

# PRESENTAZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE 2022

# Tiramisù World Cup





# Contenuto

---

## INDICE DELLA PRESENTAZIONE

Introduzione	01
Analisi SWOT	04
Definizione degli obiettivi- Asset	05
Driver	06
Diagramma di Gantt	12
Timeline 2022	13
Esempi di post	14
Conclusione	15



# Introduzione

STORIA - SEMPLICITÀ- COINVOLGIMENTO- PERSONE -TRADIZIONE-CREATIVITÀ - COLORE

La Tiramisù WORLD CUP è nata del 2017 e da allora è conosciuta come la sfida più golosa dell'anno. Quella del 2022 sarà la quinta edizione.

Il tema della competizione cambia ogni anno e questo le permette di valorizzare caratteristiche e aspetti del territorio italiano, e in particolare veneto, sempre nuove.

Il suo ampio successo è dovuto ai valori che veicola e al profondo coinvolgimento che genera.

La competizione permette ai concorrenti di dare libero sfogo alla loro creatività e quindi di manifestare a pieno il loro amore per questo dolce tradizionale e per la nostra terra!



# Analisi SWOT

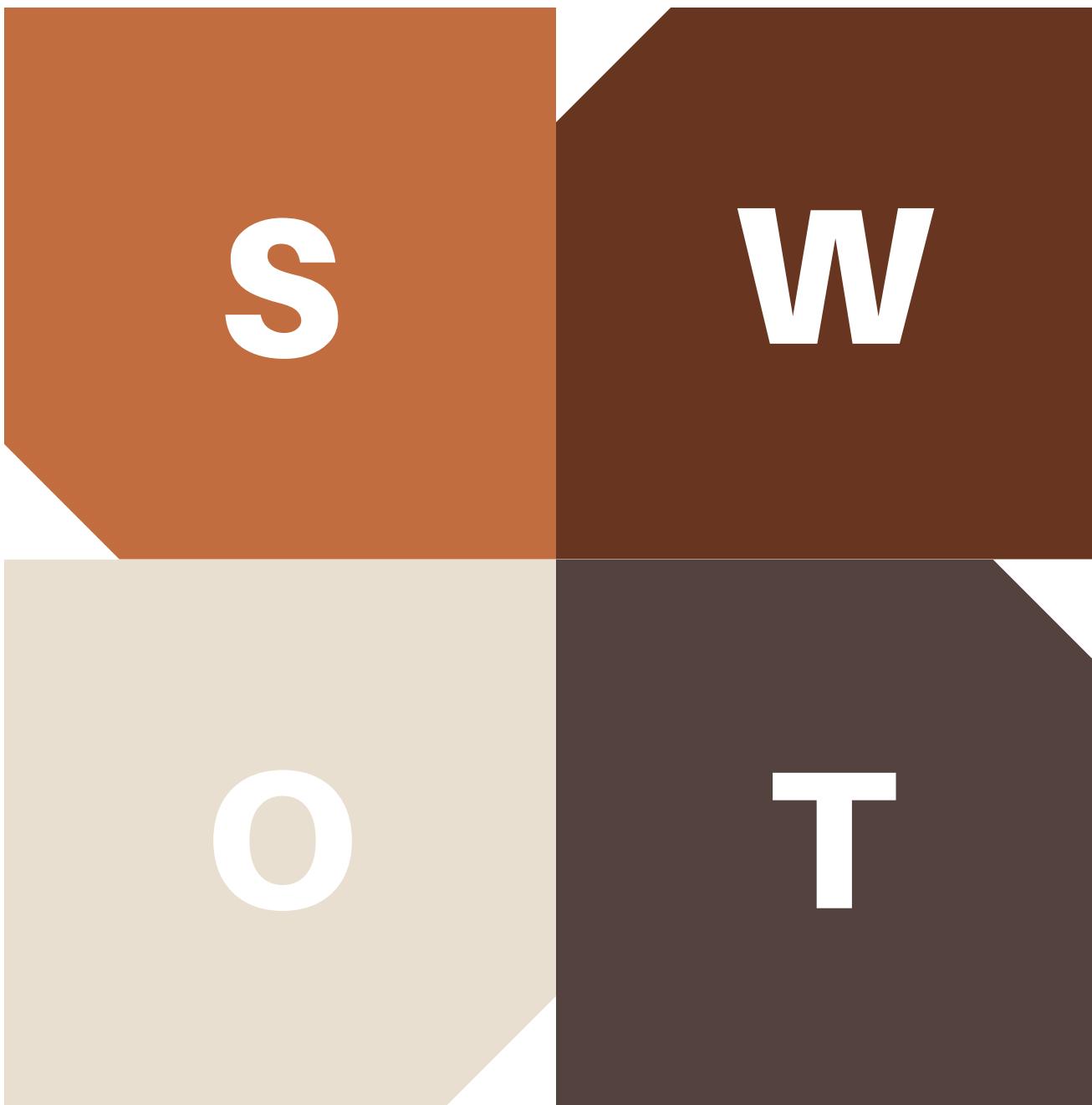
---

## PUNTI DI FORZA

Cosa stai facendo bene? Cosa ti distingue? Quali sono le tue qualità?

## OPPORTUNITÀ

Quali sono i tuoi obiettivi? In che modo si può migliorare?



## DEBOLEZZE

In cosa hai bisogno di migliorare? Le risorse sono adeguate? Cosa gli altri fanno meglio di te?

## MINACCE

Quali sono gli ostacoli che stai affrontando? Quali sono i fattori al di fuori del tuo controllo?

# Asset

---

## DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Coinvolgere il target giovanile  
(16-26 anni)

Mantenere costante l'interesse da parte  
degli stakeholder

Incrementare la notorietà

Estendere la comunicazione ad altri  
mezzi

Pubblicizzare maggiormente le azioni di  
responsabilità sociale

Valorizzare il ruolo degli sponsor  
(nuove collaborazioni, prodotti senza  
lattosio o vegani)

A photograph of a wind turbine standing in a lush green field. The turbine has a white tower and three dark blades. In the background, there are rolling green hills and snow-capped mountain peaks under a sky filled with orange and yellow clouds at sunset.

# Tiramisù World Cup

## Goes Green

---

PROPOSTA NUOVO TEMA EDIZIONE 2022  
VITA E AMBIENTE

# Driver

---

PER COINVOLGERE IL TARGET GIOVANILE:

- Tiramisù Party
- Pagina social dedicata
- Collaborazione con istituti di grafica della zona per creare gadget
- Cartelloni e volantini ecologici



# Driver

---

PER INCREMENTARE LA NOTORIETA':



**Coinvolgere ospiti**  
Food influencer famose  
(Cucina Botanica,  
Benedetta Rossi)



**Collaborazioni con  
nuovi partner e  
aziende**  
Squat e Basilico, Galbani



**Collaborazioni con  
programmi televisivi**  
Partecipazione dei vincitori a  
programmi di cucina



**Localizzare gli eventi  
in altre città italiane**  
Estendere il progetto alle grandi  
città

# Driver

---

PER PUBBLICIZZARE LE AZIONI DI  
RESPONSABILITA' SOCIALE:

- Svolgere la competizione in strutture energeticamente sostenibili
- Donare il cibo avanzato dalla competizione ad enti no profit
- Conservare il cibo avanzato in contenitori biodegradabili
- Giornate dedicate alle fasce più deboli



# Driver

---

PER VALORIZZARE GLI SPONSOR E MANTENERE L'INTERESSE DEGLI STAKEHOLDER:

- Sfruttare il Food Fest estendendo il campo a vini e ad altri dolci tipici veneti, in modo da avere più occasioni di partnership;
- Organizzare corsi di cucina, masterclass e incontri e eventi.





# Driver

ESTENDERE LA COMUNICAZIONE AD  
ALTRI MEZZI:

- Creazione di locandine, poster, spille, cartelloni
- Unconventional marketing: street art, CIBO
- Sponsorizzare maggiormente il progetto sulle piattaforme social (banner, contenuti sponsorizzati)

# DIAGRAMMA DI GANTT

ASSET	DRIVER	LEGENDA	MEDIA RELATION / PR	SOCIAL	PROMO	BRAND MAGAZINE									
			ADV - STAMPATO	PERSONAL SELLING	GUEST		MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE
COINVOLGIMENTO TARGET GIOVANILE	Tiramisù Party		■	■	■				■						
	Organizzazione di incontri e corsi di formazione		■	■						■	■				
	Scelta di Testimonial ed Influencer di rilievo								■	■	■				
INCREMENTO NOTORIETA'	Collaborazioni con programmi di cucina			■	■							■	■		■
	Scelta di Testimonial				■	■						■	■		■
DARE MAGGIOR RILIEVO ALLE AZIONI DI RESPONSABILITA' SOCIALE	Tenere la competizione in strutture energeticamente autonome								■	■					
	Donazione di cibo con apposito packaging sostenibile					■						■	■		
	Eventi dedicati alle fasce più deboli														■
PER VALORIZZARE GLI SPONSOR E MANTENERE L'INTERESSE DEGLI STAKEHOLDER	Iniziativa Food Fest										■	■	■	■	■
	Aggiunta di accompagnamenti al dessert, come vini o amari													■	■
ESTENDERE LA COMUNICAZIONE AD ALTRI MEZZI (?)	Utilizzo di locandine e cartelloni in collaborazione con Istituti universitari e superiori		■		■						■				
	Unconventional Marketing		■		■						■				

# Timeline 2022

## INIZIATIVE PROPOSTE PER L'ANNO 2022





# ESEMPIO DI POST

---

Ipotetico post di Instagram o Facebook per promuovere il Tiramisù Party



GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE

---

TEAM CREATIVANDO