anche un modo per mantenersi attivo con la propria professione in un periodo complicato come quello segnato dal Coronavirus, che anche negli States non ha risparmiato il settore della ristorazione. Con la differenza che,

rispetto all'Italia gli aiuti economici promessi dallo Stato sono arrivati puntuali.

“Il ristorante in cui lavoravo prima ha chiuso a causa del Covid, qui i costi di gestione sono altissimi. Gli aiuti per il settore comunque ci sono stati, anche a fondo perduto; ti permettevano ad esempio di rimanere aperto con il servizio di take away, dandoti dei soldi per sostenere i costi ed aiutarti a portare avanti l'attività anche così”.

In attesa di vederlo sui canali di *GialloZafferano*, Fabio porta avanti la sua attività di chef, diviso tra lavoro e social media. La sua storia mostra una volta di più le grandi opportunità che il connubio tra cucina e social network può creare, in un mix di intrattenimento e conoscenze che, in questo caso, sa anche un po' d'Abruzzo.