



Indice

Obiettivi

Analisi as-is

Brand Identity

Strategy

Canali Comunicativi

Content

Timeline

Obiettivi

<u>Lancio del progetto</u>	08/2026
<u>1k follower e traffico al sito</u>	12/2026
<u>Creazione 100 contenuti</u>	12/2026
<u>Partecipazione 3 eventi importanti</u>	03/2027
<u>Applicazione</u>	12/2027
<u>Competition</u>	12/2027
<u>Podcast</u>	12/2028
<u>Classifica</u>	12/2030

Analisi

Analisi di mercato

+32%

Crescita cocktail in Italia

0

Creator / Magazine POP e giovani

2,3

mld € mercato beverage 2025

Trend

-  Forte crescita del low ABV e analcolico
-  Tanti creator ma poco storytelling
-  Larga possibilità in Italia, distacco tra istituzione e comunicazione

Analisi Competitor

COQTAIL MILANO



@coqtailmilano

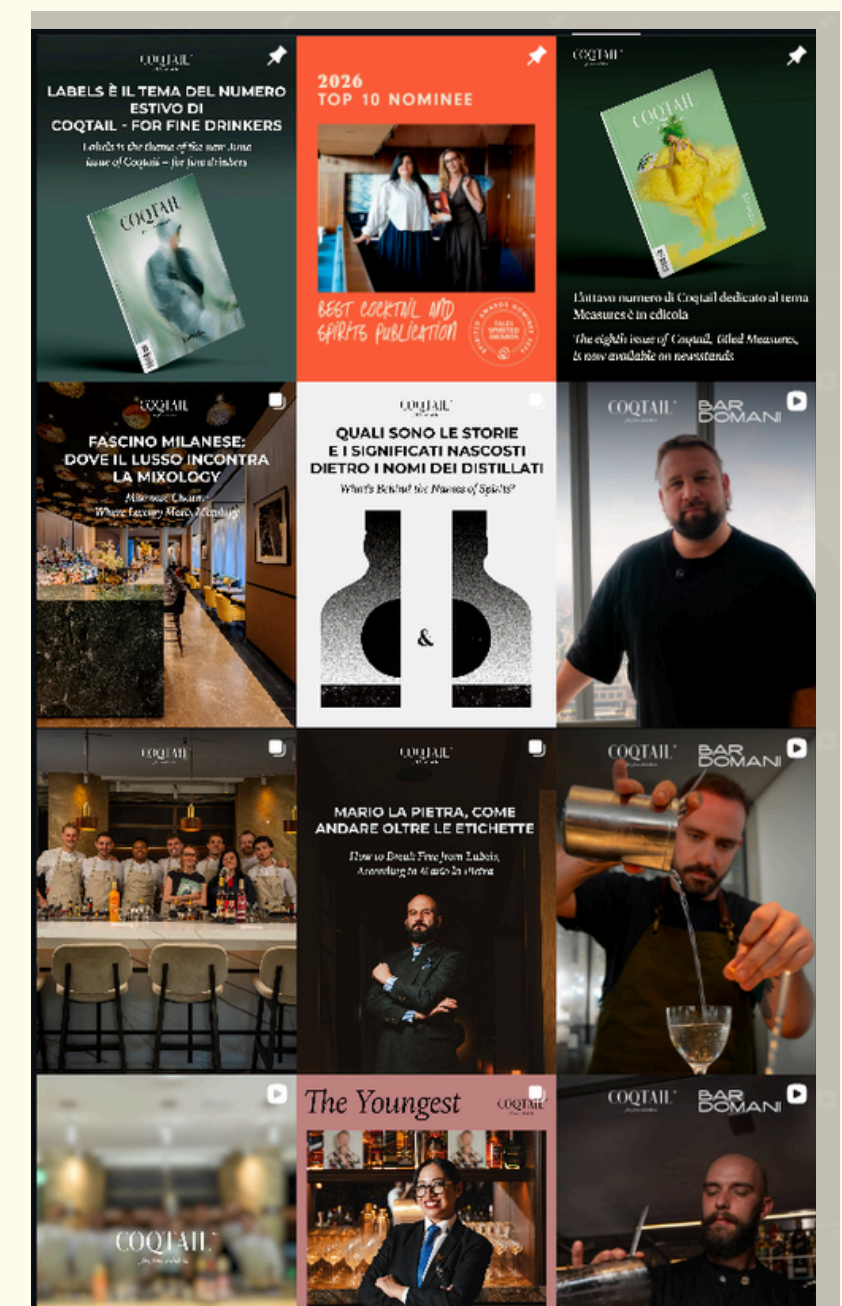
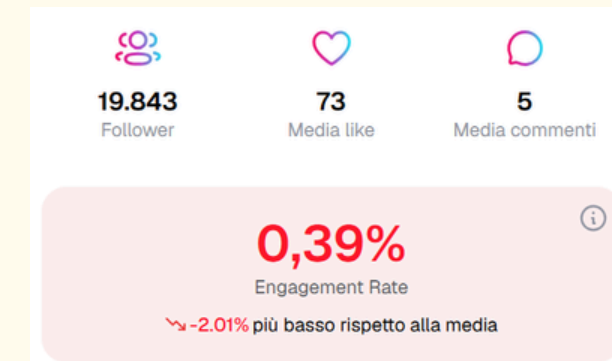
Il profilo si presenta chiaro e istituzionale, ha un TOV serio, analitico e molto settoriale.

L'engagement rate è basso rispetto alla media di settore, brand identity ben sviluppata, elegante e sofisticata.

Fa capire che non è per tutti è solo per professionisti.

Non c'è una guida ai locali.

Linktree infinito e dispersivo, sito molto editoriale in stile giornalistico.



Analisi Competitor

Bargiornale



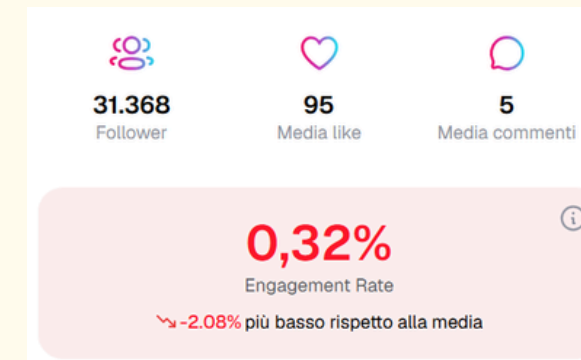
@redazione_bargiornale

Vero e proprio caposaldo del mondo bar in Italia.
Brand istituzionale, taglio giornalistico quasi impersonale.

Un po' old style e non ha così tanti follower per essere così importante a livello nazionale.

Ha un ER basso e i contenuti sono principalmente caroselli e reel ma con poco appeal (non vedo una strategia di content creation vera e propria).

Hanno una loro competizione.



Analisi Competitor

MT Magazine



Mito Magazine è un po' confusionario alterna molti font e colori, c'è poca brand identity ed è difficile definire una linea editoriale.

I follower son pochi (meno di 10k) e l'interazione leggermente più alta ma non molto.

Il sito ci sta ma è un po' poco comunicativo.

Hanno una guida e hanno un contest.

Il TOV è moderno, quasi futuristico ma poi il contenuto scende in un tono più formale.

Molto settorializzato, non per i non addetti ai lavori.



As-Is Competitor

Conclusioni

-  Tutti parlano in maniera editoriale, analitica e settoriale
-  Le brand identity sono coerenti tranne in MT o Mito Magazine
-  Nessuno spopola con più di 100k follower, i contenuti sono troppo verticalizzati, tecnici o poco coinvolgenti.
-  In Italia c'è spazio per un blog coerente, giovane, fresco e POP

As-Is The Jigger

Previsioni

- TOV Pop, fresco, leggero
- Brand Identity solida e riconoscibile
- Contenuti coinvolgenti con focus su argomenti pop
- Benchmark Marketing Espresso e Cocktailman



Target

A chi si rivolge The Jigger

The Jigger si rivolge a 2 pubblici simili ma con delle differenze:

Consumatore

Età compresa fra i 20 e i 40 anni con reddito medio/alto

Gli piace frequentare cocktail bar il week end e si reputa un esperto, è quello che consiglia e sceglie per tutto il tavolo.

Usa instagram e tiktok per scoprire nuovi cocktail e abbinamenti o scoprire nuovi locali.

Vorrebbe contenuti più leggeri e curiosità per fare colpo sugli amici piuttosto di leggere contenuti "editoriali"

Professionista

Età compresa fra i 20 e i 35 anni con reddito medio.

Lavora dietro il banco e aspira ad aprire il suo locale di cocktail. Sta imparando e cerca sempre nuove ispirazioni e modelli.

Usa instagram, tiktok per cercare e approfondire contenuti mentre linkedin per sentirsi parte di una community.

Cerca contenuti che lo facciano sentire parte di una community, che raccontino cose che già sa da un altro punto di vista o cose che ancora non conosce bene.

Brand Identity

Why

Perchè esiste The Jigger?

The Jigger esiste perchè vuole creare una community pop informata sul mondo della miscelazione in maniera leggera e accessibile. Il cliente del bar è al centro e il barman è il contorno.

Anamy

Cosa combatte The Jigger?

The Jigger combatte l'ego che è spopolato tra bar e bartender e riporta il cliente al centro dell'esperienza.

Polar Star

Cosa Guida The Jigger?

The Jigger ha come fondamento che al centro del mondo del bar c'è chi beve, non chi prepara.

L'accessibilità a un mondo poco compreso è ciò che guida il progetto.

Valori

Quali sono i valori fondamentali?

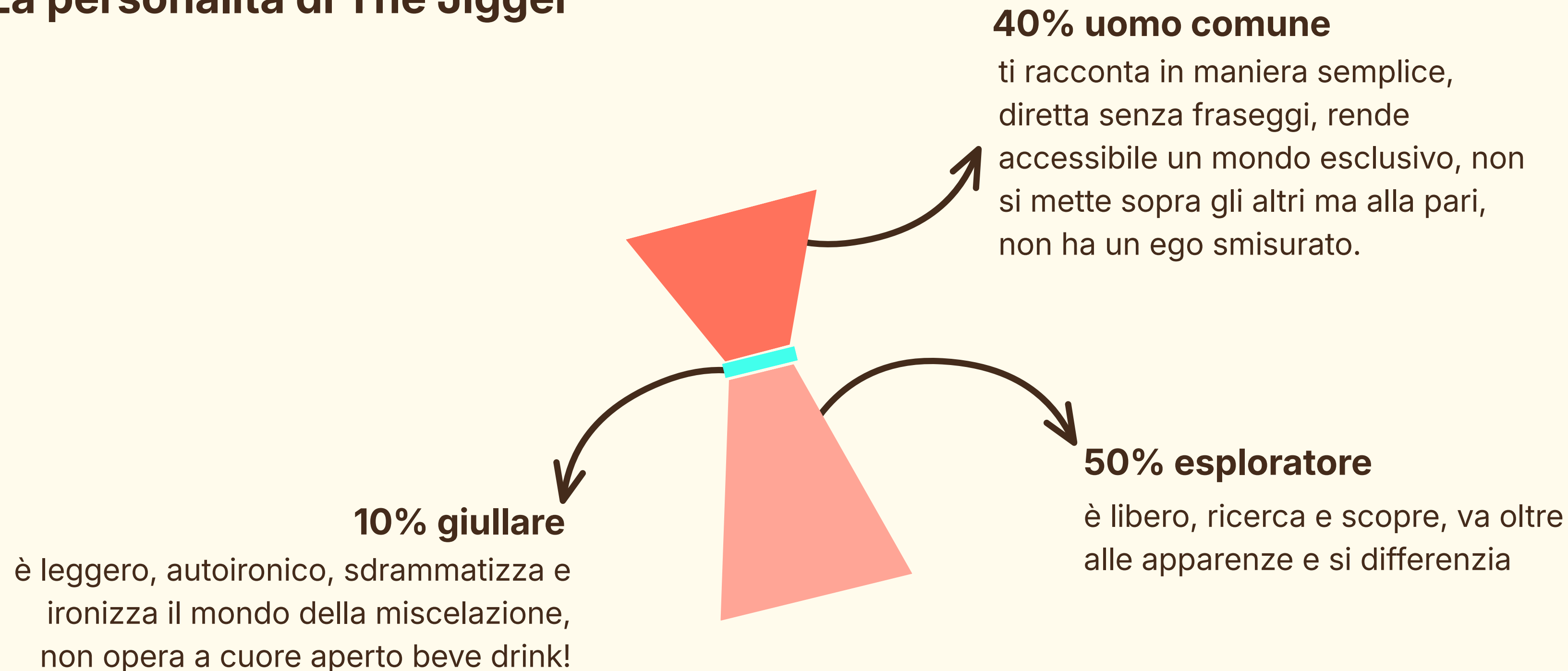
Complessità accessibile

Leggerezza consapevole

Scoperta entusiasmante

Archetipo

La personalità di The Jigger



Tratti della personalità

Come viene percepito The Jigger

Stiloso: esteta, ama le cose con carattere e stile, graficamente belle

Simpatico: non fa drammi, ci scherza su mentre racconta

Leggero: se ne frega dei giudizi altrui

Diretto: ti dice le cose come le pensa, senza girarci intorno

Curioso: non si ferma alla superficie, approfondisce

Tone Of Voice

Come parla The Jigger

The Jigger parla in maniera semplice, accessibile, colloquiale, in maniera calda e simpatica. Dice le cose in maniera diretta ma non maleducata o arrogante.

Le regole della voce di The Jigger:

1. Prima persona singolare o plurale, dalla sua esperienza.
Racconta quello che vive, da davanti al bancone. È il posizionamento fatto voce.
2. Apre con una curiosità o una domanda, non con un'informazione. Invita a scoprire, non spiega dall'alto.
3. Toglie il tecnicismo, tiene la sostanza. Il perché interessante resta, la lista di ingredienti per far vedere o informazioni tecniche spariscono o vengono semplificate.
4. Racconta una scena, non un comunicato. Ogni contenuto è un momento vissuto, non una scheda tecnica.

Tone Of Voice

Do - Dont's

Il cocktail che ho riscoperto in spiaggia quest'estate è il paloma.

Sono stato a Firenze per la Florence cocktail week e ho scoperto un locale dove fanno un cocktail con i funghi.

Perchè in Italia beviamo più amaro che in altri paesi? Il trend di bere bitter ce lo portiamo dietro ormai da secoli con la nascita dell'aperitivo all'italiana.

Per gli amanti dei distillati messicani il paloma è un cocktail perfetto per l'estate.

Durante la Florence cocktail week il bar Locale di Tizio ha fatto un twist sul negroni utilizzando shrub di funghi e aceto di riso.

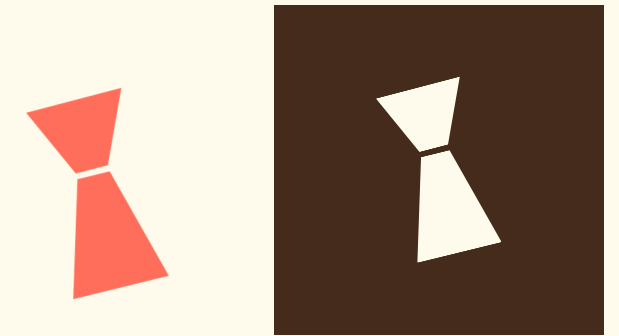
Gli Italiani sono il paese dove si beve più amaro di tutti perchè tra tutti Campari con l'infusione di botaniche come la china, il rabarbaro a fondato l'aperitivo all'italiana che ha come stipiti il negroni e il milano torino.

Concept Strategico

*Dalle chiacchierate leggere e oneste
scopri nuovi punti di vista
e combatti l'ego con l'autoironia.*

Visual inentity

Logo

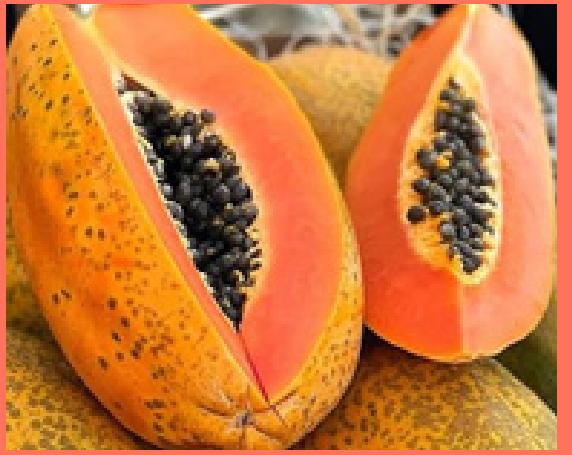


The Jigger

5 cose da sapere sul paloma

SEMPLICEMENTE IL TUO COCKTAIL PREFERITO

Questo è il corpo del testo che conterrà tutte le informazioni di fondo con le cose più importanti **in grassetto** e i link invece sottolineati.



Channel mix

Dove comunicherà The Jigger



Sito web: Sarà il cuore dove ci sono tutti gli approfondimenti e articoli.



Instagram: Sarà il luogo dove gireranno i contenuti e The Jigger costruirà community.



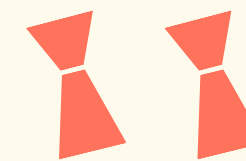
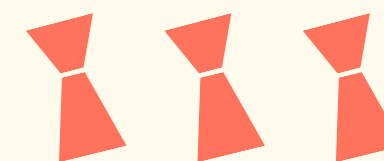
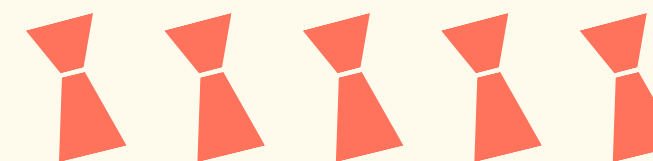
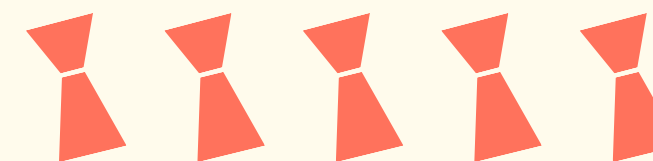
TikTok: Sarà il luogo dove gireranno i contenuti con focus sui video e The Jigger costruirà nuova audience.



Linkedin: Sarà il quartier generale per i professionisti qui The Jigger costruirà autorevolezza.



YouTube: Sarà il luogo del long form, verrà avviato in una fase più matura del brand.



Sito Web

Obiettivo del sito

Quale obiettivo ha?

**Creazione contenuti
SEO friendly**



**Generazione di
traffico organico**



**Iscrizione alla
newsletter**

KPI di monitoraggio

-  Contenuti pubblicati e SEO ranking
-  Visite al sito
-  Nuovi iscritti NL
-  Nuovi iscritti NL / Visite al sito

Alberatura

Come sarà strutturato il sito



Legal Pages

Privacy Policy | Cookie Policy

Info Tecniche

La struttura del sito

CMS: Wordpress

Dominio: www.thejigger.it

Hosting: Aruba

Newsletter: Brevo

Tracking: GTM, Google search console, GA4

SEO: rankmath

Performance: litespeed

GDPR: Ubenda

liquid culture

Il bar visto da davanti al bancone.

Chiacchierate leggere e oneste sul mondo dei cocktail. Nuovi punti di vista, zero snobismo.

Leggi le storie

Trova un bar

Iscriviti alla newsletter

Ciao Ecco di cosa parlo qui dentro

Tre cassetti, un solo punto di vista: il tuo, seduto al bancone.



Il mondo del bar oggi

Cosa bolle nel settore, raccontato da dentro. Senza gergo, senza cattedra.

Entra



I nostri cocktail preferiti

Storie di drink, con la ricetta in fondo. Prima il perché, poi il come.

Entra



I migliori bar che abbiamo visitato

I posti giusti, città per città. Zero fuffa, solo dove tornerei.

Entra

Dove si beve bene, davvero

Le guide città per città, testate di persona. Dallo sgabello, non dal comunicato stampa.

Esplora le guide



foto: bancone a Milano, lato ospite
or browse files

Milano



foto: bar a Roma, luce dorata
or browse files

Roma



foto: cocktail in mano, Firenze
or browse files

Firenze



foto: vermuteria a Torino
or browse files

Torino

Le ultime dal bancone

Vai al blog



Drop an image
or browse files

I NOSTRI COCKTAIL PREFERITI

Il cocktail che ho riscoperto in spiaggia è il paloma

12 luglio 2026



Drop an image
or browse files

IL MONDO DEL BAR OGGI

Perché in Italia beviamo più amaro che altrove?

3 luglio 2026



Drop an image
or browse files

I MIGLIORI BAR CHE ABBIAMO VISITATO

Firenze: il locale dove fanno un cocktail coi funghi

24 giugno 2026

chi c'è dietro

"Non ti parlo da critico. Vengo da dietro al bancone — poi mi sono seduto dall'altra parte, dalla tua."

Scopri il progetto

liquid culture, dritta nella tua inbox

Il bar, raccontato da chi si siede.

Una mail al mese con storie di drink, locali visti dallo sgabello e cose del settore spiegate senza snobismo.

La tua email

Mi iscrivo

Niente spam, niente pippe. Solo roba buona, una volta al mese.



liquid culture

Il mondo del bar raccontato da davanti al bancone. Zero snobismo, solo storie vere.

Pagine

Home
Blog
Chi siamo
Newsletter

Categorie

Il mondo del bar oggi
I nostri cocktail preferiti
I migliori bar che abbiamo visitato

Social

Instagram
TikTok
LinkedIn
YouTube

Una mail al mese

Storie di drink e locali, senza spam. Promesso.

La tua email

Vai

Content

Rubriche editoriali

Di cosa parleremo

Il bar di oggi

Rubrica che tratta le tendenze e le mode nel mondo della miscelazione.

Parla delle novità, di tutto ciò che innova il mondo del bar e come viene consumato.

I nostri cocktail preferiti

Questa rubrica parlerà di cocktail, delle loro storie, di come li ho conosciuti e vissuti, di cosa c'è dietro il cocktail, di quali sono i migliori momenti per berlo, di curiosità.

Poi alla fine anche di come prepararlo.

Da qui oltre al carosello ci sarà una videoricetta dei social.

I bar che abbiamo visitato

In questa rubrica ci saranno articoli integrati ad una mappa dove vengono raccontati i cocktail bar che il team di The Jigger ha visitato.

Verrà raccontata la location, il menu, cosa è stato provato, l'ospitalità e qualche aneddoto divertente.

Grazie