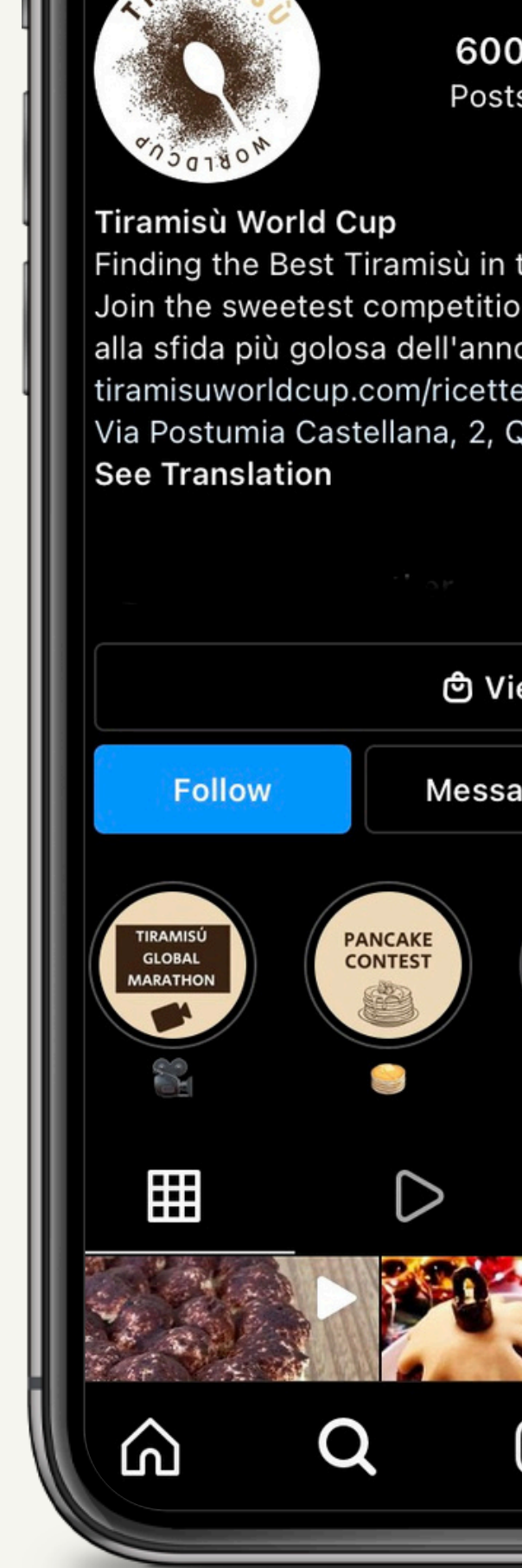


PRESENTAZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE 2022

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!



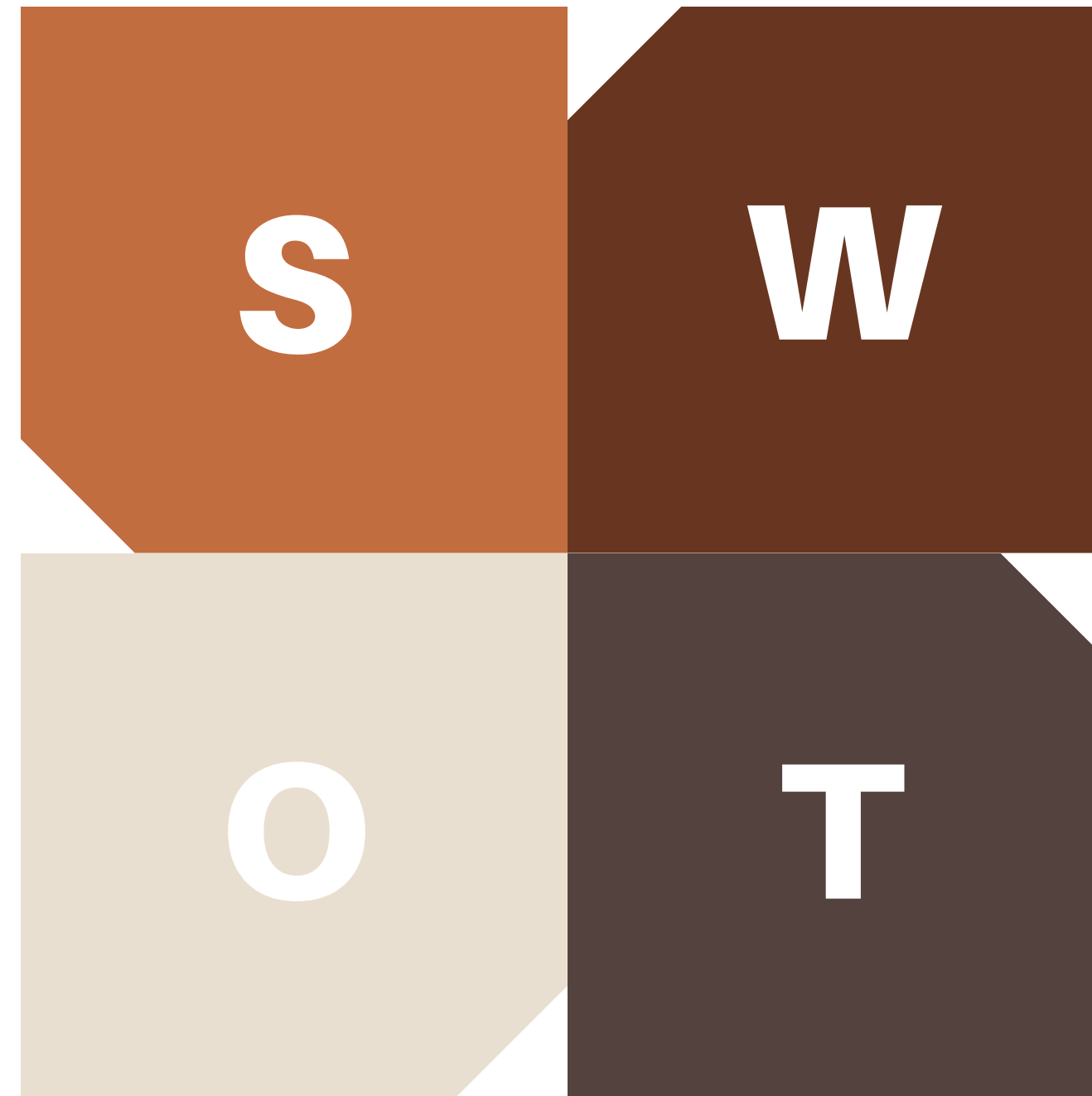
Analisi SWOT

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)


Incrementare la notorietà

Pubblicizzare maggiormente le azioni di
responsabilità sociale

Mantenere costante l'interesse da parte
degli stakeholder

Estendere la comunicazione ad altri
mezzi

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



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:

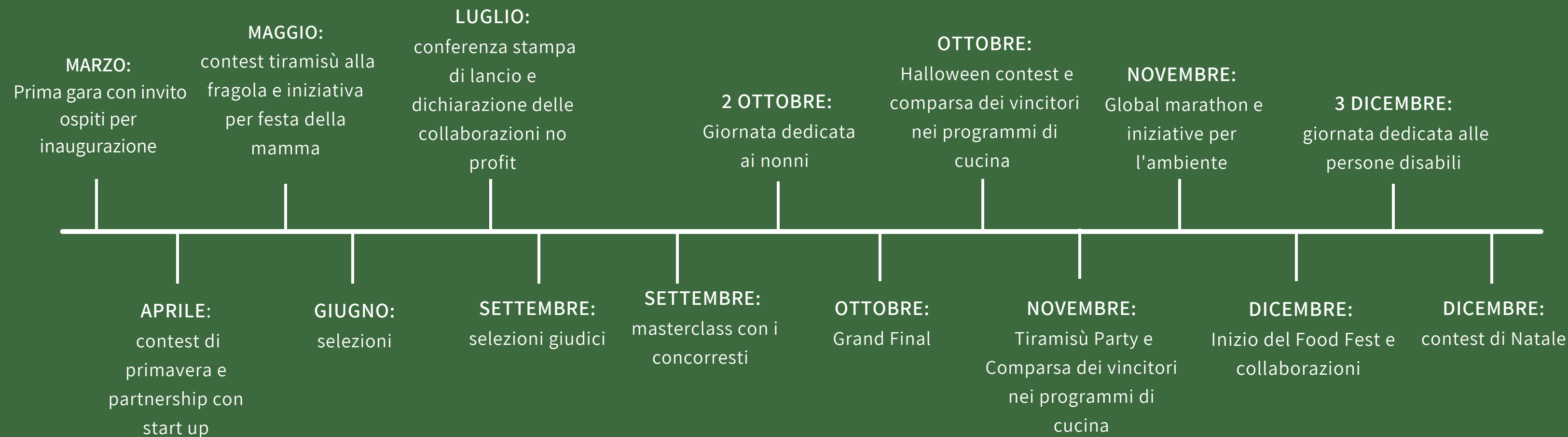
- Creazione di locandine, poster, spille, cartelloni
- Unconventional marketing: street art, CIBO
- Sponsorizzare maggiormente il progetto sulle piattaforme social (banner, contenuti sponsorizzati)

DIAGRAMMA DI GANTT

[illegible]

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