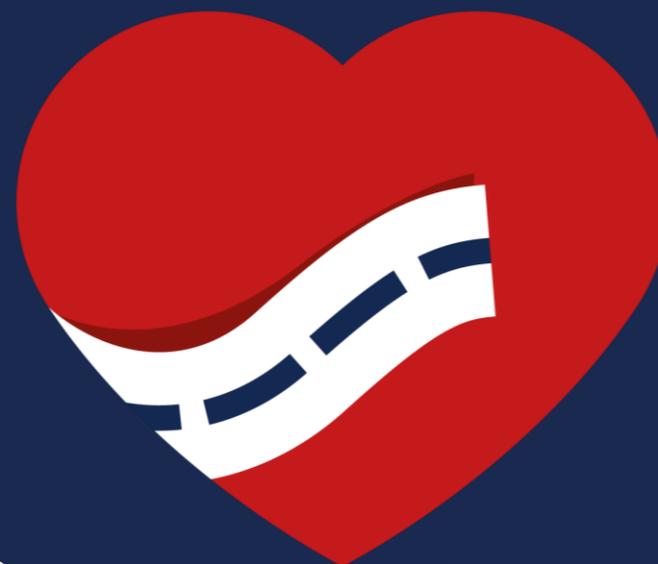


EVIDENZIA

THE BRANDING STRATEGISTS



Annapaola Cagnan



Progetto di comunicazione

il condominio orizzontale



“I LOVE NY” (Milton Glaser, 1976)

Progetto d'identità

Genesi del logo

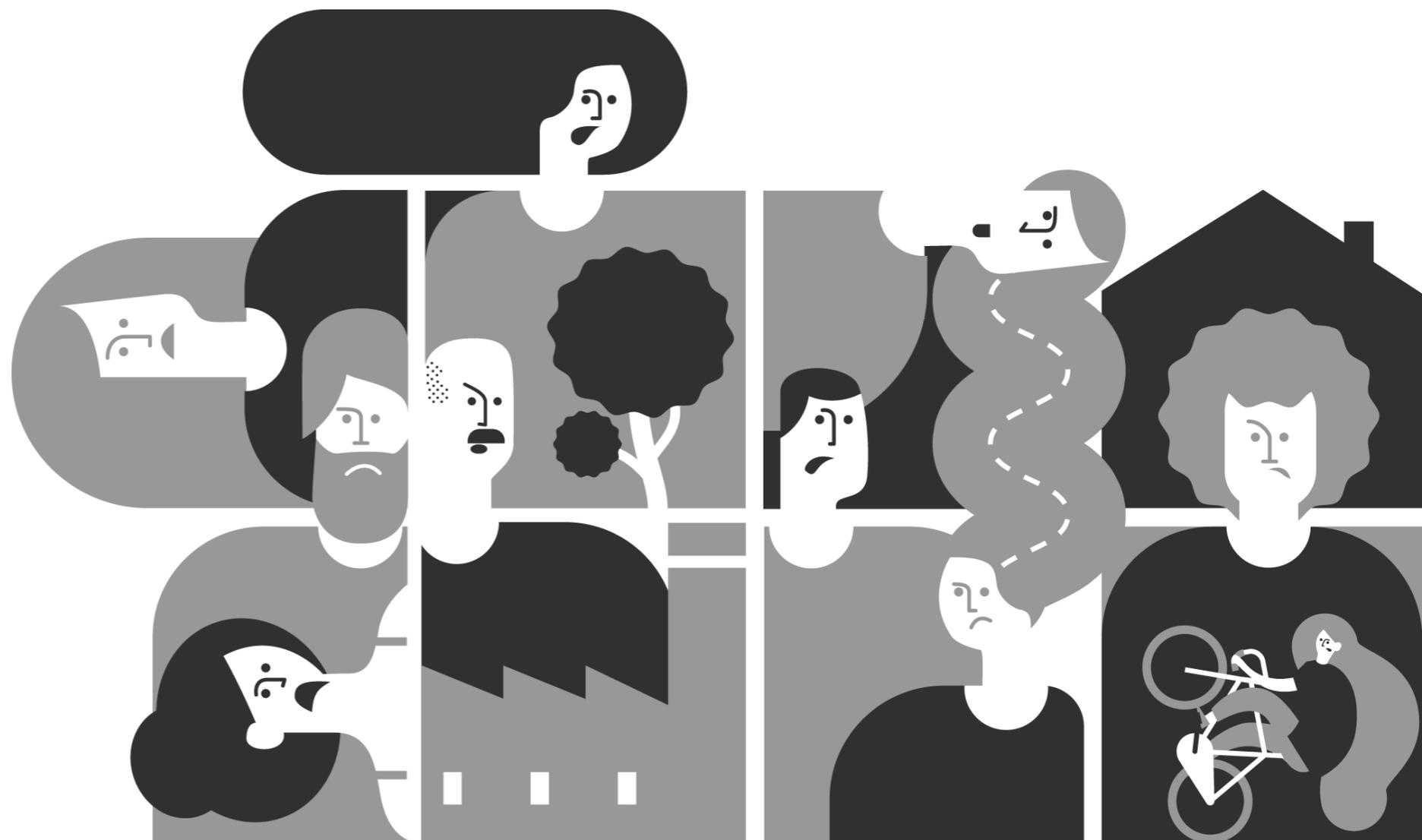
Senso di appartenenza: è una dichiarazione di intenti che ha lo scopo di tenere assieme le persone.



Ripresa di un logo iconico,
ma interpretato in chiave
originale.

L'immagine del condominio orizzontale

Condominio:
simbolo per
autonomia di liti
e beghe.



...ma anche luogo
di aggregazione,
condivisione,
comunità.



Segnaletica

Applicazione di vetrofanie che rendano riconoscibile l'appartenenza al condominio orizzontale.



Abitanti



Attività



Imprese



Strategia di comunicazione

Target: il popolo di Strada Ovest

Obiettivo: coinvolgere attivamente il target nel progetto, generando un senso di appartenenza che li porti ad aderire all'Associazione.



Strumenti: 1-Vilma, la portinaia del Condominio Orizzontale

È il fattore aggregante del condominio. Custodisce lo stabile attraverso il controllo delle persone che accedono nel condominio=mette il naso nella vita dei condomini.

Passata di testimone in testimone, ha il compito di veicolare un messaggio in modo virale, un PASSAPAROLA che ha come obiettivo quello di creare la community dei condomini.



Passata di testimone in testimone, ha il compito di veicolare un messaggio in modo virale, un **PASSAPAROLA** che ha come obiettivo quello di creare la community dei condomini.

Chi trova Vilma nel proprio pianerottolo deve:

- 1. Registrare un video** rispondendo alla domanda “cosa vorrei migliorare della Strada Ovest?” oppure “perchè faccio parte del progetto I Love Strada Ovest?”
- 2. Pubblicare il video** sulla propria pagina facebook o instagram con l’#ilovestradaovest (oppure caricarlo su una sezione apposita del sito).
- 3. Lasciare Vilma** davanti al portone di un vicino.



2-Mailing cartaceo

L'arrivo di Vilma è anticipato dalla distribuzione di un pieghevole in Strada Ovest.

3-Video messaggi

4 video messaggi
inviati da alcuni soci
fondatori
dell'Associazione in
cui spiegano le
motivazioni per cui
hanno aderito al
progetto, invitando le
persone a fare
altrettanto.





Modalità

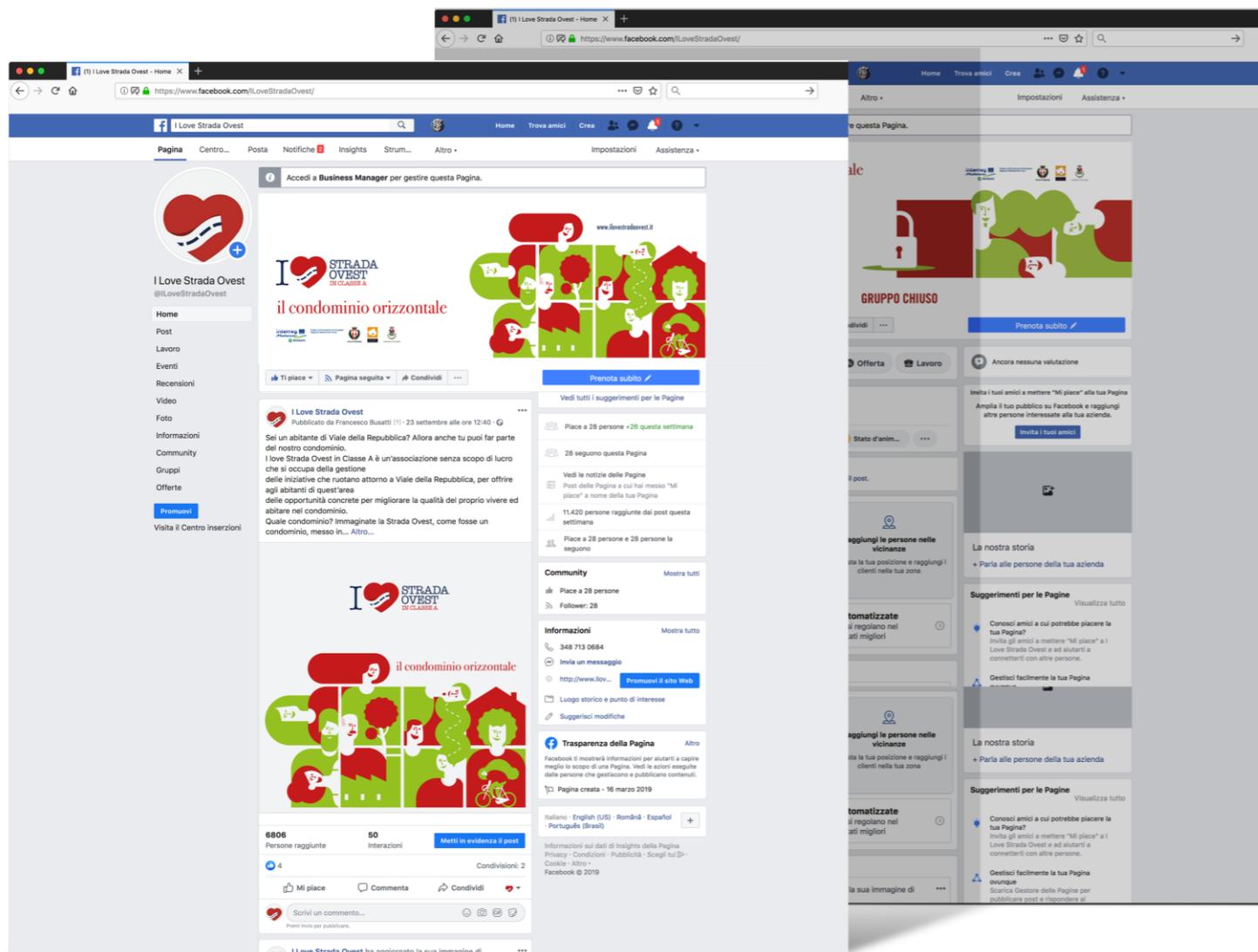
Video-citofono del
condominio

Veicolazione

Caricati sul sito
pubblicati sul canale
facebook
tramite Qr code
stampato sulle
cartoline in
distribuzione
tramite la Vilma



4-Il sito internet
www.ilovestradaovest.it



5-Social

www.facebook.com/ilovestradaovest

Pianificazione editoriale

Creazione gruppo
chiuso FaceBook

Campagna Facebook
ADS

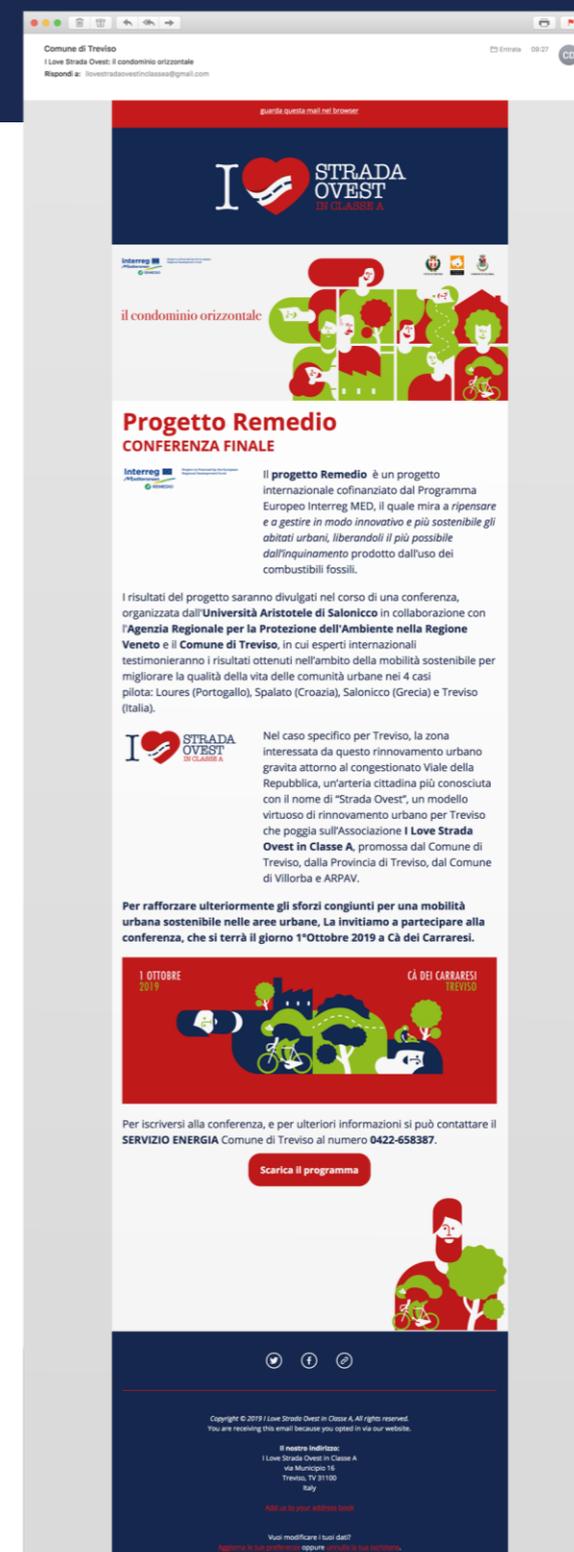
6-Newsletter

Mailing list:

Contatti ottenuti tramite
adesione al gruppo chiuso di
Facebook

Contatti ottenuti tramite
iscrizioni volontarie tramite il
sito

Obiettivo: mantenere sempre
vivo l'interesse per l'iniziativa e
di coinvolgere la popolazione
condividendo tutte le
informazioni utili.





6-Ufficio stampa

EVIDENZIA | THE BRANDING
STRATEGISTS

Grazie per l'attenzione.

