

Chiostro di Saronno e Punto Rosso, emozioni e tradizione nel racconto social di due brand unici

Pubblicato: Martedì 30 Settembre 2025



Chiostro di Saronno e Punto Rosso, due realtà con identità fortemente radicate nel territorio e nella tradizione saronnese, lanciano una nuova campagna social che mira a valorizzare al massimo la loro unicità. La strategia messa in atto è il frutto di un'attenta analisi e di un lavoro minuzioso, volto a distinguere i due marchi, pur mantenendo una forte connessione con i valori di qualità, attenzione al dettaglio e autenticità che li accomunano.

Raccontare l'unicità di due marchi saronnesi

L'obiettivo principale è stato quello di evidenziare ciò che rende speciali e riconoscibili Chiostro di Saronno e Punto Rosso, puntando su ciò che li contraddistingue: da una parte, **la magia e la tradizione che avvolgono Chiostro di Saronno**, un marchio che si nutre di storia e memoria; dall'altra, **l'artigianalità contemporanea e autentica di Punto Rosso**, che porta avanti con passione la tradizione pasticceria, senza mai dimenticare l'innovazione.

Nonostante le differenze nelle rispettive identità, entrambi i marchi sono uniti da un forte legame con valori comuni: **la cura del prodotto, l'attenzione al dettaglio e il rispetto per le tradizioni**. La sfida è stata quella di far emergere queste caratteristiche distintive in modo chiaro ed emozionante, senza confondere i linguaggi di ciascun brand, ma arricchendo entrambi di storie che coinvolgano e stimolino la curiosità del pubblico.

La strategia editoriale: storie che emozionano

Per Chiostro di Saronno, la comunicazione si basa su storie che evocano memoria e tradizione, come i **“dietro le quinte” della produzione** e le curiosità sulla lunga storia che ha reso iconico questo marchio. I racconti si concentrano sulla creazione dei dolci e sulla leggendaria latta di Chiostro, simbolo di una tradizione che affonda le radici nel cuore della cultura pasticceria italiana. Ogni post e ogni contenuto sui social sono pensati per trasmettere un’atmosfera magica, che riporta il pubblico in un’epoca in cui ogni prodotto era il frutto di gesti sapienti e di passione.

Al contrario, Punto Rosso si distingue per un approccio più diretto e coinvolgente, centrato sull’artigianalità contemporanea. Il brand racconta con entusiasmo e passione i gesti manuali dei suoi pasticceri, **i segreti che si celano dietro ogni creazione e l’importanza di innovare mantenendo la tradizione.**

Un universo narrativo sui social

Il risultato di questa strategia editoriale è un racconto social che non si limita a mostrare i prodotti, ma costruisce **un vero e proprio universo di valori, emozioni e rituali.** Ogni post, ogni video, ogni contenuto diventa un’occasione per avvicinare il pubblico a questi marchi, raccontando non solo il prodotto, ma anche la storia che lo rende unico.

Chiostro di Saronno e Punto Rosso, attraverso questa campagna social, non solo si presentano al pubblico in modo innovativo, ma costruiscono anche una comunità di appassionati, unita dalla passione per la qualità, la tradizione e l’autenticità. Contenuti che offrono uno sguardo privilegiato dietro le quinte dei due marchi, invitando il pubblico a scoprire non solo i prodotti, ma anche la passione che li anima.

Scopri i video dei brand sui social

Per chi desidera entrare nel mondo di Chiostro di Saronno e Punto Rosso, è possibile guardare i video ufficiali dei due brand sui loro profili Instagram:

Chiostro di Saronno: [Video Instagram](#)

Punto Rosso: [Video Instagram](#)

Questi

di [Redazione SaronnoNews](#)