

Camilla Capponi
Nadia Durigon
Matilde Francesconi
Beatrice Marchiori
Michela Songia



Analysis: dove siamo?



External & overall situation

Pest Analysis

Political Factors

Standard sanitari
Impianti e allestimenti
Incentivi

Social Factors

Food (attenzione e consumo)
Esperienza elitaria
Cucine a vista

Technological Factors

Nuovi materiali
e
Smart Home

Economic Factors

Nuove aperture: Ristoranti
Alberghi
Bar

External & overall situation: SWOT Analysis

Strengths

- Attenzione al cliente
- Realizzazione idee innovative
- Utilizzo materiali innovativi/qualità
- Personalizzazione prodotto
- Sponsorizzazione Artissima
- Legame con il territorio

Weaknesses

Comunicazione
Limitata distribuzione sedi supporto

Opportunities

Street Food (Fol)
Made in Italy
Aumento programmi TV Food
Nuove tecnologie
Cucine a vista
Attenzione alla sostenibilità

Threats

Competitors
Cambiamento del comportamento
del consumatore

Market situation: Competitors

Diretti

Angelo Po
Gifar
Novatec
Frecciainox
Cavigar
Veneta Grandi Cucine
Guidotti Cucine
Web-Inox

Indiretti

Electrolux
Gaggenau
Miele

Market situation: Comparables & Best Practices

Alessi

Made in Italy, design, storicità, territorialità

The image shows a screenshot of the Alessi Facebook page. On the left is the navigation menu with options like Home, Informazioni, Foto, Instagram, Pinterest, Netiquette, Persone a cui piace, Video, Note, Alessi cutlery collection, and Post. The main content area features a post from Alessi dated 8 marzo alle ore 18:00. The post includes a large image of a silver moka pot with a red circle overlaid containing the text 'AVOID THE TYPICAL GIFT #GIFTALESSI'. Below the image are interaction buttons: 'Mi piace', 'Segui', 'Invia messaggio', and 'Invia un messaggio'. The post text reads: 'There's a place where your poetic side comes to life. Discover Alessi's universe in the newly released book "The Dream Factory", written by Alberto Alessi and published by Rizzoli. Now available in stores and online.' Below the text is a book cover for 'THE DREAM FACTORY ALESSI SINCE 1921' with colorful silhouettes of Alessi products. The post has interaction buttons for 'Mi piace', 'Commenta', and 'Condividi'. Below the post is the 'Informazioni' section, which is divided into 'Informazioni aziendali' and 'Storia'. The 'Informazioni aziendali' section includes 'Fondazione - 1921', 'Mission' (Our mission is to translate into the industrial production our talent in Design Excellence...), and 'Informazioni di contatto' (website: http://www.alessi.com/). The 'Storia' section contains a paragraph about Alessi's history and a 'Traguardi' (Milestones) table. The 'Traguardi' table lists key events: 1970 (Alessi, an Italian Design Factory), 1945 (1945-1970: From manufacturing to industrial production), and 1921 (1921-1945: The FAO Alessi brothers' Manufactory Fondazione (1921)). At the bottom right of the page is the 'CARLO ANGELA' logo.

ALESSI

Alessi ✓
@AlessiOfficialPage

Home
Informazioni
Foto
Instagram
Pinterest
Netiquette
Persone a cui piace
Video
Note
Alessi cutlery collection
Post

Alessi
8 marzo alle ore 18:00 · €

There's a place where your poetic side comes to life. Discover Alessi's universe in the newly released book "The Dream Factory", written by Alberto Alessi and published by Rizzoli. Now available in stores and online.

THE DREAM FACTORY
ALESSI
SINCE 1921

Mi piace Segui Invia messaggio Invia un messaggio

Informazioni

Informazioni aziendali

▼ Fondazione - 1921

🕒 Mission
Our mission is to translate into the industrial production our talent in Design Excellence, that is the pursuance of cultural, aesthetic, executive and function... Altro...

Informazioni di contatto

📧 @AlessiOfficialPage

🌐 <http://www.alessi.com/>

MAGGIORI INFORMAZIONI

📄 Informazioni
Founded in 1921, Alessi is an Italian Design factory: welcome to the official Facebook Page www.alessi.com

🏢 Azienda

Storia

Alessi is a family business established in 1921 in Omegna, by the Lake Orta side, in Northern Italy. Started as a workshop for the manufacturing of brass and German silver sheets, in its almost centuries-old history Alessi has evolved into being recognized as one of the "Italian Design Factories", able to apply the abilities it achieved in this field to several product typologies. Alessi, an inter... Altro...

▼ Traguardi

1970	Alessi, an Italian Design Factory
1945	1945-1970: From manufacturing to industrial production
1921	1921-1945: The FAO Alessi brothers' Manufactory Fondazione (1921)

Chat (75)

CARLO ANGELA

Market situation: Comparables & Best Practices

Pirelli Youtube & LinkedIn

Pirelli 11.333

Home page Video Playlist Canali Discussione Informazioni

Pirelli Channels

- pirellimoto** Iscriviti
- Pirelli Brasil** Iscriviti
- PirelliNorthAmerica** Iscriviti

Video Grid:

- PIRELLI SKI BY BLOSSOM SKIS** 944 visualizzazioni • 2 giorni fa (1:45)
- SCI PIRELLI BY BLOSSOM SKIS** 551 visualizzazioni • 2 giorni fa (1:45)
- Pirelli pit stop challenge** 1.256 visualizzazioni • 1 settimana fa (0:14)
- Ginevra Showcase - SMART IS BEAUTIFUL. TYRE REVOLUTION** 1.296 visualizzazioni • 3 settimane fa (0:38)
- Pirelli - Alive.** 5.072 visualizzazioni • 3 settimane fa (0:23)
- Pirelli : The Art of Making Tyres** 2.709 visualizzazioni • 3 settimane fa (2:11)
- Salon Privé 2016** 224 visualizzazioni • 1 mese fa (0:39)
- Our Commitment to Racing** 330 visualizzazioni • 1 mese fa (0:54)
- Road to St. Moritz 2017** 254 visualizzazioni • 1 mese fa (0:33)
- St. Moritz - Alpine World Ski Championships** (0:51)

Market situation: Comparables & Best Practices

Pirelli Youtube & LinkedIn



Pirelli

Automotive • 10,001+ employees • Milano, MI

See jobs

Follow

222,298 followers

About us

Founded in 1872, Pirelli is a leading global tyre manufacturer with a distinctive focus on high-end segments, leader in the Prestige segment and between the primary firms in the Premium segment.

Partnering with the best car makers worldwide, Pirelli has a portfolio of more than 2,000 homologated tyres which fit the personality of each car model, designed and tested to achieve perfect driving. Pirelli also produces motorcycle, truck, bus and agricultural tyres.

With a commercial presence in more than 160 countries, the company has 20 manufacturing facilities on four continents and almost 37.000 employees.

Show details ▾

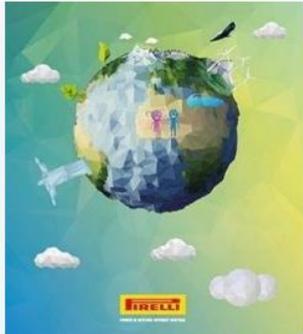
Pirelli
96 updates • 222,298 followers

Follow

Follow us to stay up to date with Pirelli.

Pirelli
2d

Pirelli is on the road to a sustainable future, from water usage to cultural project. Find out more! <https://lnkd.in/de7ANnH>

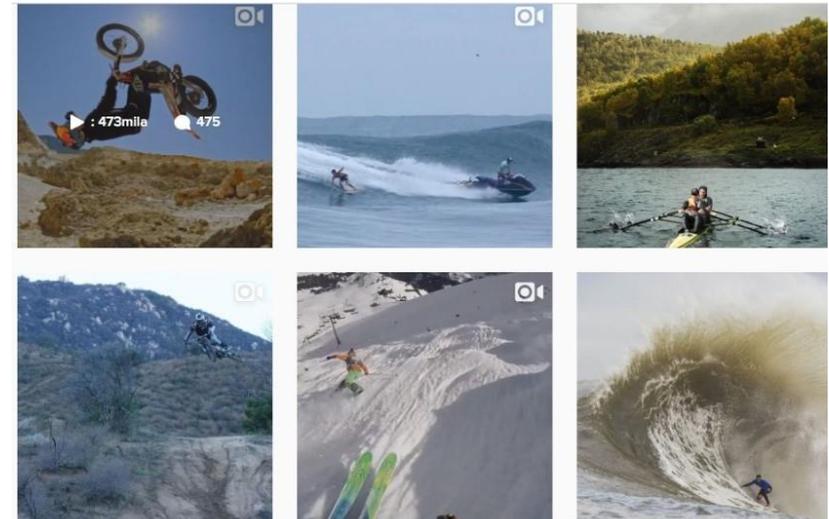
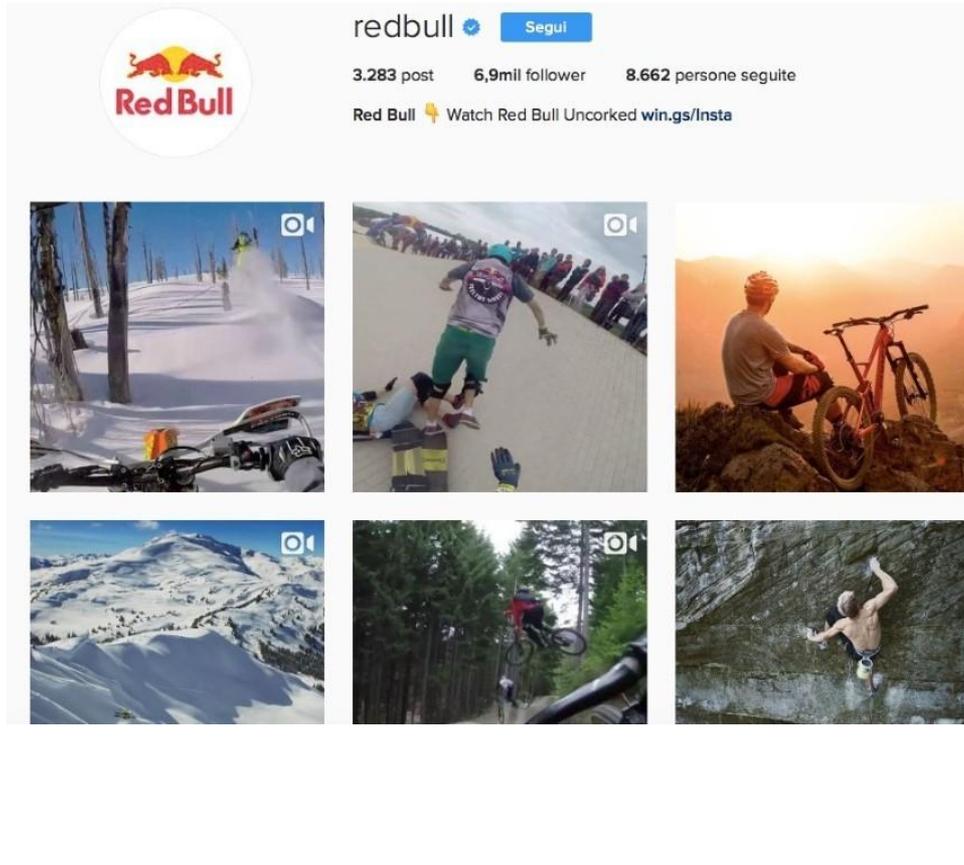


150 Likes

Like Comment Share

Market situation: Comparables & Best Practices

Red Bull Comunicazione Instagram



Market situation: Comparables & Best Practices

Cicli Brianza Personalizzazione

The screenshot displays the Cicli Brianza website's customization interface. At the top left is the logo "CICLI BRIANZA" with the tagline "Non solo una fissa". The navigation menu includes "CREA LA TUA BICI", "GUIDA", "PHOTOGALLERY", and "VAI ALLO STORE", along with social media icons for Facebook and Twitter. The main visual is a black bicycle with yellow wheels and pedals. On the right side, a sidebar shows the total price as "TOTALE 745,00 €" and an "AGGIUNGI" button. Below this, it indicates "HAI SELEZIONATO: 15 Pedali" and a dropdown menu set to "senza strap". It lists "5 MODELLI DISPONIBILI" with small icons of different pedal models. A "FIXED" section shows a large image of a yellow pedal. At the bottom of the sidebar, it says "13 COLORI DISPONIBILI" with a color palette. A green button at the bottom right of the sidebar says "Lascia un messaggio".

Market situation:

Market trends

Street Food

+ 13% nel 2016

2/3 degli italiani consumano Street Food 2016

Consumi:

- **81% tradizione** locale
- 13% internazionale (hamburger & hotdog)
- 6% etnici (kebab)...in calo netto

centinaia di eventi e festival nazionali
+ 17% dal 2008 commercio ambulante
+ 34.905 **imprese mobili** su **189.291** totali
+ 13% imprese mobili dall'anno scorso

Market situation:

Market trends

RISTORAZIONE AMBULANTE IN ITALIA

Regione	Imprese registrate al 30 marzo 2016	Imprese registrate al 30 marzo 2015
ABRUZZO	68	64
BASILICATA	28	23
CALABRIA	56	41
CAMPANIA	189	169
EMILIA ROMAGNA	137	133
FRIULI-V.GIULIA	33	29
LAZIO	237	218
LIGURIA	18	16
LOMBARDIA	288	228
MARCHE	45	36
MOLISE	15	13
PIEMONTE	187	172
PUGLIA	271	261
SARDEGNA	128	108
SICILIA	201	191
TOSCANA	142	117
TRENTINO – A.A.	41	36
UMBRIA	21	19
VALLE D'AOSTA	5	3
VENETO	161	140
ITALIA	2.271	2.017

Fonte: Elaborazioni Coldiretti su Unioncamere

Brand situation

Brand Identity

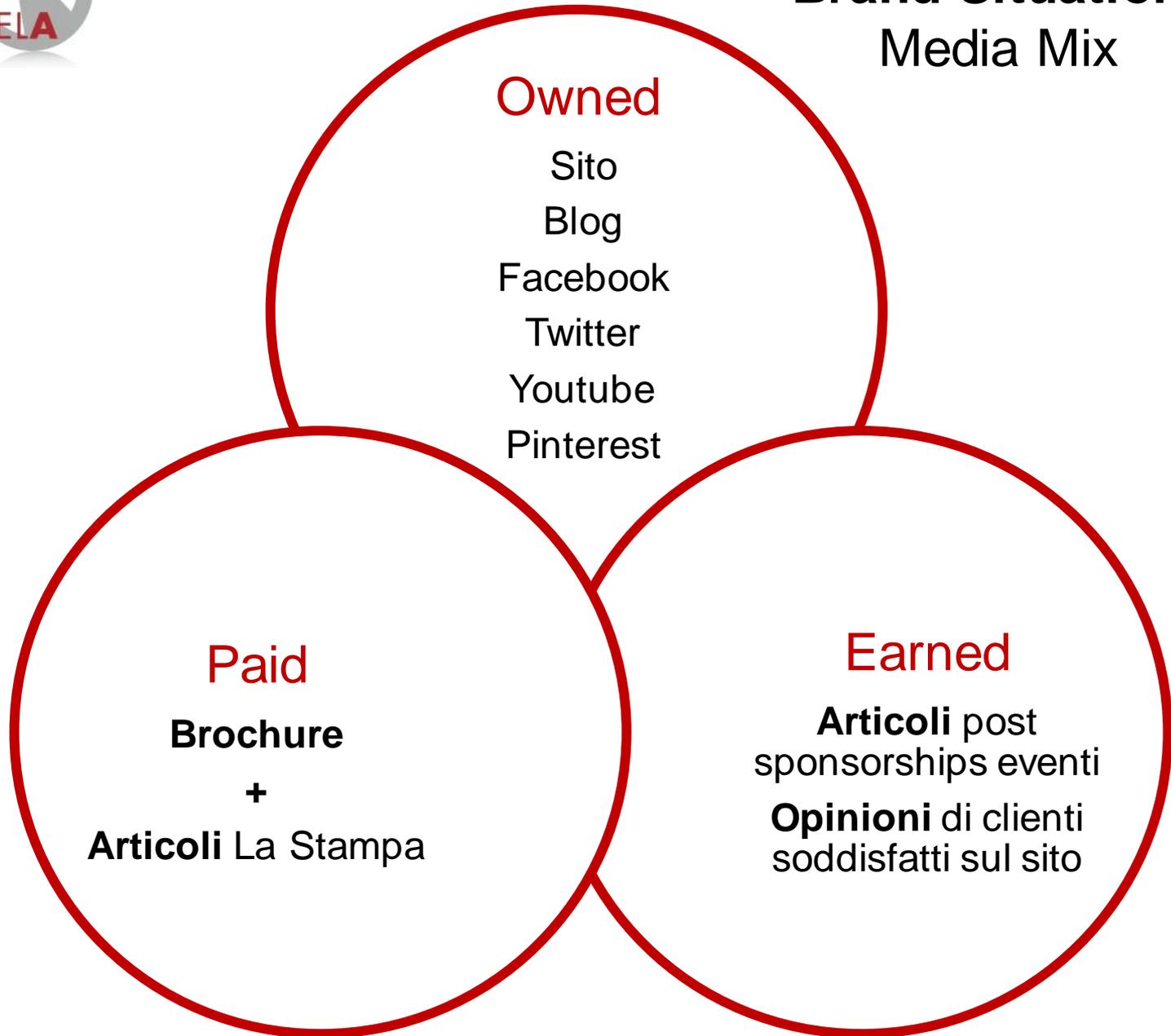
Heritage:

Professionalità, Resistenza, Affidabilità
Storicità, Made in Italy
Design, Personalizzazione

Brand Positioning

- ✓ 1952, Ivrea
- ✓ Specializzata in: progettazione, allestimenti, arredamenti e tecnologie per ambienti professionali
- ✓ Cucine, Ristoranti e Bar, Esercizi Commerciali (Negozzi), Mense e Asili, Sanità (sale operatorie)
- ✓ 1000 installazioni & 4000 clienti nel settore dell'arredamento professionale
- ✓ Officina 304
- ✓ Noleggio attrezzature alberghiere & Usato garantito
- ✓ Servizio post vendita
- ✓ Alto livello qualitativo (attenzione risparmio energetico)
- ✓ Soluzioni di pagamento personalizzate
- ✓ Laboratorio didattico

Brand Situation: Media Mix



Brand Situation



Dal 27.07.2012

271 Mi piace

23 visite registrate

21.03 Ultimo post

3 Opinioni



Dal 29.07.2012

10 Following

35 Follower

325 Tweet

31.03 Ultimo post



Dal 2012

5 Iscritti

7 Video

184 max./21 min.
visualizzazioni

Strategy: dove vogliamo andare?



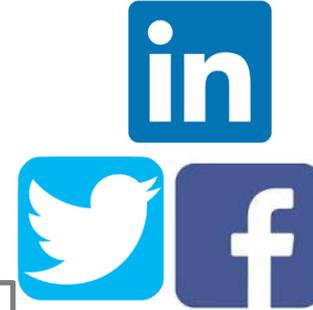
New Digital Strategy

- **OBIETTIVI:**
aumentare l'awareness
- **TARGET/STAKEHOLDERS:**
professionisti del settore e giovani imprenditori
- **CREATIVITA':**
resistenza-professionale & pratico-personalizzazione
- **CANALI:**
FB, Twitter, LinkedIn: resistenza/professionale
Instagram : pratico/personalizzazione
Youtube, Sito, Newsletter: entrambe le combinazioni di valori
- **IDENTITY & TONE OF VOICE:**
Professionale, formale, tecnico
- **KPI & METRICHE:**
Aumento like FB, followers Twitter e seguaci Instagram
& conversazioni online e condivisione contenuti

BRAND PERSONA: Antonino Cannavacciuolo
& Fabio Fontana (uno dei soci fondatori FOL)

Posizionamento digital

RESISTENZA



Web site
&
Newsletter

PROFESSIONALE

PRATICO

You Tube



PERSONALIZZAZIONE

prodotto

consumatore

Posizionamento digital

- **Heritage** da comunicare attraverso tutti i canali perché brand identity di Carlo Angela
- 4 valori di **resistenza - personalizzazione, pratico – professionale** da differenziare a seconda dei canali:
 - comunicazione Instagram mirata allo Street Food e quindi più verso il pratico – personalizzato (90%) + contenuti altri (10%)
 - comunicazione Facebook, Twitter e LinkedIn mista ma a maggioranza resistente – professionale (60%) + Street Food (40%)
 - comunicazione web site, newsletter e Youtube generale

Execution: Content strategy



Sito Web

INSERIRE SEZIONI:
PRODOTTI, NOTIZIE, AZIENDA, DOWNLOAD, CONTATTI

AREA DOWNLOAD
CATALOGO TECNICO

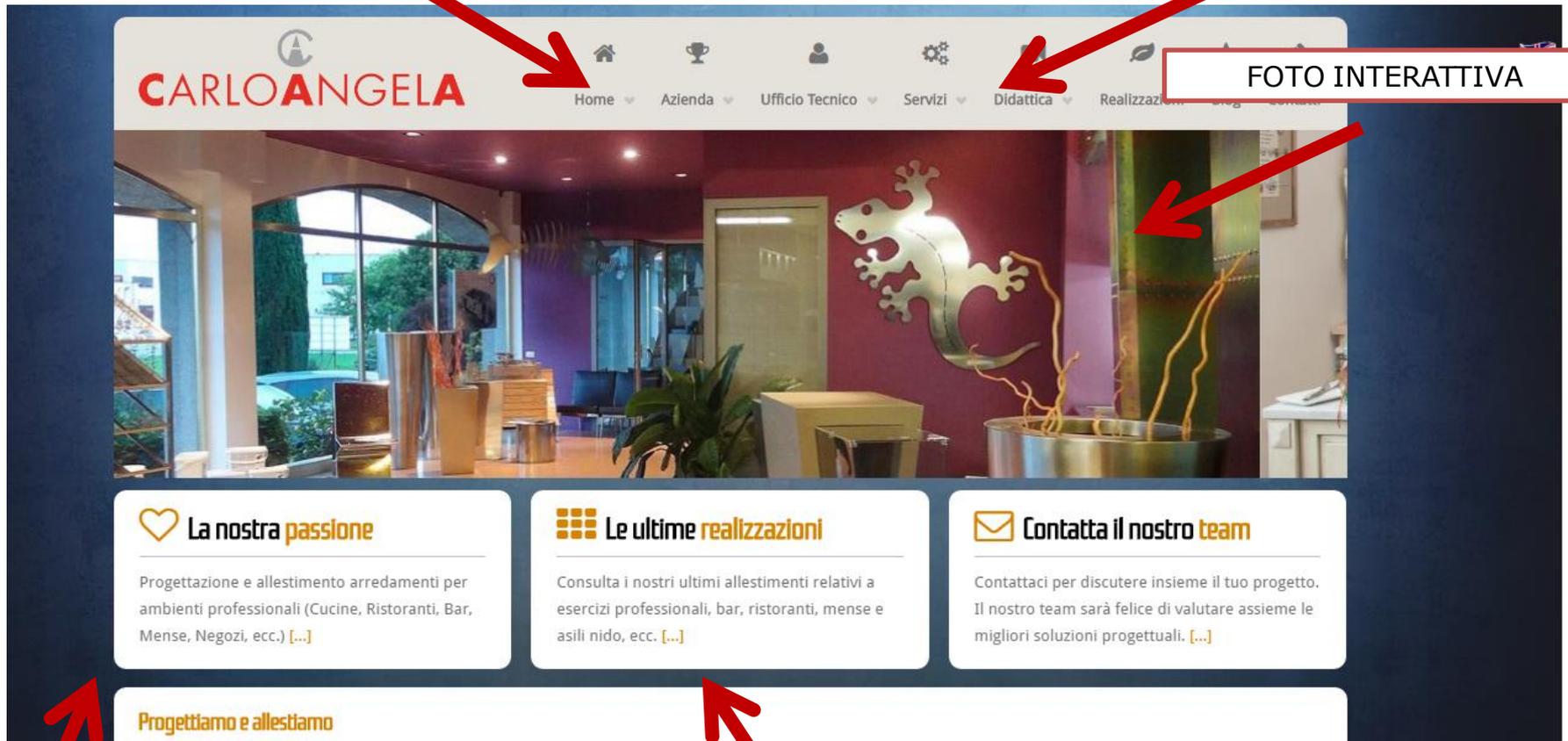


FOTO INTERATTIVA

STRUTTURA PAGINE PIU' INTUITIVA

FONT

Sito Web

SOSTITUIRE SKYPE
CON LIVE WHATSAPP

The screenshot shows the website layout with several red arrows pointing to specific areas:

- An arrow points from the top right text box to the 'iFi' logo in the partner banner.
- An arrow points from the top right text box to the 'Contattaci' contact form.
- An arrow points from the bottom left text box to the 'Prima Academy Rational del 2017' blog post.
- An arrow points from the bottom right text box to the quote: "«DICONO DI NOI» A VELOCITA' RALLENTATA".

Website content includes:

- Header: "Clienti soddisfatti cosa dicono di noi" with a testimonial from FOL Popcorn.
- Partner banner: MARRONE, coldline, FCF, IRINOX, RATIONAL, winterhalter, RISTARCO, ilva, iFi.
- Blog section: "Ultime dal blog" with posts from March 2017.
- Menu: Home, Azienda, Spazio Didattico, Realizzazioni, Blog, Contatti.
- Contact form: "Contattaci" with fields for Name, Email, and Message.

ELIMINAZIONE BLOG,
INSERIMENTO NEWSLETTER

INVESTIMENTO RICERCA GOOGLE

«DICONO DI NOI»
A VELOCITA' RALLENTATA

Newsletter: modalità di iscrizione

- Inviare prima newsletter ai contatti database (clienti, aziende partner)
 - Evidenziare sezione iscrizione da web site
- Inserire nel web site pop up iscrizione che compare con scroll della pagina
 - Inserire sezione mailing list nell'indice della pagina Facebook
 - Post Facebook e Twitter con link per iscrizione durante tutto il primo anno a cadenza bimestrale
 - Pubblicazione prima newsletter come post Facebook

Newsletter: contenuti



News



Prima Rational Accademy 2017

Un'intera giornata dedicata allo studio più approfondito delle potenzialità del sistema di cottura [...]

Storie di successo



Congratulazioni Andrea Vincenzi!

Andrea Vincenzi, un'eccellenza italiana che ha scelto Carlo Angela, realizza la torta per festeggiare gli 80 anni di Vittorio Emanuele di Savoia [...]

Newsletter: contenuti

Realizzazioni



Lavori ad alta quota

Ristorante-rifugio Punta Jolanda Gressoney La Trinite'
a 2300 metri [...]

Prossimi Eventi



Torna Cook & Chill!

Vi invitiamo al prossimo evento Cook & Chill presso
Carlo Angela, Ivrea [...]

Approfondimenti tecnici



Acciaio 304

Qualità, caratteristiche e utilizzo del nostro acciaio [...]

Unsubscribe



Newsletter: struttura

- Rimando web site con click su immagine e/o titolo
- Evitare punti esclamativi in oggetto per evitare spam
Esempio oggetto: «Carloangela news – marzo 2017»
 - Possibilità di invitare un amico
 - Non dimenticare tasto Unsubscribe

Esempio di comunicazione per:

- restyling digital
- suggerire iscrizione newsletter



Facebook

LOGO

IMMAGINE DI COPERTINA

NOME PROFILO

NOME ACCOUNT

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'Carloangela'. The profile picture is a circular logo with a stylized 'A' inside a 'C'. The cover photo is a collage of three images: an interior view of a modern lounge, a tall stone pillar with 'CARLOANGELA' engraved on it, and an aerial view of a large building. The profile name is 'Carloangela' with the handle '@carloangela1952'. The page has 'Ti piace', 'Pagina seguita', and 'Condividi' buttons. The 'In evidenza per te' section shows a map of the 'Zona Industriale Corso Vercelli' and a photo of a restaurant interior. The right sidebar features a 5.0 star rating for 'Impresa locale a Ivrea' and a description of services: 'Specializzata in Progettazione, Allestimento e Tecnologie all'avanguardia per ristoranti, bar, caffetterie, impianti grandi cucine, alberghi, esercizi pubblici e commerciali in genere.' Red arrows point from the labels to the corresponding elements on the page.

Facebook

Inserire titoli pertinenti che incuriosiscano l'utente (aumento di click).



STATUS UPDATE
[HTTP://BIT.ki.324Ade](http://bit.ly/324Ade)



Usare linguaggio professionale e formale, evitando l'uso di emoticon.



Aggiungere link contenuti condivisi. Evitare informazioni di servizio (interruzione corrente).

Includere immagini professionali, *life* o *still life* a seconda del contesto.



Immagini fruibili anche da mobile app.

Rispondere velocemente ai commenti in modo da gestire le conversazioni online.



LIKE COMMENT SHARE



Postare in fasce orarie ritenute più «social», esempio 12:00 - 14:00, 18:00 - 21:00.

COMMENTS

Facebook



CarloAngela ha aggiunto 2 nuove foto — 😊 alla grande presso [Gressoney Punta Iolanda](#).

16 novembre 2016 · 🌐

Continuano i nostri "lavori in alta quota"... immagini in diretta dalla valle soleggiata di Gressoney (AO) ad oltre 2300 metri... portiamo le nostre attrezzature all'avanguardia anche "in capo al mondo"



CarloAngela Cucine

Continuano i nostri "lavori in alta quota"... immagini in diretta dalla valle soleggiata di Gressoney (AO) ad oltre 2300 metri... portiamo le nostre attrezzature all'avanguardia anche "in capo al mondo"

[Like](#) · [Comment](#) · 9 minutes ago · 🌐



[Mi piace](#) [Commenta](#) [Condividi](#)

Twitter

NOME
PROFILO
E ACCOUNT

LOGO

TROPPO POCHI
FOLLOWING

IMMAGINE DI
COPERTINA



TWEET
325

FOLLOWING
10

FOLLOWER
35

 Segui

carloangela srl

@carloangelasrl

60 anni di esperienza, oltre 1000 installazioni e 4000 clienti nel settore dell'arredamento professionale: progettazione bar, impianti grandi cucine

carloangela.com

Iscritto a luglio 2012

 Twitta a

Tweet Tweet e risposte Contenuti

 **carloangela srl** @carloangelasrl · 21 mar
Complimenti al nostro cliente Andrea per questo importante traguardo!...



E' di un pasticciere valdostano la torta per gli 80 a...
Andrea Vicenzi, classe 1992 è titolare de La Cafferteria a Pont-Saint-Martin. Il momento conviviale si è tenuto nell'Abbazia di Hautecombe in Savoia.
aostasera.it

 **carloangela srl** @carloangelasrl · 21 mar

Chi seguire · Aggiorna · Visualizza tutto

 **Turismo Milano** @turis...
 Segui

 **Cultura a Milano** @cultura...
 Segui

 **Milano Eventi** @milano_e...
 Segui

Trova amici

Tendenze in New York · Modifica

#eliteR

DESCRIZIONE E
INFORMAZIONI
PROFILO
(INDIZIZZO)

Twitter

Tweet brevi e concisi, che rispettino i 140 caratteri e grammaticalmente corretti. Linguaggio accattivante per generare retweets.

Usare hashtag pertinenti che riprendano il contenuto del tweet e il brand.

Inserire link di contenuti per essere re-twittati facilmente.



MESSAGE

LINK



Evitare pubblicazioni automatizzate che rimandino alle altre piattaforme social.

Menzionare utenti e brand presenti su Twitter per generare conversazione.

Retweet di contenuti rilevanti per gli utenti a cui ci si rivolge.



Aggiungere un'immagine o un video per generare più engagement.

Twitter



carloangela srl
@carloangelasrl

Segui

Complimenti al nostro cliente Andrea per questo importante traguardo!...



E' di un pasticciere valdostano la torta per gli 80 anni di Vi...

Andrea Vicenzi, classe 1992 è titolare de La Caffetteria a Pont-Saint-Martin. Il momento conviviale si è tenuto nell'Abbazia di Hautecombe in Savoia.

aostasera.it

10:49 - 21 mar 2017



CarloAngela Cucine
@CarloAngelaCucine



Follow

Congratulazioni @AndreaVincenzi!
@AostaSera.it racconta di un'eccellenza italiana che ha scelto **#CarloAngelaCucine**
#cucine **#MadeinItaly**



E' di un pasticciere valdostano la torta per gli 80 anni di Vi...

Andrea Vicenzi, classe 1992 è titolare de La Caffetteria a Pont-Saint-Martin. Il momento conviviale si è tenuto nell'Abbazia di Hautecombe in Savoia.

aostasera.it

10:49 - 21 mar 2017



Youtube

NOME
PROFILO

LOGO

IMMAGINE DI
COPERTINA



carloangela1952

Iscriviti 5

Progettazione, Allestimento e Tecnologie per la Ristorazione dal 1952

Video caricati



Opera Kitchen Laboratori di
cucina - FORMAGGI 26-5-14
37 visualizzazioni • 2 anni fa



Opera Kitchen Laboratori di
cucina - FIORI ED ERBE...
113 visualizzazioni • 2 anni fa



Opera Kitchen Laboratori di
cucina - PESCI DI LAGO E FRUT...
105 visualizzazioni • 2 anni fa



Opera Kitchen Laboratori di
cucina - FINGER TO FINGER 5-5...
21 visualizzazioni • 2 anni fa



Aidda BIDW 2013
113 visualizzazioni • 3 anni fa

YouTube

Lingua: Italiano

Contenuti da: Italia

Modalità con restrizioni: Disattivata

Cronologia

Guida

TROPPO POCHI CONTENUTI,
SCARSA QUALITA' VIDEO

VIDEO TROPPO
LUNGI,
MUSICA INADATTA

Youtube

TITLE

Essere coincisi fornendo parole chiave per incuriosire gli utenti.

Nominare il file in modo che sia facilmente reperibile.



DESCRIPTION

Descrivere brevemente il video fornendo adeguate spiegazioni e aggiungendo link a sito e piattaforme social.

Condividere il video sulle piattaforme social.

SHARE

CATEGORY

TAGS

Usare tags (#) e keywords, per far sì che il video appaia in più ricerche.

COMMENTS

Instagram

Postare foto in alta definizione e accuratamente modificate.
Coerente scelta dei filtri.



Rendere accattivanti le foto (*life* o *still life*), contestualizzandole o facendo prevalere il prodotto in dettaglio.

Descrivere brevemente le foto cercando di incuriosire e di spiegare i dettagli.



DESCRIPTION - COMMENTS



Usare #(hashtag), che rimandino sempre al brand e siano gli stessi che vengono riportati anche sulle altre piattaforme social.

Rispondere ai commenti in maniera garbata, senza alimentare gli haters.



LIKE- COMMENT-TWEET

Inserire biografia essenziale e accattivante

Instagram



CarloAngelaCucine

Piace a 34 persone

3 g

CarloAngelaCucine

Le tradizionali cucine CarloAngela su misura per te! Abbiamo realizzato per @folpopcorn una speciale attrezzatura per il suo #streetfoodgourmet! #carloangelacucine #madeforyou #madeinitaly #streetfoodgourmet

Aggiungi un commento...



LinkedIn

Creazione profilo LinkedIn:

- connettere dipendenti
- creare network aziende e professionisti

Risultati per carloangela • 11 risultati



Membro di LinkedIn

Progettista presso CARLOANGELA SRL
Torino, Italia

Collegati



Membro di LinkedIn

Internal Designer presso CARLOANGELA SRL
Torino, Italia

Collegati



Lilli Angela • 3°

Imprenditrice e AD CARLOANGELA srl Ivrea
Torino, Italia

Attuale: Imprenditrice presso Carloangela srl

Invia messaggio InMail



Elisabetta Trossello • 3°

Call center operator at Vodafone BV
Torino, Italia

Precedente: Responsabile magazzino presso CarloAngela srl

Invia messaggio InMail



Roberto Morano • 3°

Fondatore presso Morano Bros & Son
Torino, Italia

Invia messaggio InMail

Piano editoriale digital

Media Type	Target	Frequenza	Contenuti
Sito web	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti del settore • Nuovi imprenditori dello Street Food 	Aggiornato in tempo reale	50% Contenuti generali 50% Street Food
Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti del settore • Nuovi imprenditori dello Street Food 	1 v/mese	50% Contenuti generali 50% Street Food News, storie di successo, realizzazioni, prossimi eventi, approfondimenti tecnici
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti del settore • Nuovi imprenditori dello Street Food 	2-4 v/settimana	60% Contenuti generali 40% Street Food
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti del settore • Nuovi imprenditori dello Street Food 	2-4 v/settimana	60% Contenuti generali 40% Street Food
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Nuovi imprenditori dello Street Food • Foodies 	1 v/2 giorni Aumentare per eventi o realizzazioni importanti	10% Contenuti generali 90% Street Food
Youtube	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti del settore • Nuovi imprenditori dello Street Food • Foodies 	1 v/mese Aumentare per eventi o realizzazioni importanti	Eventi, making of realizzazioni, interviste clienti e storie di successo