



Brand Strategy

INDICE

Obiettivi

Brand Identity

Visual Identity

Content Strategy

Canali Comunicativi

Newsletter

Timeline

OBIETTIVI

Posizionamento

Riconoscibilità

Coerenza

Community

Numero eventi (incasso)

Fatturato YoY

Nuovi clienti B2B / B2C

BRAND IDENTITY

"ART SHOULD
COMFORT
THE DISTURBED
AND DISTURB
THE COMFORTABLE."

Banksy

WHY

Perchè esiste Il Cantiere?

Il Cantiere è un'opera in continua evoluzione, esiste per eliminare le barriere dei musei, meravigliare con l'arte chiunque entri dalle nostre porte e trasformarla da un movimento da ammirare ad un'esperienza da consumare.



WHY

Perchè esiste Il Cantiere?

In poche parole una sorta di
Sagrada Familia!
Una **cattedrale** dell'arte dove
l'opera è in **continua evoluzione**.



POLAR STAR

Cosa Guida Il Cantiere?

Guidato dalla **creatività**, il Cantiere vuole essere il movimento che fa uscire l'arte dai musei e la porta nella vita, trasmettere meraviglia a chi ne vive l'esperienza attraverso l'arte in tutte le sue forme: pittura, scultura, cucina, musica, miscelazione, ballo, ospitalità, ...



Creative

VALORI

Quali sono i valori fondamentali di cantiere?

Creatività Trasversale: La creatività non si limita all'arte ma in ogni aspetto di Cantiere (cucina, miscelazione, servizio).

Evoluzione Costante: Cantiere è in continua evoluzione, cambia forma, si evolve.

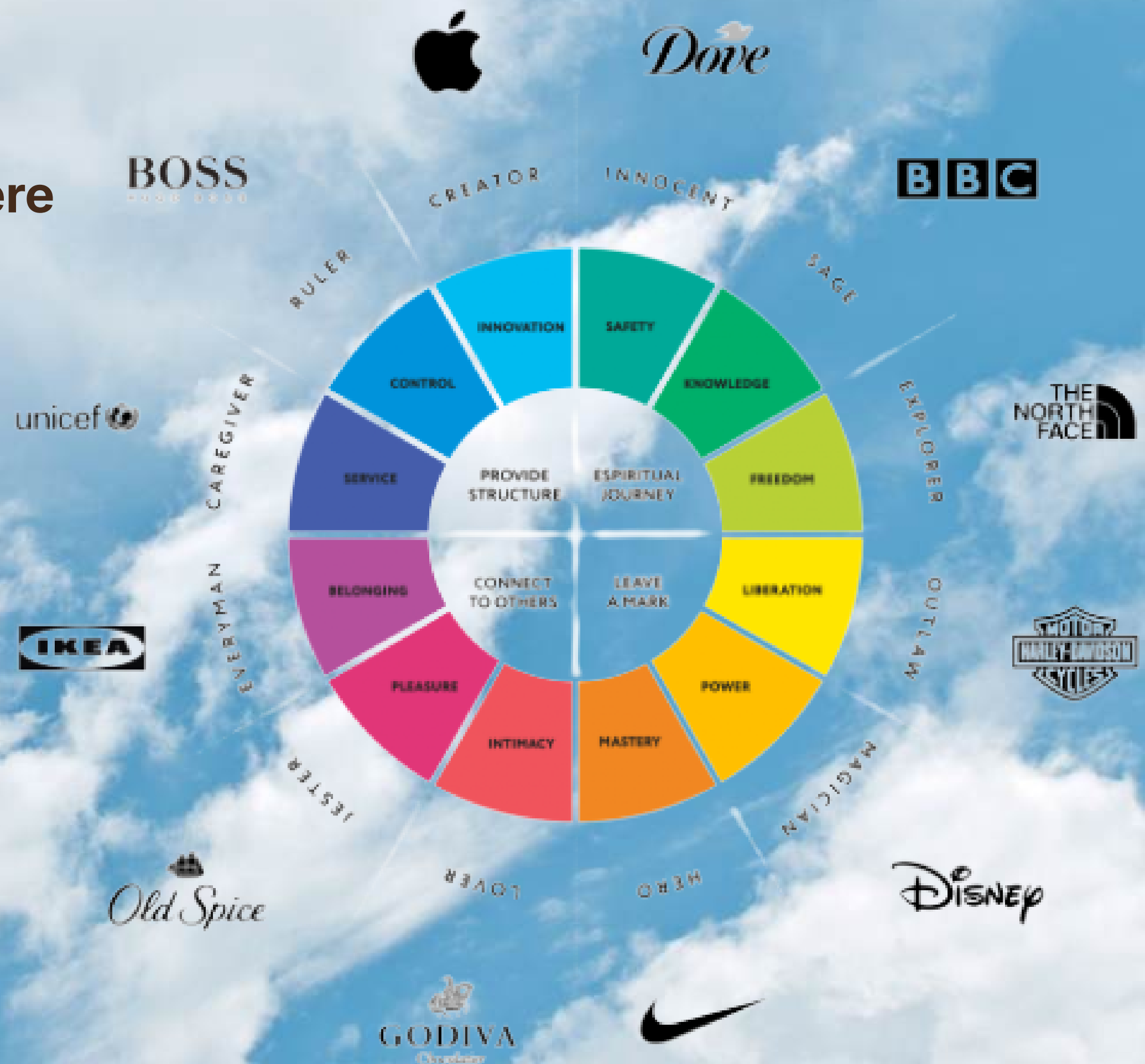
Anticonformismo Esperienziale: Cantiere è fuori dagli schemi, ti fa uscire dalla tua comfort zone attraverso l'esperienza.

Ospitalità underground: Accogliamo facendo sentire chi ci viene a trovare parte integrante del progetto non solo un consumatore.



ARCHETIPO

La personalità de Il Cantiere



ARCHETIPO

La personalità de Il Cantiere



Inventore

Cantiere nasce dalla creatività e l'originalità. Ha una propria visione che unisce arte, cucina e miscelazione e la trasmette a chi viene a provare l'esperienza con lo scopo di meravigliarlo.



Fuorilegge

The underground gallery clan dice tutto. Cantiere va oltre le regole canoniche in ogni aspetto. Pensate alle scritte sui muri a esposizioni borderline o su un abbinamento di ingredienti insolito che spesso si trovano sul nostro menu.



Giullare

Pur essendo così legato ai propri valori Cantiere non si prende mai troppo sul serio, è autoironico, sdrammatizza e comunica i propri messaggi e valori con leggerezza e ironia.

ARCHETIPO

Il nostro quadro

60% Creatore



30% Fuorilegge



10% Giullare



TONE OF VOICE

Come parla Il Cantiere

CALDO

DIRETTO

CREATIVO

IRONICO

FANTASIOSO

AUDACE

MATERICO

IMPREVEDIBILE

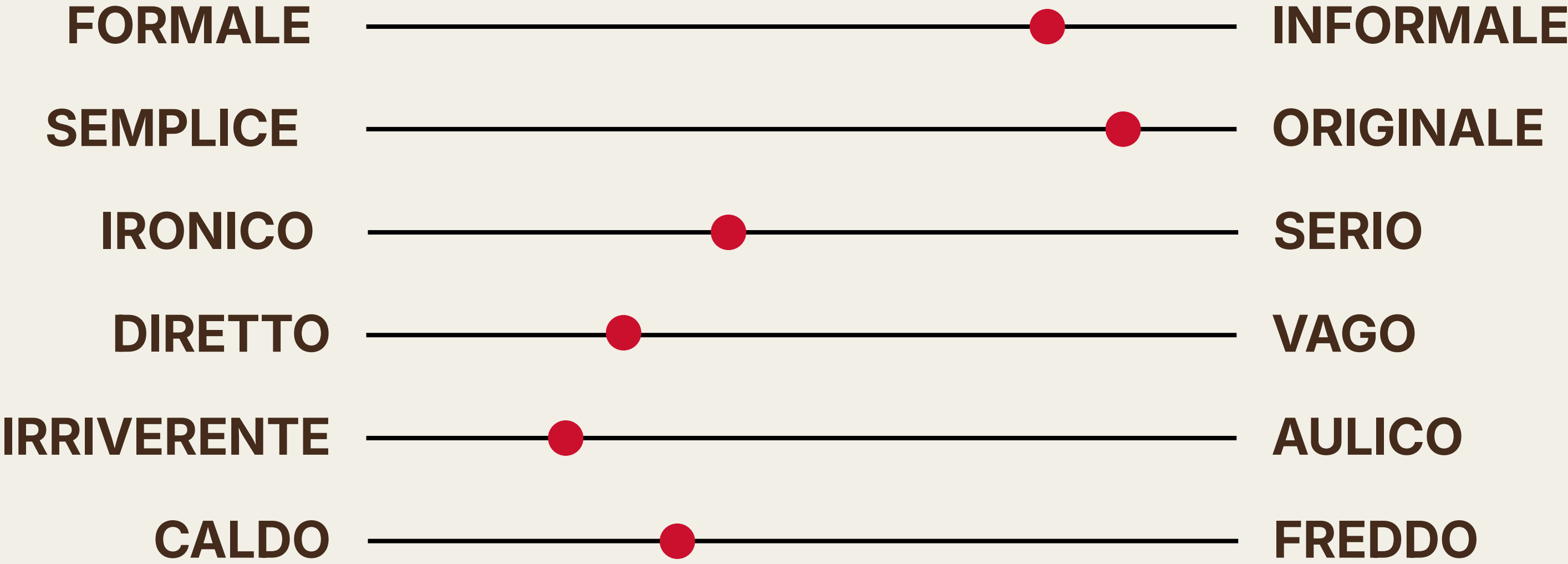
ECCENTRICO

ORIGINALE



TONE OF VOICE

Setting



TONE OF VOICE

In una frase

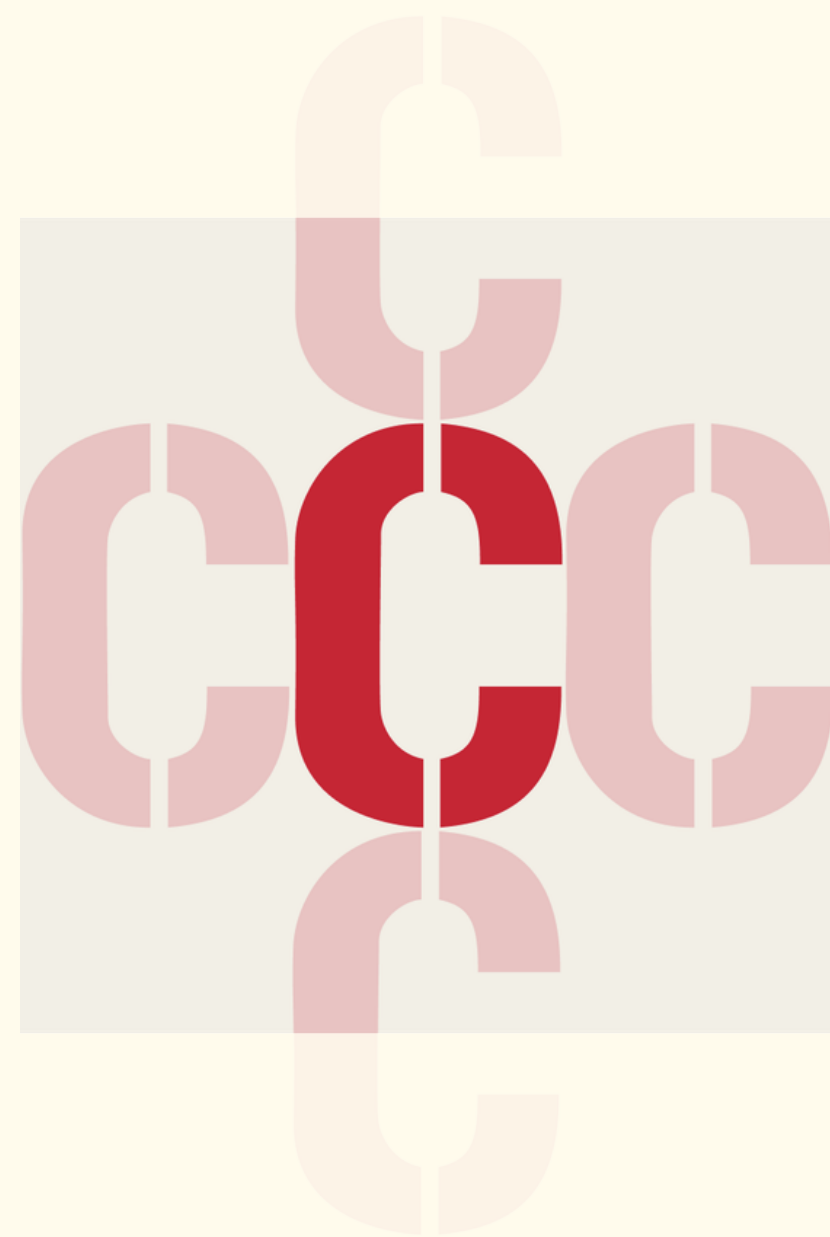
**Cantiere non ti racconta l'arte,
te la fa scoprire e consumare.**

CONCEPT STRATEGICO

*Cantiere non è un locale che ospita l'arte,
è una Cattedrale che esce dalla cornice,
che va vissuta e consumata*

VISUAL INENTITY

LOGO



CCANTIERE
ART CATHEDRAL

CCANTIERE
ART CATHEDRAL

CCANTIERE
ART CATHEDRAL

CCANTIERE
ART CATHEDRAL

C

C

C

C

C

PAY OFF

ART CATHEDRAL

PALETTE

Primari 50 %

Secondari 30 %

Accento 20 %



TIPOGRAFIA

Che font utilizziamo

Primary font
League Gothic

A a

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Secondary font
Montserrat

Aa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Accent font
Lucida Calligraphy

Aa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

TIPOGRAFIA

Come li utilizziamo

PRIMARY FONT
LEAGUE GOTHIC

Secondary font
Montserrat

Accent font
Lucida Calligraphy

TITOLI
SEMPRE IN STAMPATELLO
LETTER SPACE 88

Testo principale
Grassetti per gli accenti mai
sottolineature, sbarrati per
dare movimento

*Da utilizzare per accenti e
richiamare l'attenzione su
un particolare elemento,
può essere usato anche con
orientamenti diversi*

IL PIATTO DELLA SETTIMANA

artista

Il nostro ~~chef~~ ha pensato a
questo piatto ispirandosi alla
tradizione giapponese
rivisitato all'italiana
proponendo un tataki di tonno
marinato al basilico.

Lo trovi disponibile solo questa
settimana, non perdertelo!

GRAFICHE

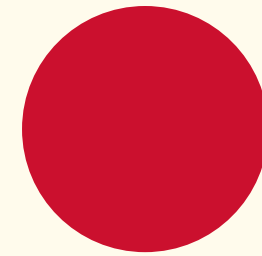
Forme, icone e emoji

FORME DA UTILIZZARE



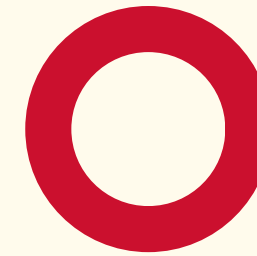
QUADRATO A TINTA UNITA

Da utilizzare sempre a forma intera opacità 100%



CERCHIO A TINTA UNITA

Da utilizzare a forma intera o parziale opaco o con trasparenza



CIAMBELLA A TINTA UNITA

Da utilizzare a forma intera o parziale sempre in semitrasparenza

ICONE DA UTILIZZARE



ICONA CANTIERE

Da utilizzare nelle varie declinazioni



FRECCIA DRAW

Da utilizzare come indicatore e/o accento



MACCHIA VERNICE

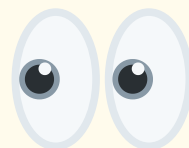
Da utilizzare come bullet point o sfondo in semitrasparenza

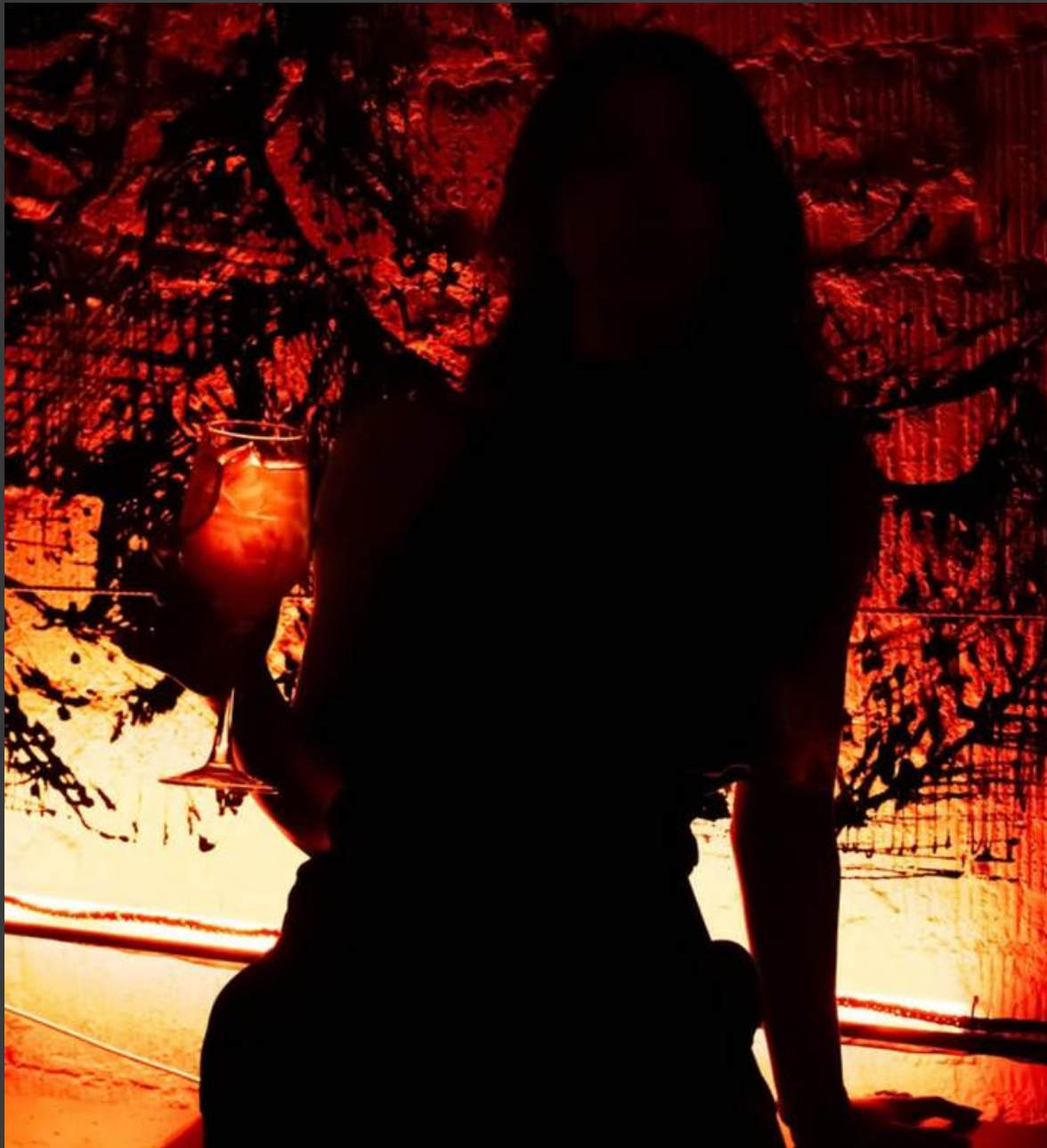


PENNELATA

Da utilizzare come evidenziazioni

EMOJI DA UTILIZZARE





CONTENT

PILLAR COMUNICATIVI

Creatività Trasversale



Le opere di Cantiere

Evoluzione Costante



I progetti di Cantiere

Anticonformismo Esperienziale



Cantiere fuori dagli schemi

Ospitalità underground



La tua esperienza da Cantiere

CHANNEL MIX

Dove comunicherà Il Cantiere



Instagram: Sarà il luogo dove gireranno i contenuti del Cantiere costruirà community.



TikTok: Sarà il luogo dove gireranno i contenuti con focus sui video e eventi del Cantiere costruirà nuova audience soprattutto con UGC.



Linkedin: Sarà il quartier generale per i rapporti B2B costruirà autorevolezza racconterà i catering e gli eventi aziendali oltre ai nuovi progetti e traguardi.

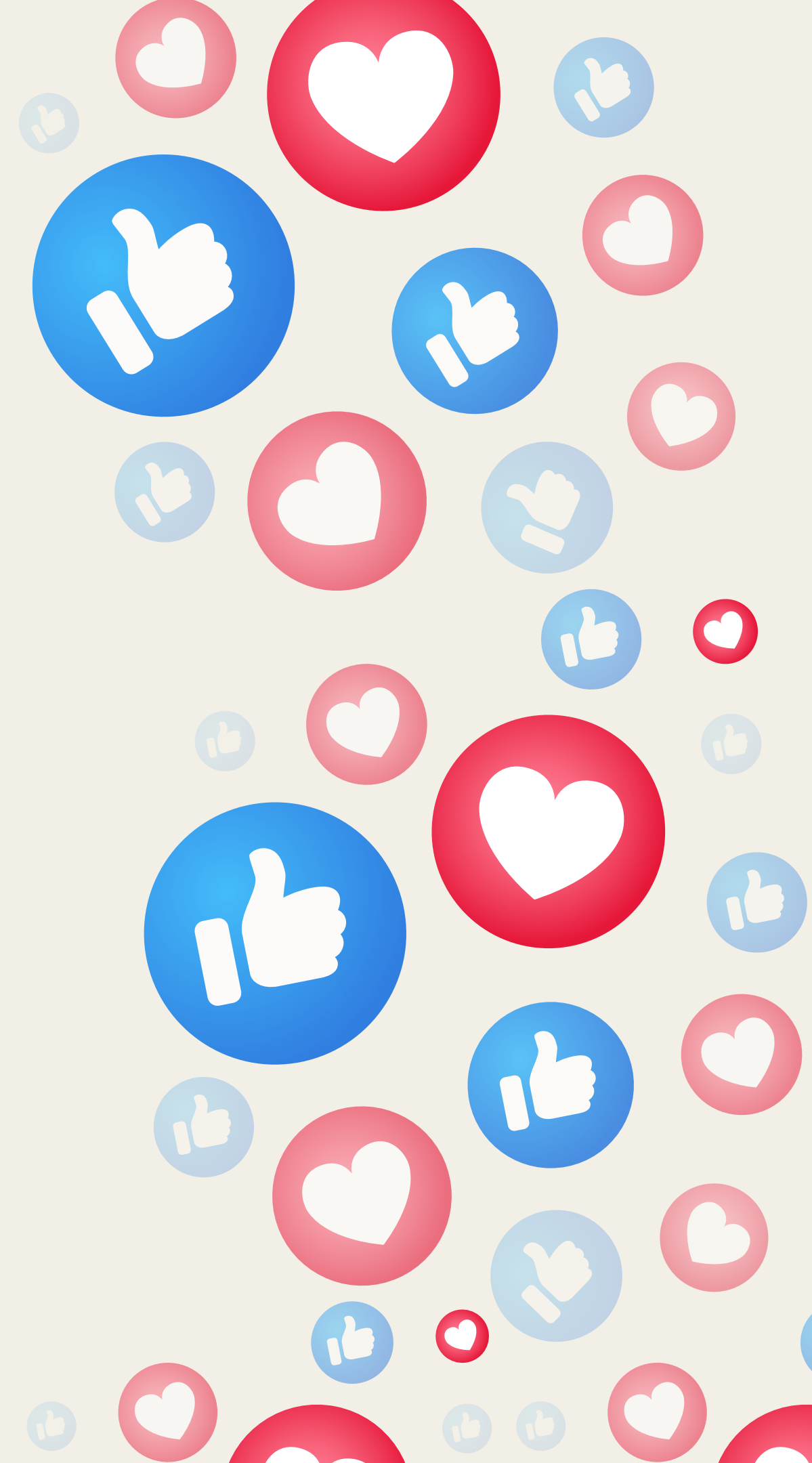
INSTAGRAM/FACEBOOK

Obiettivo: Creare e consolidare la community di Cantiere, comunicare il posizionamento con più efficacia, comunicare eventi e iniziative.

Frequenza: La frequenza di pubblicazione partirà da un minimo di 12 contenuti mensili (3 settimanali) alternando post, caroselli, reels seguendo le rubriche editoriali

Stories: Le stories verranno pubblicate a set di min. 5 storie con una frequenza di almeno 2 set a settimana

Eventi: Verranno creati gli eventi su facebook per invogliare la community a interagire con l'evento stesso



TIK TOK

Obiettivo: Discovery, farci scoprire da persone che ancora non ci conoscono, far conoscere il format di Cantiere e gli eventi

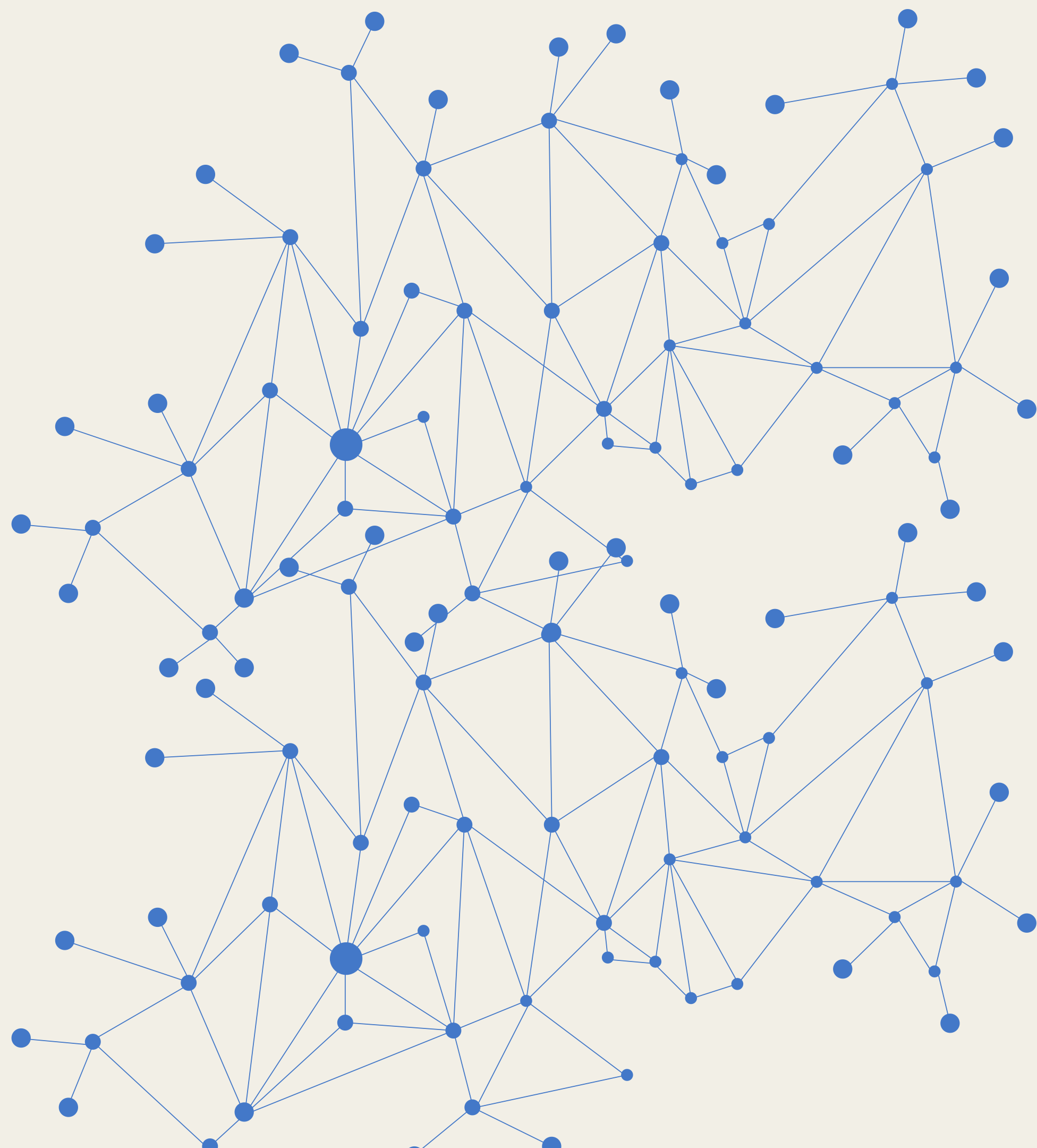
Frequenza: La frequenza di pubblicazione partirà da un minimo di 12 contenuti mensili (4 settimanali) alternando caroselli e video seguendo le rubriche editoriali



LINKEDIN

Obiettivo: Canale dedicato al B2B, l'obiettivo è far conoscere il format catering a nuove aziende potenzialmente interessate.

Frequenza: La frequenza di pubblicazione partirà da un minimo di 4 contenuti mensili (1 settimanale) alternando caroselli e post seguendo le rubriche editoriali.



RUBRICHE EDITORIALI

LE OPERE DI CANTIERE

Focus Prodotto

Arte da Consumare  

Gli artisti che abbiamo ospitato negli anni 

Cose che puoi trovare solo da Cantiere  

I PROGETTI DI CANTIERE

Focus progetti/eventi

Gli eventi che non devi perderti 

I Catering che abbiamo fatto questo mese  

L'evento di quest'anno di ...  

CANTIERE FUORI DAGLI SHEMI

Focus curiosità e team

Lo chef ci racconta il menu 

Mini intervista all'artista  

Raccontiamo il Team  

Behind the scenes  

LA TUA ESPERIENZA DA CANTIERE

Focus vibes e lifestyle

POV servizio 

UGC  

I vostri scatti  

Frasette ironiche 

STORIES STRATEGY

La strategia nelle storie seguirà un pattern di 5 storie così suddivise

HOOK

PROBLEMA

SOLUZIONE

RIPROVA SOCIALE

FOMO E CTA



STORIES STRATEGY

La strategia nelle storie seguirà un pattern di 5 storie così suddivise



NEWSLETTER

Per comunicare bene gli eventi e invogliare la partecipazione verrà fatta una campagna email.

La campagna si suddividerà in 2 gruppi di utenti:

- B2B
- Clienti

La campagna B2B avrà cadenza trimestrale e avrà come scopo invogliare le aziende ad organizzare eventi in partnership i temi trattati possono essere:

- Gli eventi di successo fatti da Cantiere per le aziende
- Informazioni e date utili per la cena aziendale di Natale
- Spiegazione e approfondimenti del servizio catering

La campagna Clienti avrà cadenza mensile e avrà come scopo invogliare i clienti a partecipare agli eventi di Cantiere, i temi trattati possono essere:

- Gli eventi del mese
- Storytelling e approfondimenti sul menu o esposizioni
- Iniziative di Cantiere

TIMELINE

Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Gennaio
Strategy					
	Shooting & CC				Shooting & CC
			Pubblicazioni Social		
			Newsletter Clienti		
Sviluppo New menu	Newsletter B2B		Newsletter B2B		Newsletter B2B
	Grafica menu	Lancio new menu			
				Revisione strategy	
			Report 1		Report 2

GRAZIE

E ora facciamolo!

CCANTIERE
ART CATHEDRAL