



P A S T O

N O M A D E

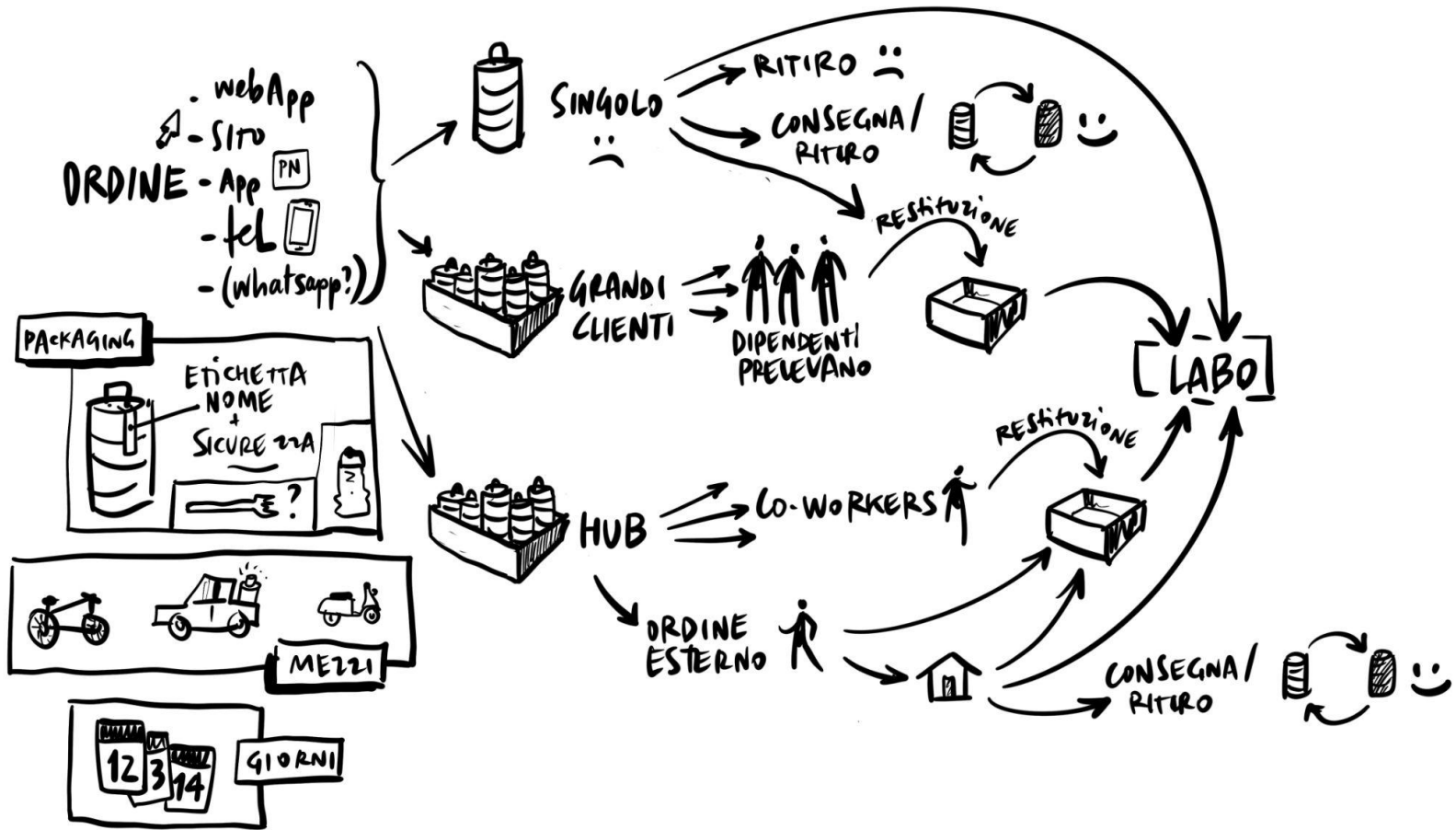
PRESENTAZIONE FINALE

Fitstic - McLuhan X

LOGISTICA

ALICE ROSELLINO - MATTIA RESTANI - LUCA GANDOLFI - VALERIA BANDIERA - SARA MEFTAHI





GLI HUB

C'è un mondo

VIA GUERRAZZI 20/A

- **Negozio bio ed equo solidale** di abbigliamento, cosmetici, alimentari, oggetti per la casa e cibo.
- **Ottima posizione strategica e valori condivisi con Pasto Nomade:** bio, solidale, prodotti artigianali fatti con cura e amore, materie prime sostenibili, filiera etica.



Altromercato Bologna bottega Exaequo

VIA ALTABELLA 7/B

- **Impresa collettiva che gestisce una bottega di abbigliamento, e non solo:** offrono servizi di catering, si occupano della distribuzione dei prodotti del commercio equo sul territorio e promuovono attività educative, culturali e di sensibilizzazione.
- **Ottima posizione strategica e valori condivisi con Pasto Nomade:** modello di sviluppo sostenibile, inclusivo e solidale e l'importanza del consumo critico. Possibile collaborazione per i catering?





Back to beauty

VIA DE' MONARI, 1E

- **Centro estetico biologico** dove puoi anche trovare **accessori fashion e oggetti da collezione vintage**. L'unicità di questo centro è legato all'idea che oltre all'estetica viene offerto un ampissimo catalogo di vinili per collezionisti e amanti della musica.
- **Valori condivisi con Pasto Nomade:** bio, ethic beauty, l'inclusione con altre culture; ottima opportunità per farsi conoscere di più a Bologna per entrambe le parti!



Chimicazero loft

VIA FRATELLI ROSSELLI, 8AB

- **Acconciatura, Estetica e Naturopatia in un unico spazio eco-bio**. Tutti i prodotti e trattamenti sono concepiti a chimica verde e naturopatica, senza componenti tossiche per l'uomo o inquinanti per l'ambiente e con ingredienti naturali e biodinamici fino al 100%.
- **Valori condivisi con Pasto Nomade** come gli ingredienti naturali, bio e ecosostenibili.

MOBILITÀ SOSTENIBILE

Officine Recycle

LABORATORIO DI PRODUZIONE MODENESE DI CARGO BIKE HANDMADE

Dal 2016, a Modena, 5 amici con una passione comune hanno progettato e costruito **Bronte**, la loro prima **cargo bike**, con la capacità di trasportare in maniera veloce, efficiente ed economica grossi carichi:

- Made in Italy;
- Filiera corta;
- Riciclo;





La Filosofia

Ogni **cargo bike**, creata da una “**vecchia**” **bici**, esce dalla loro officina rimpiazza potenzialmente un’auto o un furgone nel Mondo, contribuendo ad una società più **sostenibile**, attenta e rispettosa dell’ambiente e a misura d’uomo.

Personalizzazione

Eseguono personalizzazioni a richiesta, dalle grafiche, alla verniciatura, alle geometrie del telaio.

Scegliendo di avere le cargo bike customizzate, renderà il servizio **iconico!**

LE NOSTRE PROPOSTE

ABBONAMENTO

- Opzione **delivery**
- Incentivare all'acquisto di **più pasti** settimanali
- **Scontistica** sui prezzi in base al numero di pasti settimanali acquistati o ogni tot pasti acquistati consegna gratuita



CAUZIONE



- Opzione **delivery**
- **Prima consegna gratuita** con 15 euro di **cauzione** in deposito per la Dabba
- La cauzione viene restituita al cliente dopo l'avvenuta riconsegna della Dabba
- Se il cliente non la restituisce i soldi rimangono a Pasto Nomade come rimborso della Dabba persa
- Nell'eventualità in cui la persona riordini, alla consegna darà indietro la Dabba "vecchia" e non verranno scalati altri soldi ma nemmeno tolti perchè al cliente è comunque rimasta una Dabba. E così via...

PASTO FREE

Per gli Hub utilizzare l'offerta di un pasto gratuito come **incentivo** per la persona che si occuperà di gestire le consegne delle Dabbe il tal giorno.





IDENTITÀ VISIVA

PAOLO BALZAMO - ELISABETTA BOLOGNESI - ERJON MEKBULI - SERENA GIUSTACCHINI - CAMELIA DOINA



UN PITTOGRAMMA DINAMICO

Forma **circolare** per indicare gli ingredienti all'interno della schiscetta.
Potrebbero essere utili per il **feed** di IG o per creare **merchandising** stagionale
o per **icone** del sito...

"SEGUIAMO LA STAGIONALITÀ DELLE MATERIE PRIME"



INVERNO



PRIMAVERA



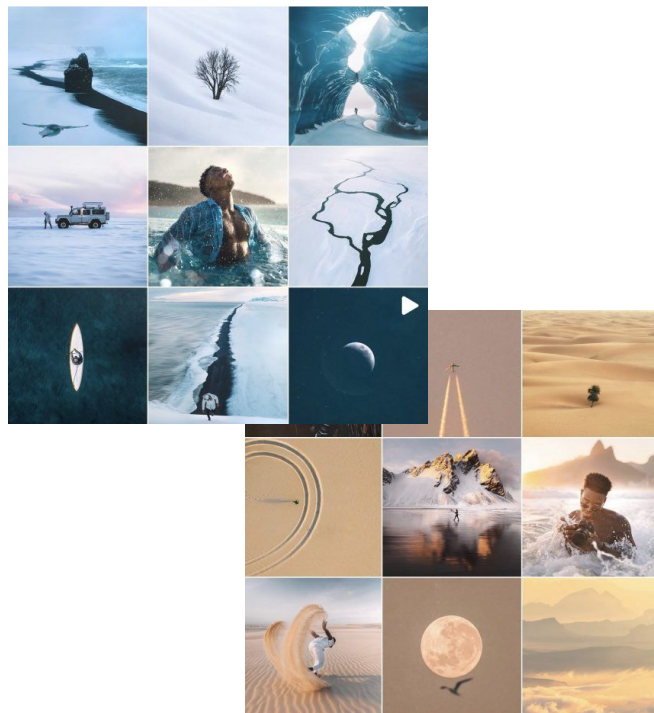
ESTATE



AUTUNNO

FEED STAGIONALE PER INSTAGRAM

Utilizzando uno sfondo neutro per risaltarne i colori, gli ingredienti sono i protagonisti



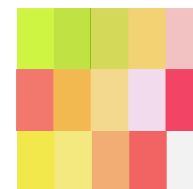
PaLETTE colori

Freddi e Profondi



INVERNO

Vivaci e Pastello



PRIMAVERA

Brillanti e Accesi



ESTATE

Caldi e Naturali



AUTUNNO

LO STILE FOTOGRAFICO

Foto e video **spontanei e semplici**, che diano la sensazione di “**fatto a mano**”;

TONALITÀ SATURE E COLORI ACCESI

1. Foto per le **tavolate** di cibo e **pattern** di pasti pronti che riempiono l'immagine e che **NON** si veda lo spazio attorno oppure fatte da **45°**;
2. Foto con **ingrediente** al **centro** del post con continuità di sfondo;
3. Foto **dall'alto centrate** o **media altezza** scattate da **45°** ben **illuminate** dei pasti pronti;



Esempio per: “Rubrica contro gli sprechi”

ACCOGLIERE L'UTENTE CON UN'INFOGRAFICA FLAT CON LA FOTO DEL PRODOTTO

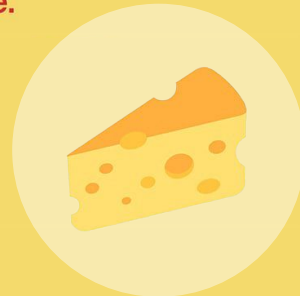
Advices:

- Il **font** deve essere **sempre** lo stesso, look generale da mantenere come base;
- Ricette esposte passo passo in uno **slideshow/carosello**;
- **Palette colori** che segue l'alimento trattato nel post;



The Truth About Expiration Dates

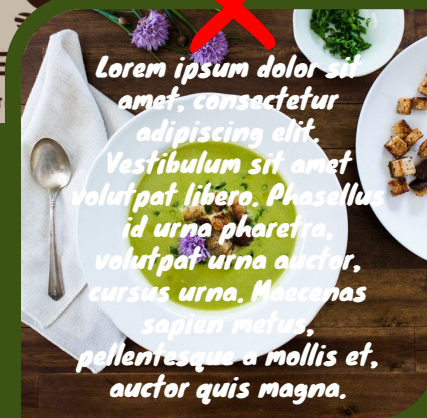
1. They're not always an indicator of safety.
2. They're based on a best-quality date, not an expiration date.
3. Look, smell, and taste. Use your senses as a guide.



Risultato da evitare

ELEMENTI PRECISI CHE VANNO RISPETTATI:

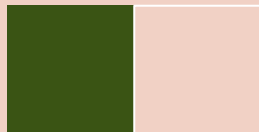
- **Proporzioni** del soggetto ($\frac{4}{5}$);
- **Posizione** del soggetto;
- **Colori** della stessa tonalità della foto;
- **Testo** scritto sull'immagine (**NON** troppo);





STICKER PER LE STORIES

Gli sticker potranno anche essere pubblicati e potranno essere utilizzati da tutti per rafforzare la **community**



CONSIGLIO GENERALE

Evitare di usare altri **colori** diversi da quelli **principali** del logo per le grafiche, esclusi i colori dei pittogrammi stagionali, per rendere **riconoscibile** il brand attraverso essi

I FONT e il PAYOFF

SERVE PER TRADURRE IN UNA FRASE SEMPLICE IL SIGNIFICATO DELL'AZIENDA

Proponiamo di definire due **Font** principali:

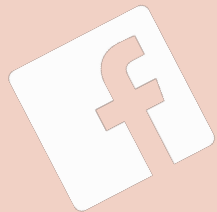
- Sans Serif (**Montserrat**) per il payoff e i contenuti professionali;
- Fantasioso (**AMATIC SC**) o quello che già utilizzate, per contenuti ispirazionali (senza esagerare);

***“Una pausa per noi, Una
per il pianeta”***



SOCIAL

ILARIA DELMELO - ALESSIA MARTINI - SERENA D'ADDATO - GIORGIA VEZZANI - CAMILLA CATALANO



PIANO EDITORIALE

MARZO:

1-6

7-13

14-20

21-27

28-31

LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SAB-DOM
	CONCORSO BUONO SCONTO	RICETTA DEL GIORNO/MESE		DIETRO LE PENTOLE	
	RICCORENZA SPECIALE	CONTRO GLI SPRECHI		STAFF	
	TI INFORMIAMO	NOSTRO PIATTO		DIETRO LE PENTOLE	
	NOSTRO PIATTO	CONTRO GLI SPRECHI		REPOST E RECENSIONI	
	RUBRICA SALUTE				

Storie:

- Corsi
- Recensioni e repost
- Delivery
- Dietro le quinte in cucina
- Vinci un pasto
- Piatti stagionali
- Senza zucchero e SENZA glutine
- Healthy Pills (Curiosità e consigli alimentari su ricette e materie prime)
- CuciQuiz

MARTEDÌ: GIORNO CURIOSITÀ

RICORRENZA SPECIALE

Condivisione di contenuti inerenti ad una determinata **festività** o **ricorrenza** che ci sta a cuore.

CONCORSO BUONO SCONTO

Proporre una volta al mese una **challenge** da fare con i nostri followers per vincere buoni/**premi**/pranzo in omaggio.

NOSTRO PIATTO

Foto e video.

RUBRICA SALUTE

- A cosa fa bene un determinato alimento?
- Lo sai che lo zafferano fa bene a...?

TI INFORMIAMO

- Una rubrica dove **informiamo** i nostri follower su un qualunque tema a noi caro.
- Attraverso foto, ricette, piatti, libri, video dove noi parliamo.
- Per tenere la **sostenibilità** e l'**etica** del nostro lavoro al centro della nostra comunicazione.



MERCOLEDÌ: GIORNO RICETTE

RICETTA DEL GIORNO/MESE

- Ogni tot tempo chiediamo direttamente ai nostri clienti quale potrebbe essere una ricetta in programma.
- Spiegare una **ricetta** (o quasi) **DIY**.
- Se è un periodo specifico, (come potrebbe essere ottobre-novembre per la zucca), creare e condividere una ricetta da fare a casa.
- Reels.

CONTRO GLI SPRECHI

- Condividere con i followers ricette per **recuperare** quella frutta e verdura che se no andrebbe buttata.
- Reels.

NOSTRO PIATTO

Foto o video di un nostro piatto in menù, dove raccontiamo dei piccoli **trucchi** per farlo o delle **curiosità** per renderlo più buono.



VENERDÌ: GIORNO "LEGGERO"

Il fine settimana è alle porte, condividere **contenuti "leggeri"** e divertenti ci fa chiudere in meglio la settimana.

STAFF

Foto e video dove lo **staff** è il protagonista, per rendere partecipi i followers e farli affezionare a noi.

DIETRO LE PENTOLE

- Buttiamoci tutti insieme dietro alle quinte della nostra cucina.
- Foto e video dei **retroscena** dei nostri piatti.
- Reels.



REPOST E RECENSIONI

Il **cliente** al centro della comunicazione.

Repost e **recensioni** proprio da loro, sproniamo il cliente a seguirci e taggarci in foto e storie coinvolgendoli nella nostra community.

CONCORSO

**RUBRICA
SALUTE**

**TI
INFORMIAMO**

**NOSTRO
PIATTO**

**MARTEDÌ:
GIORNO CURIOSITÀ**



**MERCOLEDÌ:
GIORNO RICETTE**



**VENERDÌ:
GIORNO "LEGGERO"**



RICETTA DEL GIORNO/MESE



CONTRO GLI SPRECHI



NOSTRO PIATTO



CONTRO GLI SPRECHI

**DIETRO LE
PENTOLE**

STAFF

**DIETRO LE
PENTOLE**

**POST E
RECENSIONI**





EVENTI

KLAUDIA DUKA - CLAUDIA BUDRIESI - LORENZO NULLI O RINALDUCCI - FEDERICO RAIA - GRAZIA GARZONE





EVENTO GENERICO NOMADE

Organizzare un evento per pasto nomade per far conoscere le persone di pasto nomade tra di loro. Tramite un sistema di **prenotazioni online** (grazie ai social) le persone riservano la loro schiscetta.

Scopo: Solidificare la **community** alla base di Pasto Nomade per la **fidelizzazione** della clientela. Bisogna anche documentare l'avvenimento tramite **video e foto** da mettere online.

Durata: All'aperto, qualche ora, nel weekend.

Budget: Materie prime e catering.

Target: Beta tester o generalmente persone che già conoscono il brand.





SPONSORIZZAZIONE DI EVENTI DI NETWORKING

Le grandi aziende spesso organizzano eventi di networking per farsi conoscere tra di loro, pasto nomade potrebbe partecipare come mensa per questa occasione.

Scopo: Diffondere la conoscenza di pasto nomade agli imprenditori ed alle persone col budget per potersi permettere i loro prodotti.

Durata: Mensa, 3 ore

Budget: Materie prime e catering.

Target: Imprenditori




PUNTO VENDITA MOBILE

Installare un punto vendita mobile momentaneo in **punti frequentati** di Bologna negli **orari dei pasti** più comuni.

Una persona pranza nei dintorni del punto vendita, riconsegna le schiscette e le posate appena finito.

Scopo: Diffondere la notorietà del brand e divulgare i **valori** aziendali del mangiar bene, sano e rigenerante.

Durata: 2 ore e mezza/tre in parchi, specialmente d'estate.



Budget: Serve una persona che porti un determinato numero di schiscette già preparate, inoltre le posate devono essere fornite dal punto vendita e riconsegnate sul posto.

Target: Impiegati chiunque in pausa pranzo/Turisti/"curiosi" dello stile di vita.





WORKSHOP PER UNIVERSITARI

Fare un **laboratorio** ad hoc per coinvolgere gli **studenti universitari** (anche fuori sede) per la preparazione di piatti economici e vegani.

*Il workshop **NON** deve costare troppo.*

Scopo: Diffondere la notorietà del brand tra le **fasce più giovani**. Connettersi alla clientela tramite laboratori che incontrino le esigenze di chi vi partecipa.

Durata: 2 ore e mezza.

Budget: Serve una persona sul luogo che insegni a cucinare, affiancato da altre persone che seguano gli studenti. In più servono gli ingredienti.

Target: Studenti universitari/giovani adulti.





COMUNICAZIONE OFFLINE

ENRICO CORREGGIARI - NICOLA MALENOTTI - GIADA MAURIZZI - FILIPPO GILIOLI - ELISA BUOLI



La Cargo Bike

Uno degli elementi più caratteristici di Pasto Nomade: la tricicletta!

Essendo sicuramente un elemento **caratteristico** di Pasto Nomade, abbiamo pensato di sfruttarla per **rafforzare** la nostra comunicazione



MERCHANDISING

Le T-Shirt

NON C'È COMUNICAZIONE PIÙ EFFICACE CHE IL PASSAPAROLA.

L'idea è di rendere iconici, e quindi subito riconoscibili, i **rider** di Pasto Nomade.

Fino a rendere i clienti più affezionati veri e propri **ambassador** di Pasto Nomade.

Ovviamente ogni tessuto del merchandising sarà realizzato in **cotone biologico ecosostenibile**.





Le Borracce

Se per il cibo si utilizzeranno le Dabbe, per trasportare le bevande serve un recipiente altrettanto **iconico** e **riutilizzabile**.



Le sacche

Un metodo per **trasportare le dabbe** dal punto di consegna al luogo in cui mangiare:

realizzare delle sacche che saranno al tempo stesso sia sacchetto sia merchandising **acquistabile** (o ottenibile come “**premio fedeltà**”) dai clienti più affezionati.

Le **posate** avranno all'interno uno spazio apposito.



Le Shopper

Dedicate a coloro che **non** vogliono utilizzare i sacchetti di plastica, tra il merchandising di Pasto Nomade saranno presenti anche le shopper.

La shopper è il merch più **versatile** che ci sia ed un ottimo modo di mostrare il proprio **marchio** per le strade di Bologna (e non solo).



CONCLUSIONI





CONCLUSIONE

LOGISTICA

Effettuare l'**ordine** attraverso servizi online (web App, sito, App, Facebook, whatsapp) sia da clienti singoli che gruppi più ampi. In entrambi i casi il cliente dovrà autonomamente **riportare la schiscetta**. La schiscetta verrà distinta segnandole il nome del cliente.

Il **trasporto** degli ordini verrà effettuata attraverso mezzi come: bici, macchine, motorini.

E' possibile **collaborare** con tante realtà bolognesi che condividono gli stessi valori di Pasto Nomade.

Servizi aggiunti:

- Abbonamento
- Cauzione
- Pasto free



IDENTITÀ VISIVA

Stagionalità: integrare il concetto anche dal punto di vista grafico, utilizzando illustrazioni e colori di ingredienti della stagione.

Stile fotografico semplice, curato e pulito, per trasmettere la sensazione di scatto sul momento. Creare contenuti con toni saturi e colori accesi. I soggetti delle foto devono essere posizionati al centro seguendo semplici linee guida. Evitare l'uso di troppe scritte sui post.

Payoff: riassumere il valore e la mission dell'azienda in poche parole, per renderle più chiare al pubblico.

Community: dare alla propria community occasione di farsi distinguere anche sui social, usando gli sticker dell'azienda nelle storie Instagram.





CONCLUSIONE

SOCIAL

Utilizzare i social come **fonte di pubblicizzazione dell'azienda** (mostrare il processo lavorativo) e di diffusione di **contenuti educativi** (insegnare ai follower qualcosa di interessante e importante).

Usare le **storie** per contenuti creati sul momento, condivisioni educative e interazioni.

Categorizzare i contenuti in **3 rubriche** settimanali.

COMUNICAZIONE OFFLINE

Utilizzare come mezzo iconico di consegna la **tricicletta**.

I **sacchi in tessuto** con il logo di Pasto Nomade renderebbero più comodo il trasporto della schiscetta.

Regalare uno **shopper** ai clienti fidelizzati comunicherebbe uno dei valori principali, la sostenibilità e la sostituzione della plastica nel quotidiano.

EVENTI

Organizzare eventi per i fruitori di Pasto Nomade attraverso la **prenotazione online**. Il momento di unione e divisione comune dei pasti rafforzerebbe l'**autorità dell'azienda** e aiuterebbe a creare nuove conoscenze.

Affiancare gli **eventi aziendali** per organizzare le mense, diffondendo così il servizio di food delivery.

Installare un **punto vendita mobile** momentaneo in punti frequentati di Bologna, negli orari dei pasti più comuni.

Organizzare degli **workshop** per gli universitari in cui insegnare agli studenti come preparare cibo sano spendendo poco.





Fitstic - McLuhan X