

Anna Giulia Volpato
Copywriter

Portfolio

Selezione
Lavori 2022 - 2023

A landscape photograph showing a large pile of plastic waste in the foreground, a small structure, and a town in the distance under a cloudy sky.

La plastica è ovunque



anche nelle parole.



Hai mai sentito parlare delle parole di plastica?

Le parole di plastica — o plastismi — sono ovvietà, stereotipi linguistici, espressioni banali che non dicono nulla.

Sono formule vuote, usate di continuo, che non trasmettono in alcun modo la reale personalità di un marchio.

Le parole di plastica trasformano i testi che leggiamo in tristi manufatti identici, senza più colore.

Tradizione e innovazione
Azienda leader del settore

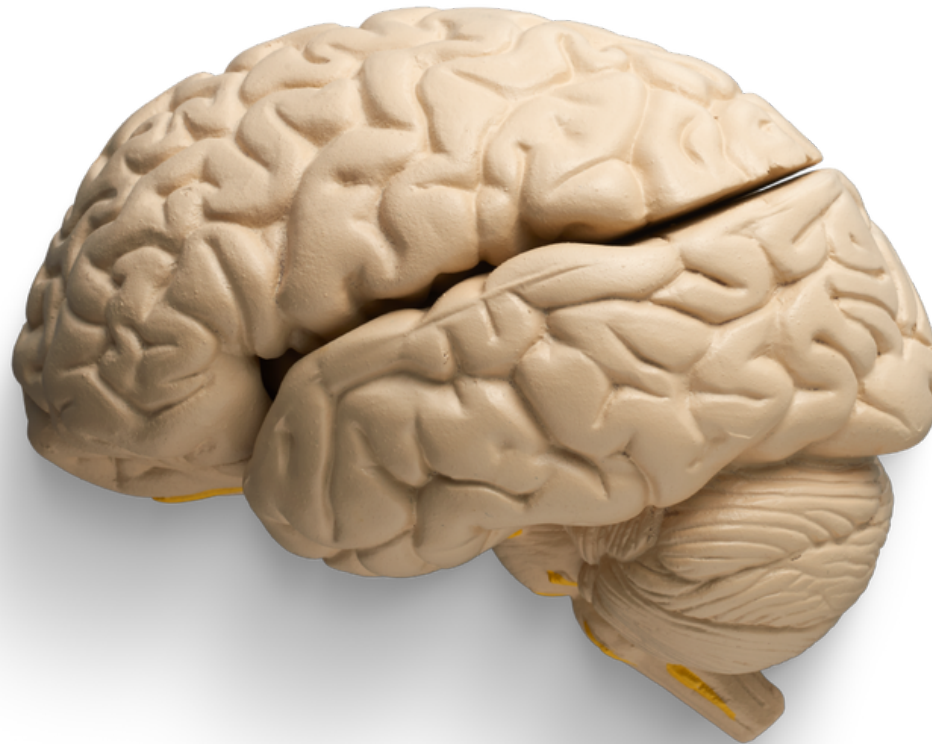
Strategie vincenti
Servizi su misura
Servizi professionali
Servizi sartoriali
Soluzioni efficaci
Servizi di qualità

Servizi a 360°
Per tutte le tasche
Azienda innovativa
Prodotti con passione
Prodotti innovativi

Giovane e dinamico
Prodotti rivoluzionari
Prodotti di qualità
Anni di esperienza
e molto altro!

Le parole di plastica qui non possono entrare

**Nelle prossime pagine leggerai solo
scrittura naturale, biologica* al 100%**



*estratta a mano da materia cerebrale stagionata 492 mesi.

Web Writing



E tu, come lo fai?

La mia ricetta per creare testi per il web, originali, chiari e competitivi, prevede per prima cosa un'accurata analisi del cliente.

Ecco i miei ingredienti preferiti da miscelare per la miglior scelta di stili e parole:

- 1 comprensione dell'identità del marchio
- 2 ricerche sulla percezione del prodotto / attività
- 3 studio della comunicazione della concorrenza
- 4 analisi del comportamento dei target

3 consigli per rendere i testi più saporiti

Aggiorna spesso la tua conoscenza degli indici di ranking di Google per garantire funzionalità.

Riserva cura e grande attenzione verso tutti i tipi di esperienza d'uso — dalla lettura alla navigazione — così aiuterai la corretta trasmissione dei messaggi.

Per il benessere del cliente — e per lo sviluppo futuro delle A. I. — non scordare mai e poi mai le accortezze per la S.E.O. che dovranno essere sempre in cima ai tuoi pensieri.

folladorfrancesco.it

Restyling dei testi del sito
e azioni per la S.E.O.

I testi del sito di questa azienda vitivinicola a conduzione familiare sono stati scritti nel desiderio di rispecchiare il carattere intimo e informale della cantina.

Per la loro creazione è stata fatta una doppia analisi delle testimonianze

Parte del tono di voce ha preso vita grazie allo studio di

alcune interviste rilasciate da Stefano — enologo e giovane guida dell'azienda.

I commenti dei visitatori della cantina raccolti nel web e i racconti delle loro esperienze di degustazione hanno fatto il resto e restituito un ritratto realistico e veritiero dei vini di Francesco Follador e dell'atmosfera genuina e familiare che si respira visitando la tenuta dell'azienda a Santo Stefano.



Organizzazione e flusso di lavoro

Pianificazione

Attraverso l'analisi dei testi già pubblicati nel sito, dei post nei social media dell'azienda, di interviste e commenti dei clienti su piattaforme web come Trip Advisor e Google Recensioni, si è cercato di comprendere:

- tono e parole ricorrenti già impiegati dall'azienda
- immagine aziendale
- percezione che i clienti hanno del marchio

Lo studio ha permesso di presentare al cliente e al team di lavoro la proposta di restyling che ha riguardato:

- la struttura del sito
 - modifica del funnel
 - aggiunta sezioni
- il tono di voce e le scelte lessicali
- leve e concetti chiave della comunicazione

È stato poi elaborato un set di domande da sottoporre al cliente per ottenere le informazioni necessarie alla redazione dei testi mancanti.

Le fasi di pianificazione si sono concluse con una breve indagine che ha riguardato la comunicazione dei principali competitor, volta all'adeguata scelta di parole e termini chiave.

Esecuzione

Sviluppo delle bozze dei testi e condivisione degli elaborati con il cliente per sua approvazione.

I testi sono stati consegnati al team di lavoro — grafico e web designer — già provvisti di indicazioni per una corretta formattazione in ottica S.E.O.

Revisione e Consegna

Al termine del processo di revisione, i testi sono stati caricati nello spazio di test dove si è provveduto alla verifica dell'esperienza d'uso del nuovo sito e all'ottimizzazione con l'inserimento, in back end, di meta title e meta description.

Strumenti usati per questo lavoro:

Figma
Canva
Google Drive
WordPress
All-in-One SEO Tool

folladorfrancesco.it

Anno: 2022 - 2023
In collaborazione con:

OKAM grafica,
illustrazioni

WALIT
s.r.l. sviluppo
web

ecosteriasantiangeli.it

Restyling del sito,
creazione di nuovi testi
e azioni per la S.E.O.



Pizzeria con cucina vegetariana e vegana immersa nel bosco Montello, Ecosteria Parco Santiangeli affronta il restyling del sito web per aggiornare la sua immagine e le tecnologie a uso dei clienti (menù).

Per la creazione dei testi è stata fatta una sessione di intervista con lo chef e titolare di ecosteria.

L'intervista è servita a svelare dettagli e curiosità relativi ai

prodotti proposti, alla loro provenienza e alla preparazione dei piatti.

L'altissima qualità delle materie prime — biologiche, di zona o di origine controllata — è la chiave identitaria principale della cucina di ecosteria.

Il sito precedente accoglieva solo il menù e si è dunque proposto al committente di mettere maggiormente in risalto punti di forza e caratteristiche del locale.

Anno: 2023
In collaborazione con:

OKAM grafica,
illustrazioni



Il tempo è prezioso.

Hai altri minuti da dedicare ai miei lavori per il web?

anellocartieravas.it

usmaradio.org

eeviac.art

astoria.it



UX, UI, scrittura dei testi, S. E. O.

2023

Scrittura dei testi, UX

2022

Scrittura dei testi, S. E. O.

2021

Scrittura dei testi

2020

I miei strumenti

Canva

Figma

Wix

Wordpress

All-in-One SEO Tool

Contenuti per i Social

MeVe

Ideazione e creazione di **testi e strategie per la promozione della mostra "I Disastri della Guerra di Francisco Goya"** attraverso Instagram e Facebook

Anno: 2023

Il cliente

Il Memoriale Veneto della Grande Guerra e il Comune di Montebelluna presentano, tra settembre e ottobre 2023, la mostra "Tutto va alla rovescia / Todo va revuelto. I DISASTRI DELLA GUERRA DI FRANCISCO GOYA" negli spazi di Villa Correr Pisani.

Le scene immortalate da Goya denunciano gli orrori della Guerra d'indipendenza spagnola che l'artista visse in prima persona e, al tempo stesso, costituiscono una condanna universale di ogni conflitto.



memorialegrandeguerra Messaggio +? ...

689 post 1146 follower 595 seguiti

Memoriale Veneto Grande Guerra

Un approccio contemporaneo ed esperienziale per raccontare i conflitti che hanno caratterizzato il '900.

www.memorialegrandeguerra.it



Azioni

Analisi dello scenario iniziale e dell'ecosistema della comunicazione

Ideazione e creazione della strategia di comunicazione

Creazione del piano editoriale e del calendario editoriale

Ideazione e creazione dei contenuti testuali



Obiettivi

Comunicare l'avvio dell'attività espositiva ai potenziali visitatori [following / follower]

Costruire e diffondere l'identità dell'esposizione

Aumentare follower e visitatori

↑ La bozza del progetto* di resa della news feed di Instagram del Memoriale. La pubblicazione dei contenuti è stata affidata al personale di MeVe.

*Le immagini della comunicazione della mostra — contraddistinte dal colore rosso, identitario e dominante — sono state realizzate da Okam Imago.

Strategia

Analisi della comunicazione pregressa tesa a potenziare la gittata del messaggio e a rimediare ad alcuni errori strategici di prassi.

Creazione di un piano editoriale preciso e dettagliato, capace di guidare il personale incaricato nella pubblicazione dei contenuti.

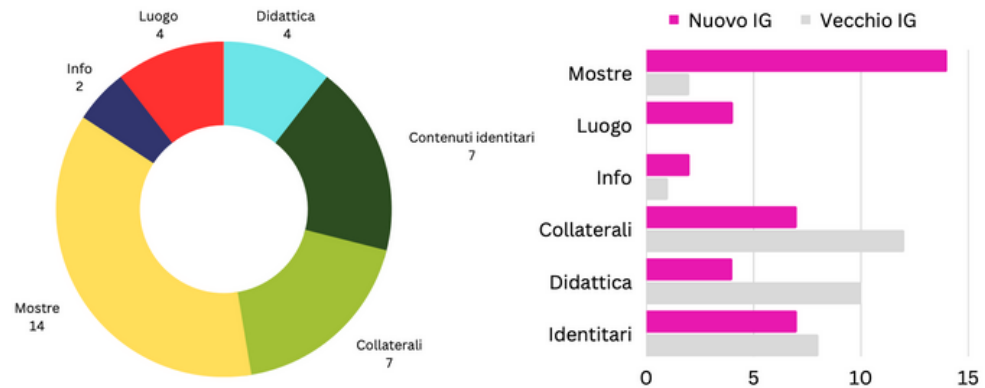
Differenziazione della comunicazione tra i diversi canali e per raggiungere i differenti target nel modo più adeguato.

Aumento della riconoscibilità identitaria della comunicazione relativa all'esposizione.

Strumenti

Canva
Meta Business Suite
Grid Maker Social Boutique
Google Sheets / Google Drive
Google File / Google Drive

Obiettivo S.M.A.R.T.



↑ Uno dei grafici tratti dall'analisi degli ecosistemi di comunicazione.

spRing

Ideazione e creazione di **testi e strategie per la promozione del progetto spRing**, promosso nel **futuro tracciato dell'Anello della Cartiera di Vas**.

Anno: 2023

Il cliente

L'Associazione di Promozione Sociale LaCharta gestisce, dal 2016, la Seicentesca Cartiera di Vas e promuove azioni di turismo e cultura nel territorio circostante. Tra queste, la messa in opera del futuro Anello della Cartiera, un percorso escursionistico di 4 km tra il fiume Piave e il torrente Fium.

Vincitrice del bando BHub Montegrappa promosso da Cariverona, nell'estate 2023 LaCharta propone il progetto spRing dedicato a 15 under 35 desiderosi di creare esperienze per un turismo sostenibile nell'Anello della Cartiera.



anellodellacartiera

Messaggio

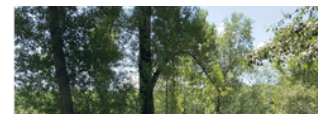
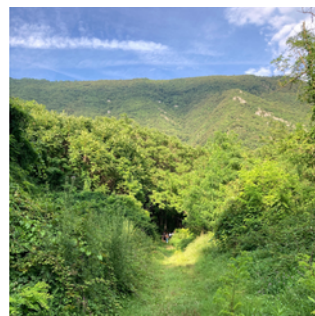


689 post 1146 follower 595 seguiti

Anello della Cartiera di Vas

L'Anello sarà presto pronto! 🕒 Segui i progressi, ricevi notizie sul progetto di escursione e racconto del territorio a cura di [@lacharta](#) a Quero Vas.

linktr.ee/anellodellacartiera



Azioni

- Apertura popolazione del profilo
- Ideazione e creazione della strategia di comunicazione
- Ideazione e creazione dei contenuti testuali, visivi e dell'identità grafica

Obiettivi

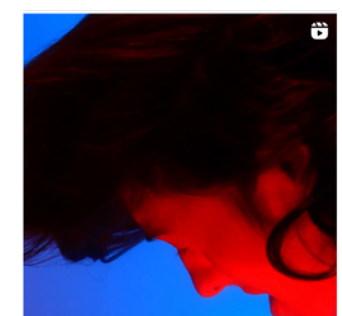
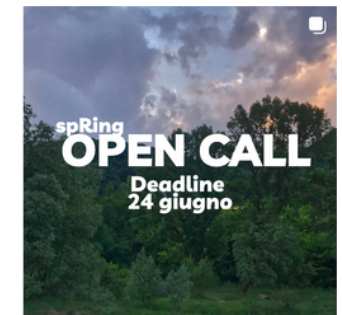
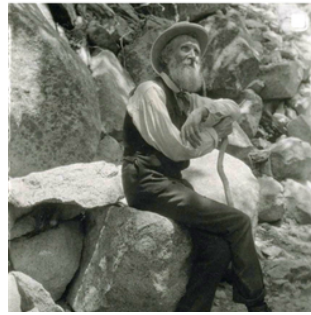
Promuovere la Call for People di spRing per stimolare e raccogliere candidature;

comunicare l'esistenza del futuro tracciato dell'Anello;

documentare le diverse fasi di Laboratorio spRing;

generare futuri potenziali visitatori dell'Anello;

trasmettere l'identità del progetto spRing e del luogo.



Strategia

Attrarre l'attenzione con immagini evocative del territorio.

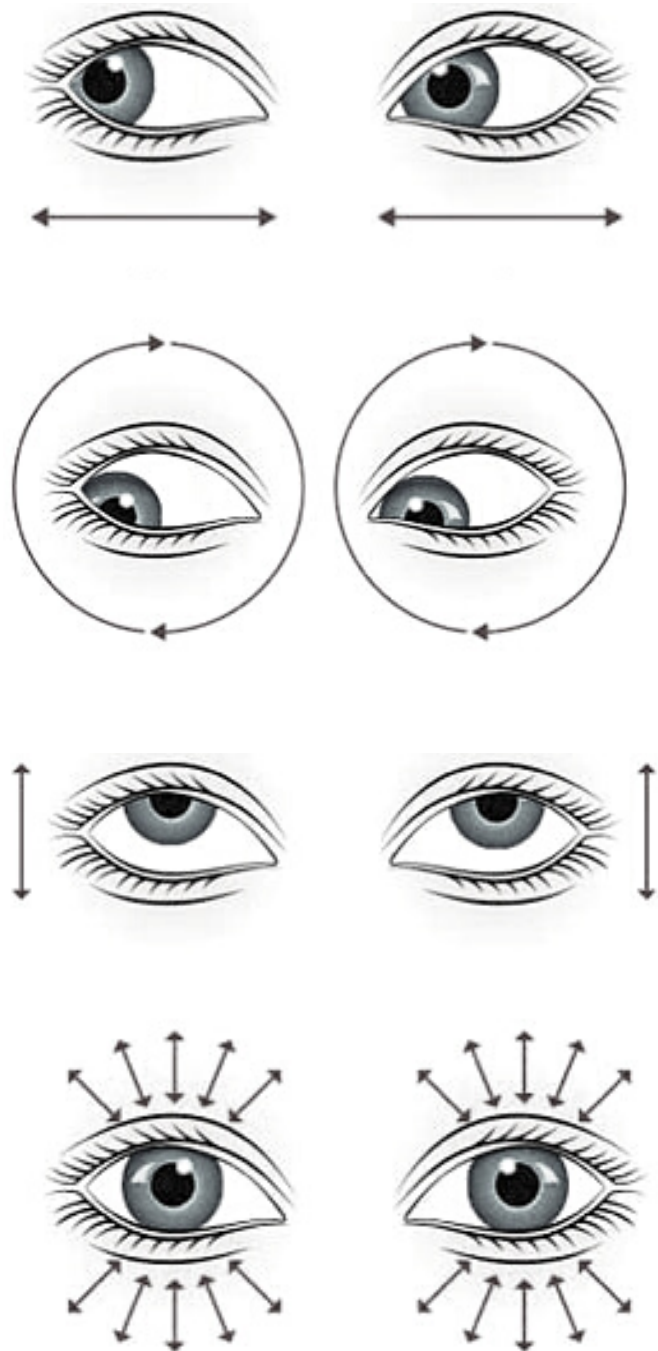
Creare un'identità visiva forte utilizzando i colori predominanti dell'Anello — il verde della vegetazione, l'azzurro dei corsi d'acqua.

Publicare contenuti decisi, capaci di stimolare l'azione e la conversione.



Strumenti

Canva
Meta Business Suite



E O R A R I L A S S A G L I O C C H I

Ti ringrazio per aver letto il portfolio fino a qui.

Lo sapevi?

Se la tua professione ti porta a fissare a lungo lo schermo del tablet o del computer, dovresti riposare la vista per 10 minuti ogni ora di lavoro.



Comunicazione **Off Line**

Follalba

Brochure di
presentazione

Il cliente

Azienda agricola a
conduzione familiare,
Francesco Follador è
produttore indipendente
affiliato a FIVI di Prosecco e
cartizze nelle colline di Santo
Stefano - Valdobbiadene.

Anno: 2023
In collaborazione con:

OKAM grafica,
illustrazioni
foto prodotto



Follalba

VALDOBBIADENE DOCG BRUT

Nato tra le colline di Santo Stefano, Follalba Brut è molto versatile, adatto ai **fuori pasto** e a **risotti dal sentore aromatico** a base di **radicchio, asparagi, luppolo selvatico** e **erbe di campo**. Si sposa bene con **pesce di mare** nelle versioni più leggere e dai sapori più delicati.

NOTA DI DEGUSTAZIONE



Di colore giallo paglierino, perlage fine e persistente, spuma cremosa. Al naso presenta una certa complessità, ricco in aromi fruttati come mela verde, pera, ananas, pescanoce, accompagnati da note più floreali, come camomilla, acacia, glicine e salvia. In bocca è coerente, fresco, equilibrato, con una nota dolce appena accennata, giocata sulla sapidità e la freschezza.

SCHEDA TECNICA



Uve: Glera, Verdiso, Perera

Origine: Santo Stefano, Valdobbiadene

Vigneto: giacitura collinare rivolta a est e ovest; altitudine 300 metri sul livello del mare; suoli poco profondi argilloso-calcarei con presenza di marne.

Doppio capovolto con 3300/3500 ceppi per ettaro

Vendemmia: vendemmiato interamente a mano durante la prima decade di settembre con selezione manuale dei grappoli

Vinificazione: in bianco, con fermentazione controllata e maturazione in contenitori di cemento

Rifermentazione: Metodo Martinotti
11,5% vol. 7 g/l zucchero residuo

L'Olio di Ecosteria

Testo dell'etichetta
per l'olio 2023

Il cliente

Pizzeria vegetariana con piccola cucina, Ecosteria propone ogni anno ai suoi clienti l'olio extravergine imbottigliato in Puglia e creato dalla premitura di olive coratine.

Anno: 2022
In collaborazione con:

OKAM grafica,
illustrazioni
foto prodotto

Estratto a freddo nel cuore della Puglia da olive 100% italiane

Ogni anno acquistiamo olive di varietà Coratina da piccole aziende agricole pugliesi, le facciamo premere e imbottigliamo l'olio extravergine per il consumo della nostra cucina e la vendita ai nostri clienti. Estratto a bassa temperatura per preservare l'essenza dei frutti ed esaltarne i sapori, l'olio da oliva Coratina è profumato, intenso e fruttato, leggermente amaro e tipicamente piccante.



Astoria 35

Testo dell'etichetta per
Casa Vittorino 35 anni
Valdobbiadene DOCG Brut

Il cliente

Astoria commissiona il testo dell'etichetta per la speciale magnum di prosecco da collezione creata per celebrare i 35 anni di attività dell'azienda.

Tra le richieste del cliente, l'inserimento nel testo di alcune parole chiave che, esaltate dal grassetto, diventano protagoniste visive del layout.

Anno: 2022

35 Valdobbiadene DOCG non è solo il frutto di acini preziosi, trasformati con maestria in calici di spirito elegante e delicato: è il racconto di una **passione**, è la storia di una **famiglia** di viticoltori da assaporare ad occhi chiusi per viaggiare con il cuore tra i colori e i profumi della nostra terra. **35 anni fa**, in una data importante – **07 • 02 • 1987**, iniziava un'avventura mossa dal desiderio di portare nel mondo del vino nuovi valori e **innovazione**. Da 35 anni Astoria è un marchio che parla alle **persone**, un'espressione dinamica capace di intrecciare passato, presente e futuro, sinonimo di **impegno**, modernità, stile e **qualità**.



Spot **Aziendali**

Astoria

Testo per lo spot
promozionale di Astoria
Anno: 2022



Astoria

Didascalie e testi per la
promozione
dello spot

Anno: 2022



Comunicati **Stampa**



Accedi al mio archivio
[clicca qui]

Fomes fomentarius (L.) J.Kickx f., Fl. Crypt. Flandres: 237 (1867) è un fungo non commestibile della famiglia delle Polyporaceae.

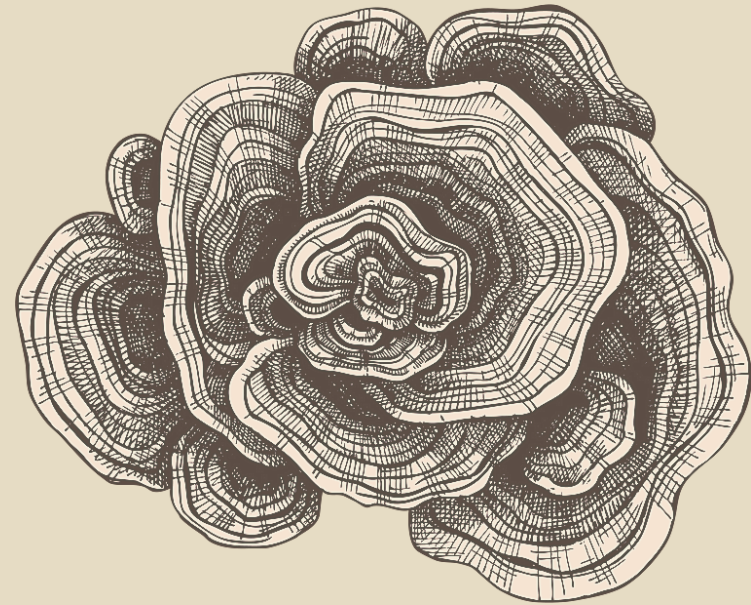
Il suo nome comune è fungo esca del fuoco.

Corpo fruttifero - Perenne, sessile, a forma di "zoccolo", 10-40 cm di lunghezza; nel primo stadio di crescita il cappello presenta solchi concentrici e ondulati, con cresta molle e cinerognola; poi orlo arrotondato, rugginoso chiaro; a maturazione la cresta si presenta dura, massiccia, color ocre o brunastra, con margine rugoso.

Habitat - Cresce su latifoglie, sia vive che morte, in estate-autunno, per diversi anni. Parassita o saprofita delle latifoglie, è in grado di degradare molto rapidamente il legno.

Curiosità - Un tempo veniva ridotto in polvere e mescolato a salnitro per facilitare l'accensione del fuoco tramite scintille, come ad esempio con la pietra focaia. Ne aveva con sé 4 pezzi anche l'Uomo di Similaun.

Sinonimi - **1.** Agaricus fomentarius (L.) Lam., (1783) **2.** Boletus fomentarius L., Species Plantarum: 1176 (1753) **3.** Elfvingia fomentaria (L.) Murrill, Bull. Torrey bot. Club 30(5): 298 (1903) **4.** Elfvingiella fomentaria (L.) Murrill **5.** Ochroporus fomentarius (L.) J. Schröt., Krypt.-Fl. Schlesien 3(1): 486 (1888) **6.** Placodes fomentarius (L.) Quél.,



Tav. 47

Iodice pxt. Lila sculpt.

Enchiridion Fungorum, in Europa Media Præsertim in Gallia Vigentium (Paris): 171 (1886) **7.** Polyporus fomentarius (L.) Fr., Systema mycologicum (Lundae) 1: 374 (1821) **8.** Pyropolyporus fomentarius (L.) Teng, Chung-kuo Ti Chen-chun: 763 (1963) **9.** Scindalma fomentarium (L.) Kuntze, Revis. gen. pl. (Leipzig) 3 (1898) **10.** Ungulina fomentaria (L.) Pat., Essai Tax. Hyménomyc.: 102 (1900).

Se la lettura ti ha condotto fin qui, forse ora ti piacerebbe scrivermi:
amadou.posta@gmail.com



Brighton 23 08 63