



Anthropos Lab

Creiamo ponti, abbattiamo le barriere





Vision



Mission



Obiettivo SMART



Progetto CitadeLab



Marketing Analitico



SWOT



Questionari



Buyer Personas

Indice

VISION

Anthropos Lab ha una spiccata sensibilità e un forte interesse rispetto a ciò che accade nel mondo. Il fulcro della nostra azienda è la creazione di reti con la volontà di favorire uno scambio economico e culturale tra essere umani. Per fare ciò, vogliamo fondare delle cittadelle dove ci sarà il coinvolgimento di specialisti e con persone che arrivano da realtà svantaggiate. Vogliamo estendere questa possibilità a più persone possibili rispettando sempre l'ambiente e i valori etici a cui abbiamo deciso di aderire.

Ci interessa concentrarci sul valore che ogni persona, realtà e comunità può darci.



Infine ci interessa sviluppare una responsabilità sociale per creare più consapevolezza alle tematiche sociali così che altre persone possano prendere coscienza di ciò che di bello ha da offrirci il mondo e ricordando che ognuno di noi può fare la differenza.

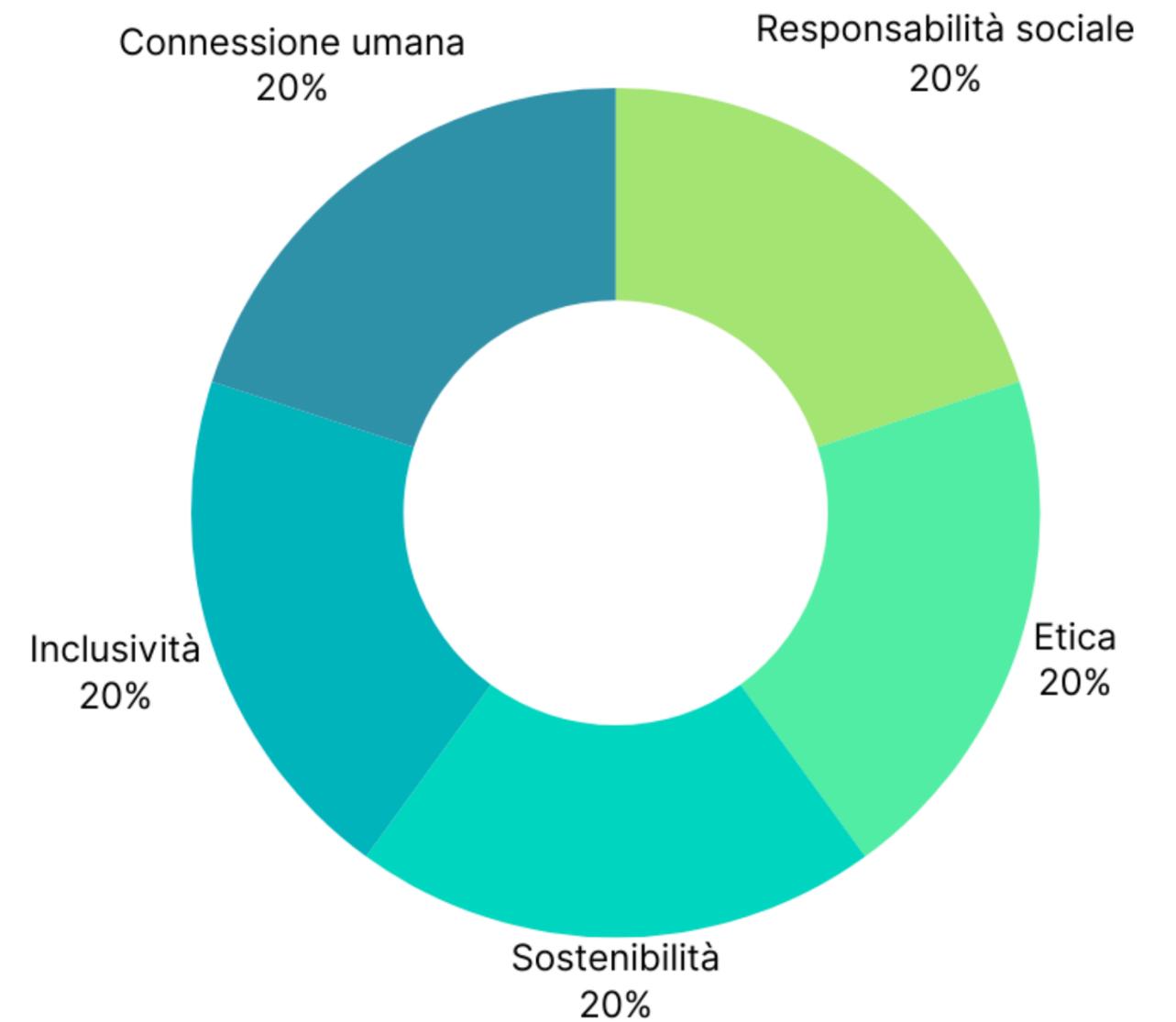




VALORI

I valori fondanti di Anthropos Lab sono:

- Inclusività
- Connessione umana
- Sostenibilità ambientale
- Etica
- Creazione di reti, connessioni e scambi
- Responsabilità sociale
- Salvaguardia del pianeta



MISSION

L'idea della nostra azienda **Anthropos Lab** è quella di creare delle cittadelle che fungeranno da veri e propri laboratori. Tutto ha inizio dal “Perché i borghi italiani rurali si sono svuotati?”. Effettuando delle ricerche si è notato come negli ultimi 10 anni si sono spopolati 9 comuni rurali su 10 (quasi l'86%).

I motivi sono legati all'assenza dei servizi, infrastrutture non adeguate, prospettive lavorative inesistenti. Da qui si sviluppa l'idea di avviare un progetto che incontri gli artigiani per tramandare il mestiere.

Questo progetto può rappresentare un'opportunità unica sia per gli artigiani che per la comunità locali che vogliamo rendere partecipi.



Inizialmente vogliamo far partire il progetto nel Sud Italia con l'idea di ripopolare i borghi e nel giro di pochi anni desideriamo fondare dei centri in Marocco e in Vietnam. Due paesi che stanno crescendo molto a livello economico. Ogni cittadella fondata, poggia il proprio sviluppo sulle materie prime e le risorse che dispone il territorio.



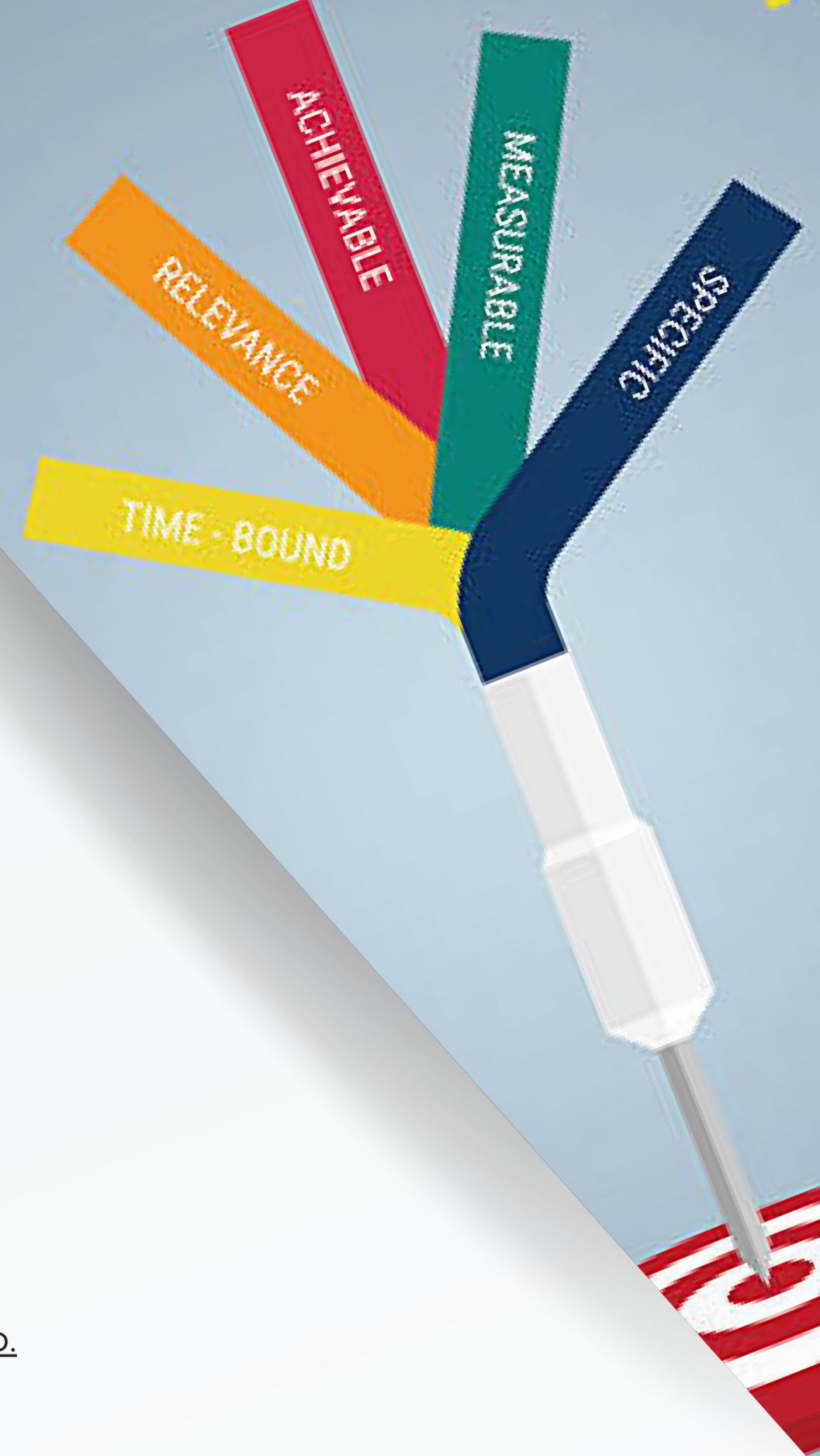
OBIETTIVO SMART

Per quanto riguarda la creazione di network lavorativi etici e sostenibili, potremmo collaborare con Enti locali, Pubblica amministrazione, Regioni, Comuni e aziende che condividono la nostra visione. Questo potrebbe non solo fornire supporto e risorse, ma anche aumentare la credibilità e l'impatto del progetto stesso. Inoltre, per promuovere la rigenerazione dei piccoli comuni rurali, potremmo esplorare partnership con iniziative di turismo sostenibile che valorizzino l'autenticità e la qualità della vita locale, attirando visitatori interessati a esperienze immersive e rispettose dell'ambiente
es. [il Worldwide Opportunities on Organic Farms \(WWOOF\) Vivi e impara nelle fattorie biologiche - WWOOF Italia o altri simili.](#)



Infine, per l'espansione internazionale, una comprensione approfondita delle dinamiche culturali, economiche e sociali dei paesi target è fondamentale.

Potremmo avvalerci di esperti locali e di studi di mercato per adattare la nostra strategia alle esigenze e alle opportunità specifiche di ogni contesto.



OBIETTIVO SMART

S

Specifico

Intrecciare con i comuni e le regioni interessate dei network lavorativi e identificare in quei dati territori gli artigiani e le materie prime del luogo, che desideriamo valorizzare.

M

Misurabile

Stabilire delle metriche precise per valutare il successo della riqualificazione delle persone, l'espansione della rete commerciale, e l'impatto ambientale dei nostri progetti.

A

Raggiungibile

Ci assicuriamo che gli obiettivi siano realistici e fattibili, considerando le risorse disponibili e le sfide del mercato.

R

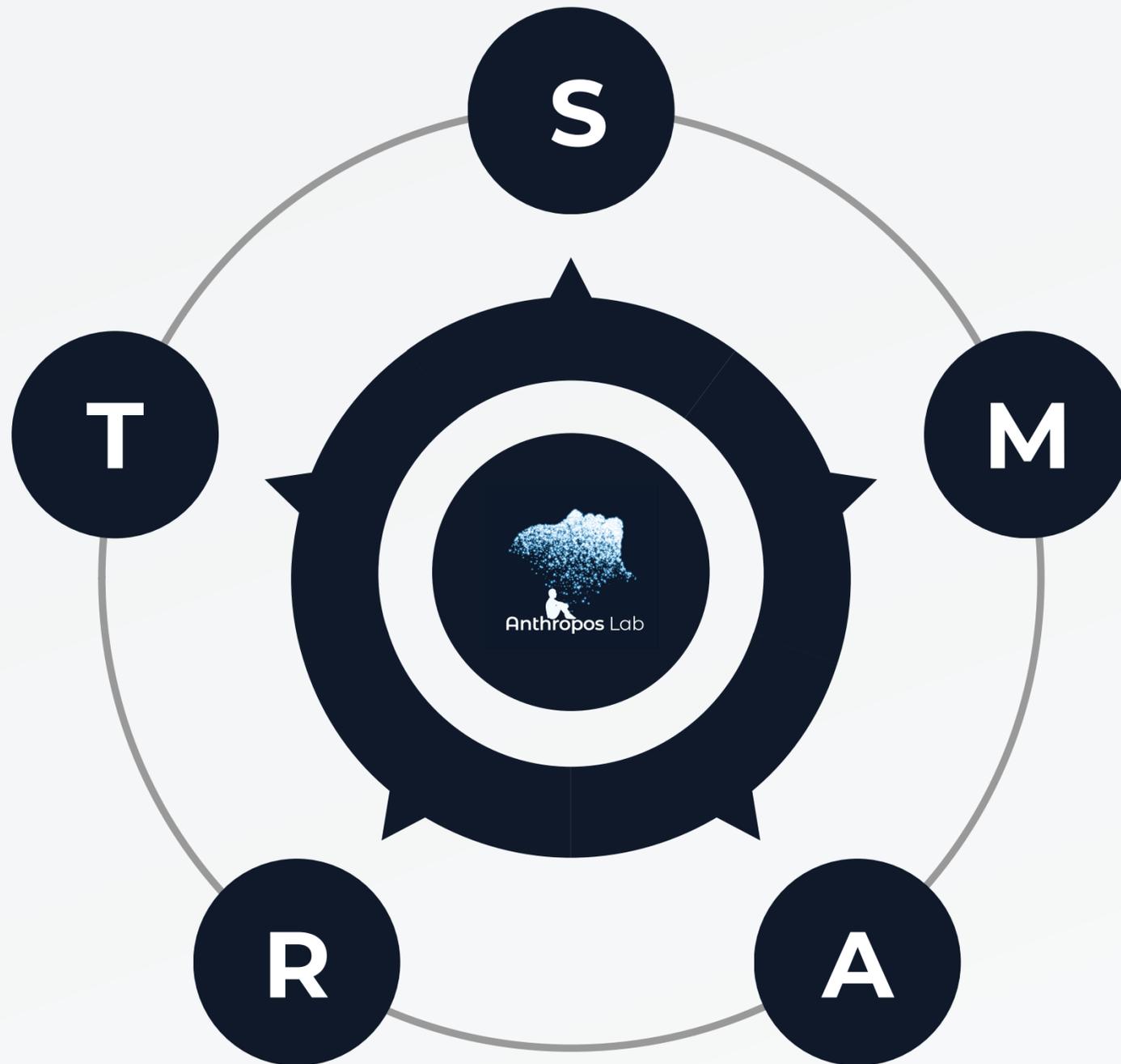
Rilevante

Verifichiamo che ogni aspetto del progetto sia allineato con la nostra mission e i valori che desideriamo promuovere.

T

Temporale

Impostiamo una timeline chiara con scadenze per il raggiungimento degli obiettivi del progetto pilota Italia per poi definire l'espansione in Marocco e Vietnam.



Breve Periodo:

- **Specifico:** Avviare il progetto in un piccolo comune rurale del meridione d'Italia, identificando le materie prime e l'artigianato locale da valorizzare.
- **Misurabile:** Aumentare del 10% l'occupazione locale entro i primi 6 mesi.
- **Raggiungibile:** Collaborare con almeno 5 comuni rurali aderenti al progetto e intrecciare collaborazioni con gli artigiani locali.
- **Rilevante:** Assicurare che ogni attività supporti la mission di sviluppo etico e sostenibile.
- **Temporale:** Completare la fase di avvio entro i primi 12 mesi.

Medio Periodo:

- **Specifico:** Espandere la rete commerciale in Italia, promuovendo la rigenerazione di altri comuni rurali.
- **Misurabile:** Raddoppiare il numero delle collaborazioni con artigiani locali e con disoccupati. Contiamo di aumentare del 25% l'occupazione nei territori che aderiscono al progetto.
- **Raggiungibile:** Stabilire nuove partnership con pubblica amministrazione, regioni e aziende che condividono la nostra visione per supportare la crescita.
- **Rilevante:** Mantenere l'attenzione sulla riduzione dell'impatto ambientale e sulla valorizzazione delle tradizioni locali.
- **Temporale:** Realizzare l'espansione entro i prossimi 36 mesi.

Lungo Periodo:

- **Specifico:** Consolidare la presenza in Italia e avviare operazioni in Marocco e Vietnam, integrando usi e costumi locali.
- **Misurabile:** Avviare la collaborazione con almeno 10 multinazionale, che fungeranno da base di partenza per i futuri mercati individuati.
- **Raggiungibile:** Creare una rete di contatti internazionali con artigiani e residenti locali.
- **Rilevante:** Contribuire allo sviluppo sociale, etico ed ecosostenibile dei territori in cui opereremo.
- **Temporale:** Stabilire le operazioni internazionali entro i prossimi 60 mesi.

Questo approccio ci permetterà di avere una visione chiara e di monitorare i progressi verso il raggiungimento della nostra visione complessiva, mantenendo il focus nell'aggiornare e rivedere regolarmente questi obiettivi per assicurarci che rimangano pertinenti e realistici nel tempo.



PROGETTO CITADELAB

Le zone dove sorgeranno i servizi **CitadeLab** saranno dei territori in fase di spopolamento o deserti.

Le città dovranno essere dotate di terreni che si presteranno facilmente alla produzione di energie rinnovabili, per l'erogazione di beni e servizi essenziali, come acqua o corrente elettrica, tramite macchinari ecosostenibili.

Gli standard dei nostri servizi saranno molto alti. Cercheremo dei collaboratori altamente qualificati nei propri settori, per realizzare laboratori creativi e workshop, mirati ad incentivare lo studio di mestieri in via d'estinzione e rivolti a coloro che vorranno imparare una nuova professione o che cercano una nuova prospettiva di vita.

Abbraceremo tecnologie all'avanguardia che si possano fondere agevolmente con la natura e si serviranno di materie prime, senza deturpare l'ambiente. Tutti gli strumenti che utilizzeremo saranno conformi alle normative europee e internazionali.



Italy



1 year



IL PROGETTO



01

Incontro con gli Artigiani locali: Il progetto potrebbe iniziare con la creazione di un database di artigiani esperti, interessati a trasmettere le loro competenze. Questo potrebbe avvenire attraverso partnership con associazioni locali, scuole di artigianato, utilizzando piattaforme online per raggiungere una più ampia comunità di artigiani.

Incontro con i Partner: In questa ottica organizzeremo eventi e conferenze per intrecciare future collaborazioni.

02

Organizzeremo **corsi e workshop aperto a tutti**, dove gli artigiani possano insegnare i loro mestieri. Questi corsi varieranno da lezioni teoriche a sessioni pratiche, con l'obiettivo di fornire una formazione completa.

03

Per sostenere il progetto esploreremo **opportunità di benefici fiscali** per gli artigiani e per chi partecipa. Ad esempio, la valutazione di incentivi come deduzioni fiscali per le spese di formazione o contributi agevolati per la previdenza complementare /come bando pnrr vigente).



Creiamo ponti,
abbattiamo
le barriere.



IL PROGETTO



04

Creare connessioni tra gli artigiani e i brand può essere realizzato attraverso eventi di networking, fiere dell'artigianato e piattaforme online. I brand possono beneficiare dell'autenticità e della qualità dell'artigianato, mentre gli artigiani possono accedere a nuovi mercati e opportunità di branding.

05

Il progetto potrebbe anche enfatizzare la sostenibilità e l'impatto sociale, promuovendo l'uso di materiali ecologici e sostenendo le economie locali. Questo non solo attirerebbe l'attenzione dei consumatori consapevoli ma anche quella di brand che valorizzano la responsabilità sociale.

06

Infine, si potrebbe sviluppare una piattaforma online che funga da vetrina per gli artigiani e i loro prodotti, oltre a offrire corsi online e risorse per l'apprendimento a distanza.

07

Questo progetto potrebbe non solo preservare mestieri tradizionali in via di estinzione ma anche stimolare l'economia locale e creare nuove opportunità di lavoro.



Creiamo ponti,
abbattiamo
le barriere.





MARKETING ANALITICO

Ambiente Tecnologico

L'implementazione di tecnologie moderne può avere un impatto significativo sull'efficienza e l'efficacia del progetto. Ad esempio:

- **Pannelli Fotovoltaici:** L'uso di pannelli solari per la produzione di energia elettrica può ridurre i costi operativi e contribuire alla sostenibilità ambientale.
- **Sistemi Idrici Alternativi:** L'adozione di sistemi di raccolta e riutilizzo dell'acqua piovana può migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse idriche.
- **Nuovi Macchinari per i nostri artigiani:** L'acquisizione di nuovi strumenti da inserire nei laboratori per i nostri artigiani, avvalendoci degli intrecci commerciali con i nostri brand partner.

Benefici:

- **Efficienza Energetica:** L'energia solare dai pannelli fotovoltaici può alimentare i macchinari, riducendo i costi energetici.
- **Sostenibilità Ambientale:** L'uso di tecnologie green riduce l'impatto ambientale e potrà rafforzare l'idea del progetto etico ed ecosostenibile, fungendo da faro per i nostri partner.
- **Risparmio Economico:** La riduzione dei costi operativi può aumentare la redditività del progetto.



MARKETING ANALITICO



Secondo l'ISTAT, l'Italia sta progressivamente adottando tecnologie verdi e sostenibili. Ad esempio, il numero di imprese che investono in energie rinnovabili è in aumento.

- Nel 2020, il 30% delle imprese italiane ha dichiarato di utilizzare fonti di energia rinnovabile, come i pannelli fotovoltaici.
- L'implementazione di tecnologie verdi potrebbe portare a una riduzione significativa delle emissioni di carbonio.
- Ad esempio, l'uso diffuso di pannelli fotovoltaici potrebbe ridurre le emissioni di CO₂ del settore energetico italiano di oltre il 20%.

L'adozione di tecnologie moderne e sostenibili nell'ambiente tecnologico può migliorare l'efficienza e l'efficacia del progetto, contribuendo al benessere della zona interessata dal progetto e dell'ambiente circostante.

- **Energia Verde:** Una soluzione green potrebbe essere un'opzione energetica sostenibile, come l'energia solare, eolica o idroelettrica, che riduce l'impatto ambientale rispetto alle fonti tradizionali di energia come il carbone o il petrolio.





MARKETING ANALITICO

- **Mobilità Sostenibile:** Può riferirsi a mezzi di trasporto eco-friendly come veicoli elettrici, biciclette o trasporto pubblico a basse emissioni.
- **Edilizia Sostenibile:** Si tratta di tecniche e materiali edilizi che riducono l'impatto ambientale degli edifici, come l'utilizzo di isolamento termico, finestre ad alte prestazioni energetiche e materiali riciclati.
- **Agricoltura Sostenibile:** Include pratiche agricole che riducono l'uso di pesticidi, fertilizzanti e promuovono la biodiversità per mantenere un equilibrio ecologico negli ecosistemi agricoli.
- **Riciclo e Gestione dei Rifiuti:** Riguarda processi e politiche per ridurre, riutilizzare e riciclare i rifiuti per ridurre l'inquinamento e il consumo di risorse naturali.
- **Aspetto socio culturale:** Il progetto potrà beneficiare del sostegno politico coinvolgendo province e comuni per la promozione dell'artigianato locale e la creazione di un indotto lavorativo.



MARKETING ANALITICO



Ambiente politico

L'ambiente politico comprende le decisioni e le influenze delle istituzioni governative e degli organi pubblici. Alcuni fattori chiave includono:

- **Legislazione Economica:** Le leggi e i regolamenti che riguardano l'attività economica possono influenzare direttamente il progetto. Ad esempio, incentivi fiscali per le imprese locali o politiche di sostegno all'artigianato.
- **Organismi Pubblici:** La collaborazione con province e comuni può portare a partnership strategiche. Ad esempio, programmi di formazione/aggiornamento per artigiani locali e persone che cercano una professione stabile futura.
- **Sostegno Politico:** Coinvolgere le autorità locali può garantire il supporto politico e risorse per promuovere l'artigianato locale.

ISTAT:

- Secondo l'ISTAT, l'artigianato in Italia rappresenta una parte significativa dell'economia. Ad esempio:
 - Nel 2020, il settore artigianale ha contribuito al 15% del PIL italiano¹.
 - Le piccole e medie imprese artigiane occupano oltre 3 milioni di persone¹.
- L'implementazione di politiche di sostegno all'artigianato locale potrebbe portare a un aumento dell'occupazione e alla crescita economica nelle comunità locali.
- Ad esempio, investimenti mirati in formazione, infrastrutture e promozione dell'artigianato potrebbero generare un aumento del 10% nell'occupazione nel settore artigianale¹.





MARKETING ANALITICO

Ambiente socio-culturale

Coinvolgere province e comuni per promuovere l'artigianato locale può contribuire all'efficacia del progetto, creando un ambiente favorevole per la crescita economica e l'occupazionale.

Ambiente culturale e sociale: Il progetto valorizza la cultura locale e l'artigianato, contribuendo alla conservazione e alla promozione del patrimonio culturale italiano promuovendo l'inclusione e la responsabilità sociale, allineandosi con le tendenze attuali.

L'analisi del turismo culturale riveste un ruolo importante. L'Istat (Istituto Nazionale di Statistica) ha condotto studi approfonditi su questo tema. Di seguito alcuni punti chiave:

Turismo Culturale in Italia L'Istat ha esaminato il turismo culturale in Italia, analizzando i flussi turistici nei Comuni a vocazione culturale e paesaggistica. Nel 2019, il turismo culturale ha registrato un quadro interessante:

- Viaggi culturali: Nel 2019, il turismo nei comuni culturali ha rappresentato una parte significativa dell'attività turistica.
- Evoluzione dei movimenti turistici: Si è osservata un'evoluzione positiva dei movimenti turistici culturali dal 2015 al 2022.
- Caratteristiche territoriali: L'Istat ha esaminato le caratteristiche territoriali del turismo culturale.

Effetti della pandemia: La pandemia ha avuto impatti sul turismo culturale in estate.



MARKETING ANALITICO



Digitalizzazione delle Imprese:

L'Istat ha anche indagato sulla digitalizzazione delle imprese italiane. Nel 2019, il 9% delle imprese italiane con almeno 10 addetti ha utilizzato l'analisi dei Big Data. Questo valore è inferiore rispetto alle imprese tedesche e francesi

Comportamenti d'Impresa e Sostenibilità:

Le PMI italiane investono in diverse attività di marketing e pubblicità. Ad esempio, il 15% investe nella SEO (Search Engine Optimization), il 12% nei social media, e il 10% nell'e-mail marketing ³. Inoltre, l'Istat ha esaminato la relazione tra capitale umano, sostenibilità e produttività delle imprese.

In sintesi, l'analisi del turismo culturale e la digitalizzazione delle imprese sono temi rilevanti per l'Italia, e l'Istat fornisce dati preziosi per comprendere meglio questi aspetti e guidare le strategie di marketing e promozione.





MARKETING ANALITICO

Ambiente Demografico

Il nostro progetto si focalizza sulla creazione di cittadelle nel centro e nel sud Italia. Il nord non è oggetto del nostro progetto poiché non potrebbe avere seguito, è più ricco e ha un tasso di occupazione maggiore rispetto al centro sud.

Al 2022, data dell'ultimo censimento, In Italia vivono 58.997.201 persone.

- A noi interessa sapere la percentuale di persone che vive nel centro e sud-Italia.

I dati sono i seguenti divisi per regioni: *Umbria 856.407, Marche 1.484.298, Lazio 5.720.536, Abruzzo 1.272.627, Molise 290.636, Campania 5.609.536, Puglia 3.907.683, Basilicata 537.577, Calabria 1.846.610, Sicilia 4.814.016, Sardegna 1.578.146. **Totale: Italia centrale 11.723.222, Italia Meridionale 13.464.669, Italia Insulare 13.464.669.***

Fonte: [istat-1](#) - [istat-2](#)



- Le donne rappresentano il 51,2% della popolazione residente in Italia.
- L'età media è pari a 46,4 anni per il totale della popolazione (47,8 anni per le donne 44,9 anni per gli uomini).
- La Campania, con un'età media di 43,9 anni è la Regione più 'giovane'.
- Il decremento demografico 2022 interessa quasi esclusivamente il Mezzogiorno (-3,8 per mille) e il Centro (-0,1 per mille).

MARKETING ANALITICO



- Nel 2022 i decessi sono stati 715mila per un tasso di mortalità pari al 12,1 per mille. Da questi dati si evince come ci sia un aumento dei decessi e aumento dell'invecchiamento della popolazione. Nello specifico al Centro i decessi sono 144mila (20%) e nel Mezzogiorno 237mila (33%).
- Natalità: I nati in Italia sono 393mila nel 2022, con un tasso di natalità del 6,7 per mille. C'è un evidente calo delle nascite perché anche la popolazione femminile "fertile" (in età tra 15 e 49 anni) è diminuita. il numero medio di figli è pari a 1,24.
- La popolazione composta da cittadini stranieri è composta da 5 milioni e 141mila persone. Risulta essere in aumento di 111mila individui sull'anno precedente (+2,2%), raggiungendo un'incidenza sulla popolazione totale dell'8,7%. Risulta così distribuita: **Italia centrale 1.266.873, Italia Meridionale 610.782, Italia Insulare 241.579. Età media risulta essere 36,2 anni.**





MARKETING ANALITICO

Ambiente Fisico

Ad inizio 2024 si stima una riduzione sia per le importazioni (-7,3%) che per le esportazioni (-3,2%).

Tra i settori che più contribuiscono a frenare l'export nazionale si segnalano articoli farmaceutici, chimico-medicali e botanici (-15,0%) e metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti (-7,9%).

I contributi positivi maggiori derivano dall'aumento delle esportazioni di prodotti alimentari, bevande e tabacco (+14,0%), macchinari e apparecchi non classificati (+6,2%), articoli di abbigliamento, anche in pelle e in pelliccia (+17,0%), articoli sportivi, giochi, strumenti musicali, preziosi, strumenti medici e altri prodotti (+15,7%) e autoveicoli (+12,9%).

La stima del saldo commerciale a gennaio 2024 è pari a +2.655 milioni di euro (era -4.236 milioni a gennaio 2023). Il deficit energetico (-4.233 milioni) è in forte riduzione rispetto a un anno prima (-7.760 milioni). L'avanzo nell'interscambio di prodotti non energetici sale da 3.524 milioni di gennaio 2023 a 6.888 milioni di gennaio 2024.

Nel mese di gennaio 2024, i prezzi all'importazione diminuiscono dello 0,9% su base mensile e del 7,0% su base annua (era -9,3% a dicembre 2023).

L'Italia sta andando molto bene per quanto riguarda l'agricoltura biologica, la differenziata e le rinnovabili. L'agricoltura biologica interessa il 18,7% della superficie agricola utilizzata e il 7,3% di aziende agricole. Sulla raccolta differenziata l'Italia è riuscita a ridurre i rifiuti ed entro il 2030 li ridurrà ancora del 10%.

Per quanto riguarda l'emissione dei gas serra il paese non è ancora riuscito a ridurre le emissioni.

Fonte: [istat-1](#) - [istat-2](#)



MARKETING ANALITICO



Ambiente Economico

Per quanto riguarda l'aspetto economico, il Pil è in crescita dell'0,7% nel 2024.

L'importazione di beni e servizi è in salita del 2,0%; mentre l'esportazione sale al 2,1%.

La domanda interna è diminuita fino ad arrivare allo 0,7%, rispetto agli anni precedenti. Inoltre, la domanda interna è principalmente "gestita" dai consumi privati che sostengono l'abbassamento dell'inflazione e di conseguenza è previsto un aumento dell'occupazione. Infatti nel 2024 la percentuale di occupazione sarà del 7,5%. Nel 2023 era del 7,6%.

La spesa delle famiglie residenti si è abbassata all'1,0%.

Abitudini di acquisto: è emerso che il 62,6% degli italiani fa acquisti omnicanale, ossia sia nei negozi fisici che in quelli online.

Il 68,4% dei consumatori italiani compie il 30% dei propri acquisti solo online nei marketplace. I marketplace sono molto diffusi in Italia e infatti il 79% dei consumatori italiani preferisce acquistare sui marketplace come eBay, Amazon, Etsy, mentre il 9,6% preferisce il sito web di un brand e il 7,4% opta per l'app mobile di un brand.

Come scrive Confcommercio, le vendite a dettaglio sono calate dello 0,1%

Fonte
<https://www.istat.it/it/files//2023/12/Prospettive-per-economia-italiana-5-dicembre-2023.pdf>
<https://www.italiani.coop/wp-content/uploads/2021/09/rappcoop21.pdf>
<https://www.ilgiornale.it/news/societ/si-evolvono-abitudini-acquisto-online-degli-italiani-2180552.html#:~:text=Dalla%20ricerca%20C3%A8%20emerso%20che,non%20alimentari%20solo%20in%20negoziio.>
<https://www.confcommercio.it/-/focus-istat>
<https://www.confcommercio.it/-/mezzogiorno>
<https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2023/05/08/distanza-nord-sud-italia/>





MARKETING ANALITICO

In **Italia**, **AnthroposLab** promuoverà in modo innovativo la rigenerazione dei piccoli Comuni attraverso l'offerta di servizi, sia per la popolazione locale sia per i visitatori, nonché la sostenibilità ambientale, proponendo progetti attenti alla riduzione delle emissioni inquinanti, alla riduzione dei consumi, allo smaltimento dei rifiuti, alle soluzioni di economia circolare e alla ricollocazione professionale delle persone all'interno del territorio locale.

Le agevolazioni sono rivolte a micro, piccole e medie imprese che presentano iniziative imprenditoriali in forma singola o in aggregazione, già costituite o che intendono costituirsi.

Le iniziative sono altresì rivolte alle persone in cerca di un'occupazione e di nuove esperienze professionali.



MARKETING ANALITICO

Il **Marocco**, una terra ricca di cultura e storia, è famoso per i suoi artigiani talentuosi che creano dei pezzi d'artigianato unici, tramandati di generazione in generazione. L'artigianato marocchino riflette la ricchezza delle tradizioni locali, l'abilità artigianale e l'amore per la bellezza e lo sfruttamento delle risorse del posto. Questo affascinante mondo, fatto a mano, è una fusione di influenze berbere, arabe e africane, che rende ogni pezzo un'autentica opera d'arte.

Data la grande crescita dei settori agroalimentari, tessili, chimico, petrolchimico, elettronico, automobilistico e cantieristico, puntiamo a stringere delle fruttuose collaborazioni con le aziende, come partner essenziali, per lo sviluppo del nostro progetto.





MARKETING ANALITICO

Il **Vietnam** è un paese che sta crescendo dal punto di vista economico.

Diversi settori industriali e agricoli sono in rapida crescita. Tra i settori che stanno crescendo ci sono quello della produzione tessile e abbigliamento.

Da alcune analisi emerge come il settore manifatturiero in Vietnam sta affrontando una carenza di manodopera a causa dell'invecchiamento della popolazione e del basso tasso di natalità. Questo punto dovrebbe peggiorare in futuro e potrebbe portare ad un aumento dei salari e una diminuzione della competitività.

La produttività del lavoro del Vietnam nel settore manifatturiero è ancora inferiore a quella di altri paesi della regione. Ciò è dovuto alla mancanza di lavoratori qualificati, tecnologia obsoleta e cattive pratiche di gestione. La disuguaglianza di genere: le donne costituiscono una percentuale significativa della forza lavoro nel settore manifatturiero, ma sono spesso impiegate in lavori a basso contenuto e basso-qualificato. La disuguaglianza di genere sul posto di lavoro è un grosso problema che deve essere affrontato per garantire pari opportunità per tutti. I diritti del lavoro nel settore manifatturiero in Vietnam sono stati una preoccupazione per molti anni. I lavoratori sono spesso soggetti a lunghi orari di lavoro, bassi salari e cattive condizioni di lavoro. Il governo ha implementato diverse politiche per migliorare i diritti del lavoro, ma è necessario fare più per garantire che i lavoratori siano trattati in modo equo. Il nostro obiettivo è quello di stringere, non solo collaborazioni con le aziende, ma incentivare un'etica di lavoro sostenibile e rispettoso dei diritti umani.



Anthropos Lab
we create bridges, we break down barriers

S.W.O.T.

Analisi per i nostri clienti sull'effettività della nostra idea di business.

Fattori Interni

Punti di Forza

La forza della nostra idea risiede nella riquilificazione delle persone in maniera etica.
La rete commerciale, che andremo a sviluppare sarà basata sul lavoro sostenibile. I prodotti che andremo a distribuire sul mercato saranno unici e comunicheranno i valori e la cultura dei territori dove andremo a operare.
La pregevolezza della merce creerà dei legami, proficui e duraturi con Brand leader sul mercato.

Punti di Debolezza

Troveremo diversi ostacoli, che potrebbero essere di natura burocratica o sociale.
La nostra idea potrebbe non essere compresa.
Le province o i comuni da noi contattati potrebbero tardare nel fornirci strutture e servizi.

Fattori Esterni

Opportunità

La pregevolezza della merce creerà dei legami, proficui e duraturi con Brand leader sul mercato. Recupereremo e metteremo in risalto le materie prime e l'artigianato locale. Rivitalizzeremo dal punto di vista economico e sociale, tutti i borghi sprovvisti di infrastrutture e prospettive lavorative. Creeremo delle forti connessioni a livello umano, che permetteranno di abbattere ogni forma di barriera.

Minacce

Le aziende che non rispettano gli standard di sostenibilità ci potrebbero boicottare. Alcune comunità rurali potrebbero valutarci come una minaccia a livello culturale, il loro pregiudizio potrebbe ostacolare la comunicazione. Alcuni collaboratori, all'interno del nostro gruppo, potrebbero subire delle pressioni esterne, da parte di competitors, e potrebbero essere tentati ad abbassare i nostri standard lavorativi.

S.W.O.T.

Analisi per i nostri partner sul mercato di riferimento

Fattori Interni

Punti di Forza

La forza della nostra idea di business, così innovativa e coinvolgente, attirerà nuovi investitori. Il progetto si baserà su forti valori etici, che tuteleranno l'ambiente e ottimizzeranno i costi. Le materie prime che andremo a utilizzare saranno facilmente reperibili, non supereranno mai il business plan concordato con i nostri partners.

Punti di Debolezza

Potremmo essere poco chiari nella nostra campagna marketing e la nostra idea di business potrebbe essere scambiata per un'azienda no profit. Il lavoro iniziale, che si svolgerà prevalentemente su territorio italiano potrebbe subire dei ritardi a causa dell'eccessiva burocrazia. Il mercato innovativo, nel quale vogliamo posizionarci, potrebbe richiedere una percentuale troppo alta del budget iniziale.

Fattori Esterni

Opportunità

Il respiro internazionale della nostra idea di business coinvolgerà nuovi brand, si creeranno solide e proficue collaborazioni, che svilupperanno nuovi indotti economici e genereranno dei ricavi. Ci posizioneremo in un mercato innovativo e all'avanguardia, esploreremo materiali nuovi e in futuro produrremo i nostri prodotti.

Minacce

Gli investitori e i nostri partner potrebbero essere intimoriti dalle nostre idee etiche e sostenibili. Le materie prime che utilizzeremo potrebbero richiedere diverse fasi di raffinazione. Dovremo stare molto attenti alle oscillazioni dei mercati, riguardo il costo dei materiali.



Anthropos Lab
we create bridges, we break down barriers

S.W.O.T.

Analisi per i nostri concorrenti diretti e indiretti

Fattori Interni

Punti di Forza

I valori della nostra azienda saranno determinanti nella scalata del mercato di riferimento. La forza delle collaborazioni che andremo a sviluppare determinerà un vantaggio consistente, soprattutto riguardo la commercializzazione dei nostri prodotti. Le governance dei paesi partners ci aiuteranno a rafforzare ed espandere i nostri canali commerciali.

Punti di Debolezza

Il nostro progetto, essendo fortemente innovativo, potrebbe impiegare più anni del previsto a decollare. Lavorando su tre paesi potremmo incorrere a diverse difficoltà, di conseguenza i nostri competitor potrebbero approfittarne per portarsi avanti. Inizialmente svilupperemo l'idea in Italia e questo, visto la lenta crescita economica del nostro paese, avrà conseguenze negative.

Fattori Esterni

Opportunità

Collocandoci in un mercato nuovo saremo dei pionieri e dovremmo incontrare minore concorrenza. Avremo più possibilità di sperimentare, potremo stringere nuove collaborazioni con start-up giovani e innovative, che potrebbero rivelarsi idee vincenti e all'avanguardia. Potremo sfruttare incentivi e finanziamenti europei per ammortizzare i costi.

Minacce

I nostri competitor potrebbero screditare il nostro lavoro etico e potremmo subire dei forti attacchi, attraverso la stampa o il boicottaggio dei nostri sistemi informatici. Le governance dei nostri paesi partners, inizialmente potrebbero valutarci come una minaccia, pregiudizio e ignoranza mineranno lo sviluppo del nostro lavoro. I brand più affermati potrebbero non abbracciare la nostra idea di lavoro e sviluppo sostenibile.



BUYER PERSONA

Il modello di cliente ideale a cui bisogna rivolgersi per offrire i propri beni o servizi si elabora attraverso un processo che prevede la raccolta di dati attraverso sondaggi, interviste e focus group, che hanno il compito di mettere in evidenza le caratteristiche demografiche, sociali, psicologiche e comportamentali al fine di conoscere il potenziale cliente, quali sono le sue esigenze e quindi come poterle soddisfare con la propria attività.

Questionario 1 per fruitore servizi



Questionario 2 Artigiani e/o Imprese locali



Questionario 3 Partner





BUYER PERSONA: ARTIGIANO

DESCRIZIONE

Bruno è un artigiano con oltre 20 anni di esperienza nel settore dell'artigianato tradizionale. Ha dedicato la sua vita alla creazione di opere uniche, utilizzando tecniche che rischiano di scomparire. È profondamente radicato nella sua comunità e ha un forte desiderio di trasmettere le sue conoscenze alle nuove generazioni.

OBIETTIVI

- **Insegnare mestieri tradizionali** a persone interessate a imparare una nuova professione.
- **Collaborare con progetti innovativi** che rispettano l'ambiente e promuovono lo sviluppo sostenibile.
- **Contribuire alla rinascita delle comunità locali** attraverso l'arte e l'artigianato.

SFIDE

- Trovare studenti o apprendisti motivati in aree in fase di spopolamento.
- Mantenere vive le tradizioni artigianali in un mondo che si muove rapidamente verso l'automazione.
- Adattarsi alle nuove tecnologie senza perdere l'essenza del mestiere artigianale.

Bruno

Età: 45

Occupazione:

Artigiano esperto

VALORI

- Sostenibilità e rispetto per l'ambiente.
- Conservazione e promozione dei mestieri tradizionali.
- Educazione e formazione continua.

COMPORAMENTO D'ACQUISTO:

- Predilige strumenti e materiali che sono conformi alle normative europee e internazionali.
- Cerca collaborazioni con progetti che hanno standard elevati e un impatto positivo sulla comunità.
- È disposto a investire in tecnologie avanzate che possono coesistere armoniosamente con la natura.

INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- Bruno potrebbe essere uno dei primi artigiani a unirsi al database di CitadeLab.
- Offrirà workshop e laboratori creativi, condividendo le sue competenze con altri.
- Sarà un ambasciatore del progetto, promuovendo i valori di CitadeLab all'interno della sua rete di contatti.

Questo profilo aiuterà a definire le strategie di marketing e di coinvolgimento per il nostro progetto, assicurando che le iniziative siano allineate con le esigenze e le aspettative di Bruno e di artigiani simili.





TARGET

50-60%

BUYER PERSONA: ARTIGIANO

Marco

Età: 38

Occupazione:

Artigiano tradizionale
con esperienza

Questo profilo riflette la volontà di mantenere un equilibrio tra la valorizzazione delle tradizioni e l'apertura verso il progresso.

DESCRIZIONE

Marco è un maestro artigiano che ha costruito la sua reputazione sulla qualità e l'autenticità dei suoi manufatti. La sua vita è un intreccio di tradizione e dedizione, con un occhio sempre attento alle novità che potrebbero arricchire il suo artigianato. Nonostante la sua prudenza verso l'innovazione Marco riconosce l'importanza di rimanere aggiornato e aperto alle opportunità che potrebbero migliorare la sua attività, sempre nel rispetto dei valori che ha sempre sostenuto.

VALORI

- **Artigianalità e qualità:** pone grande enfasi sulla qualità superiore e sull'artigianalità squisita dei suoi prodotti.
- **Innovazione consapevole:** Pur essendo legato alle tradizioni, Marco è aperto a esplorare l'innovazione che rispetta e valorizza il suo mestiere.
- **Comunità e collaborazione:** Crede fortemente nel potere della comunità e nella collaborazione per mantenere vive le tradizioni artigianali.

OBIETTIVI

- **Perfezionamento dell'arte:** Aspira a raggiungere l'eccellenza nel suo mestiere, affinando le sue abilità e creando prodotti/servizi di qualità insuperabili.
- **Integrazione dell'innovazione:** Vuole integrare nuove tecnologie e metodi innovativi che possano coesistere con le sue tecniche tradizionali.
- **Educazione e mentorship:** È impegnato a insegnare il suo mestiere alle nuove generazioni, garantendo la trasmissione del sapere artigianale.

SFIDE

- Trovare studenti o apprendisti motivati per l'apprendimento dei mestieri tradizionali.
- Mantenere vivo il mondo dei mestieri antichi in un'epoca dominata dall'innovazione tecnologica.

COMPORAMENTO D'ACQUISTO:

- Marco **predilige prodotti e servizi che rispecchiano i suoi valori** di sostenibilità e tradizione, cercando soluzioni che gli permettano di mantenere la sua attività artigianale aggiornata senza compromettere la qualità e l'autenticità del suo lavoro.
- È **disposto a investire in strumenti che migliorino la sua efficienza**, ma è **cauto nell'adottare tecnologie** che non comprende completamente o che potrebbero distoglierlo dai suoi metodi tradizionali.

INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- Marco è interessato al progetto CitadeLab per circa il 50/60% ma ha delle riserve riguardo all'innovazione e non essendo molto tecnologico, necessita di ulteriori informazioni per comprendere appieno come funziona il progetto e quali benefici potrebbe portare alla sua attività. Aperto a collaborare, ma desidera farlo in modo che non lo esponga troppo, preservando la sua privacy e la sicurezza della sua attività.
- La sua decisione di acquisto è influenzata dalla chiarezza delle informazioni fornite e dalla facilità di implementazione nel suo processo lavorativo.





TARGET

20-30%

BUYER PERSONA: ARTIGIANO

DESCRIZIONE

Giacomo è un artigiano che ha trascorso decenni nel settore dell'artigianato. Nonostante sia leggermente interessato al progetto CitadeLab, il suo interesse principale rimane il profitto personale piuttosto che il valore intrinseco o la qualità.

OBIETTIVI

- **Massimizzare i guadagni** con il minimo investimento.
- **Mantenere le tecniche tradizionali** che hanno dimostrato di essere redditizie.
-

SFIDE

- Adattarsi alle nuove tendenze del mercato mantenendo un approccio tradizionale.
- Concorrere con prodotti innovativi pur offrendo una qualità inferiore.

Gabriele

Età: 50

Occupazione:

Artigiano

VALORI

- **Tradizione** e metodi consolidati.
- **Profitto** e vantaggio economico personale.

COMPORAMENTO D'ACQUISTO:

- Giacomo è incline a scegliere soluzioni economiche e pratiche che promettono un ritorno immediato.
- Non è disposto a investire in tecnologie o processi che non garantiscono un aumento tangibile dei profitti.
- La sua decisione di acquisto è guidata principalmente dalla convenienza e dal potenziale di guadagno.

INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- Giacomo mostra un interesse marginale del 20/30% per il progetto CitadeLab, valutandolo solo per il potenziale impatto sul suo profitto.
- Non è particolarmente preoccupato per l'innovazione o il miglioramento, purché ciò non influisca negativamente sui suoi guadagni.

Questo profilo aiuterà a definire le strategie di marketing e di coinvolgimento per il nostro progetto, assicurando che le iniziative siano allineate con le esigenze e le aspettative di Giacomo e di artigiani simili.



BUYER PERSONA: INDIVIDUO

TARGET
100%



Tommaso

Età: 22>25 anni

Occupazione: Disoccupato

DESCRIZIONE

Tommaso attualmente è disoccupato. Sta cercando l'occasione lavorativa giusta per lui. Ultimamente fa fatica a trovare opportunità lavorative che siano stimolanti. E' una persona molto attiva nel campo del volontariato e nel comune della sua città. E' molto attento alle politiche ambientali. Gli piace partecipare a workshop e laboratori di qualsiasi tematica.

OBIETTIVI

- E' propositivo e ha voglia di buttarsi in una nuova avventura
- Sarebbe disposto a trasferirsi in un'altra città per iniziare una nuova carriera
- Lavorare a contatto con la natura
- Seguire un nuovo workshop per imparare un nuovo mestiere
- Diffondere le tematiche di sostenibilità, riciclo ed etica

VALORI

- Sostenibilità e rispetto per l'ambiente.
- Conservazione e promozione dei mestieri tradizionali.
- Educazione e formazione continua.



SFIDE

- Incertezza sul futuro professionale e sulla sicurezza economica
- Difficoltà nel trovare opportunità di lavoro che corrispondano alle sue competenze e aspettative

COMPORTAMENTO D'ACQUISTO:

- Dedicare tempo alla ricerca attiva di lavoro, inviando curriculum e partecipando a colloqui
- Cerca opportunità di formazione o riqualificazione per migliorare le sue competenze e rendere più attraente il suo profilo lavorativo
- Gli piace fare volontariato

INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- E' venuto a conoscenza del progetto tramite il passaparola di un amico
- Il workshop gli sarà molto utile poiché gli offrirà una nuova visione del mondo lavorativo
- Potrà apprendere competenze e conoscenze in un ambiente altamente stimolante
- Può unire l'interesse della sostenibilità con l'inizio di una nuova carriera lavorativa



BUYER PERSONA: INDIVIDUO

TARGET
50-60%



Giacomo

Età: 30 anni

Occupazione: Disoccupato

DESCRIZIONE

Giacomo è alla ricerca di una nuova posizione lavorativa. Sta valutando se intraprendere una nuova carriera lavorativa nel settore dell'artigianato. Non ha mai partecipato a dei workshop di nessun tipo. Gli piace fare sport e fare fotografia.

OBIETTIVI

- Non è molto stimolato da nuove avventure
- Non Sarebbe disposto a trasferirsi in un'altra città per iniziare una nuova carriera
- Lavorare a contatto con la natura
- Diffondere le tematiche di sostenibilità, riciclo ed etica

SFIDE

- Gestire la propria attività in modo efficace, compreso il marketing, la contabilità e la gestione del tempo
- Affrontare l'incertezza finanziaria e l'instabilità che possono derivare dall'avvio di un'attività autonoma
- Mantenere la motivazione e l'entusiasmo nel perseguire la sua passione a lungo termine

COMPORAMENTI E ABITUDINI

- Frequenta corsi e workshop di fotografia per migliorare le sue competenze e ampliare la sua rete di contatti nel settore
- Utilizza i social media e un sito web personale per promuovere il suo lavoro e attrarre nuovi clienti
- Collabora con altri professionisti del settore per progetti e collaborazioni creative
- Dedica del tempo alla ricerca di ispirazione e alla pratica della fotografia in contesti diversi
- Bilancia il suo impegno lavorativo con momenti di relax e svago, come viaggi, escursioni e tempo trascorso con la famiglia



INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- E' venuto a conoscenza del progetto tramite il sito web
- Questa è l'occasione per fare una nuova esperienza lavorativa
- Potrebbe essere l'occasione per avere una panoramica sulle tematiche ambientali



BUYER PERSONA: INDIVIDUO

TARGET
20-30%



Carlo

Età: 40 anni

Occupazione: Disoccupato

DESCRIZIONE

Situazione Occupazionale:

Ex manager in un'azienda multinazionale, ha recentemente deciso di lasciare il mondo corporativo per dedicarsi alla propria passione per la fotografia.

OBIETTIVI

- Espandere le sue competenze e la sua reputazione nel campo della fotografia
- Avere maggiore libertà e autonomia nella sua vita professionale
- Esprimere la sua creatività e trovare soddisfazione nel proprio lavoro
- Trovare un equilibrio tra lavoro e vita personale che gli consenta di trascorrere più tempo con la famiglia e gli amici

SFIDE

- Costruire una clientela e un portafoglio stabile nel settore della fotografia
- Gestire la propria attività in modo efficace, compreso il marketing, la contabilità e la gestione del tempo
- Affrontare l'incertezza finanziaria e l'instabilità che possono derivare dall'avvio di un'attività autonoma
- Mantenere la motivazione e l'entusiasmo nel perseguire la sua passione a lungo termine



COMPORAMENTO E ABITUDINI:

- Frequenta corsi e workshop di fotografia per migliorare le sue competenze e ampliare la sua rete di contatti nel settore
- Utilizza i social media e un sito web personale per promuovere il suo lavoro e attrarre nuovi clienti
- Collabora con altri professionisti del settore per progetti e collaborazioni creative
- Dedica del tempo alla ricerca di ispirazione e alla pratica della fotografia in contesti diversi
- Bilancia il suo impegno lavorativo con momenti di relax e svago, come viaggi, escursioni e tempo trascorso con la famiglia

INTERAZIONI CON IL PROGETTO CITADELAB:

- E' venuta a conoscenza del progetto tramite l'agenzia del lavoro
- Potrebbe essere un'occasione per iniziare ad interessarsi all'ambiente e ciò che la circonda
- Un'opportunità che potrebbe favorire uno scambio sociale e culturale



Filippa

Età: 40 anni

Occupazione: Imprenditore nel settore delle energie rinnovabili



BUYER PERSONA: PARTNER

Filippa è un imprenditore di successo con una forte passione per l'innovazione e la sostenibilità. Ha fondato diverse startup nel campo delle energie rinnovabili e cerca costantemente opportunità per investire in progetti che promuovano un impatto positivo sull'ambiente e sulla società.

VALORI

- Innovazione guidata dalla sostenibilità.
- Impatto sociale positivo e empowerment delle comunità locali.
- Trasparenza e conformità con le normative ambientali.

OBIETTIVI

- Investire in iniziative sostenibili che contribuiscano allo sviluppo economico delle aree in fase di spopolamento.
- Sostenere progetti che combinano tecnologia avanzata e rispetto per la natura.
- Creare opportunità di lavoro e formazione nelle comunità locali.

PREOCCUPAZIONI E RISCHI

- Identificare progetti sostenibili con un solido piano di business e un chiaro impatto sociale.
- Bilanciare il ritorno sull'investimento con la realizzazione di obiettivi etici e ambientali.
- Integrare le nuove tecnologie in modo che si armonizzino con l'ambiente senza comprometterne l'integrità.

INTERAZIONI CON IL PROGETTO

- Bruno potrebbe essere un investitore chiave nel progetto, fornendo non solo capitale ma anche una rete di contatti e risorse.
- Potrebbe partecipare attivamente al processo decisionale e alla strategia di sviluppo del progetto.
- La sua esperienza e le sue risorse potrebbero essere fondamentali per l'espansione e il successo di CitadeLab.

COMPORAMENTO D'ACQUISTO

- Predilige investimenti in progetti che dimostrano un alto potenziale di crescita e sostenibilità a lungo termine.
- Valuta attentamente l'impatto ambientale e sociale prima di impegnarsi finanziariamente.
- È disposto a pagare un premio per soluzioni che sono all'avanguardia e rispettose dell'ambiente.

Questo profilo di Filippa aiuterà a focalizzare le strategie di coinvolgimento e comunicazione per attrarre investitori con interessi e capacità simili, garantendo che il progetto CitadeLab raggiunga gli obiettivi di sostenibilità e impatto sociale.



Andrea

Età: 45 anni

Posizione: Imprenditore nel settore manifatturiero



Questo profilo di Andrea aiuterà a focalizzare le strategie di coinvolgimento e comunicazione per attrarre investitori con interessi e capacità simili, garantendo che il progetto CitadeLab raggiunga gli obiettivi di sostenibilità e impatto sociale.



TARGET

50-60% BUYER PERSONA: PARTNER

Andrea è un imprenditore di una piccola azienda manifatturiera in espansione. Questa è la sua prima azienda, fondata nel 2019, che conta già 50 dipendenti. Precedentemente aveva lavorato in diverse posizioni in grandi multinazionali ma queste esperienze l'hanno portato a decidere di mettersi in proprio.

VALORI

Andrea ha una forte determinazione nel guidare la sua azienda. Ha la capacità di risolvere problemi e gestire i suoi dipendenti. Ha sempre fatto beneficenza e, quand'era studente, ha partecipato a progetti di scambi culturali legati alle tematiche ambientali. Ancora adesso è spinto da un grande interesse verso l'ambiente e l'ecologia.

OBIETTIVI

- Offrire opportunità di lavoro a giovani neolaureati
- Aprire un'altra sede della sua azienda
- Vorrebbe adeguare la sua azienda agli standard di ecosostenibilità
- E' interessato alle realtà dei borghi italiani

PREOCCUPAZIONI E RISCHI

- Non adeguarsi al piano previsto dell'Agenda 2030 della Nazioni Unite
- Restare in un mondo aziendale legato al passato
- Perdere fatturato
- Non riuscire ad aprir un'altra sede

INTERAZIONI CON IL PROGETTO

Andrea sta valutando se aderire al progetto di CitadeLab. Potrebbe trarre dei benefici perché potrebbe offrire lavoro a giovani e artigiani unendo tematiche a lui care, quali l'ecosostenibilità. Se continua ad aderire agli standard, la sua azienda in poco tempo potrebbe avere un fatturato maggiore e avere anche più dipendenti. In più, potrebbe aprire un'altra sede magari nel Sud-Italia.

COMPORTEMENTO D'ACQUISTO

- L'azienda si sta adeguando piano piano agli standard di ecosostenibilità ma vorrebbe fare di più;
- Uso di materie prime locali Investimento nel materiale riciclato



Giancarlo



TARGET

20-30%

BUYER PERSONA: PARTNER

Età: 60 anni

Posizione: Imprenditore nel settore agricolo



Giancarlo ha una vasta esperienza nell'imprenditoria. Ha avuto modo di esplorare diversi settori imprenditoriali, da quello manifatturiero fino ad arrivare a quello agricolo, dove ormai ha consolidato un'esperienza ventennale. La sua azienda ha più di una sede nel Nord-Italia e conta più di 200 dipendenti.

VALORI

Giancarlo è un uomo ambizioso. Ha sempre voluto avere successo nella vita restando ancorato alle sue origini. Ha sempre vissuto nella stessa regione e non ha mai pensato di spostarsi all'estero. I suoi dipendenti hanno una grande stima di lui perché vedono in Giancarlo un leader che li ascolta.

OBIETTIVI

- Vorrebbe espandersi ancora di più aprendo un'altra sede magari nel Centro-Italia
- Avere un fatturato maggiore di quello dell'ultimo anno
- Diventare l'imprenditore dell'anno 2024

PREOCCUPAZIONI E RISCHI

- Non riuscire a stare al passo con i giovani imprenditori
- Non avere scambi e interazioni con altre realtà imprenditoriali
- Ricevere una sanzione perché l'azienda non rispetta gli standard minimi di sostenibilità

INTERAZIONI CON IL PROGETTO

Giancarlo non è interessato ad un possibile investimento in CitadeLab perché non condivide i valori legati all'ecosostenibilità e non vede un futuro in questo progetto perché ha paura di perdere del fatturato.

Se decidesse di investire potrebbe essere un vantaggio per lui e la sua azienda perché andrebbe ad aderire agli standard di ecosostenibilità, potrebbe aiutare molte persone a sviluppare la loro carriera. In più potrebbe approfondire le tematiche ambientali

COMPORTEMENTO D'ACQUISTO

- Uso delle materie prime prese all'estero
- L'azienda non ricicla i materiali
- Fa fatica ad adattarsi all'e-commerce

Questo profilo di Giancarlo aiuterà a focalizzare le strategie di coinvolgimento e comunicazione per attrarre investitori con interessi e capacità simili, garantendo che il progetto CitadeLab raggiunga gli obiettivi di sostenibilità e impatto sociale.

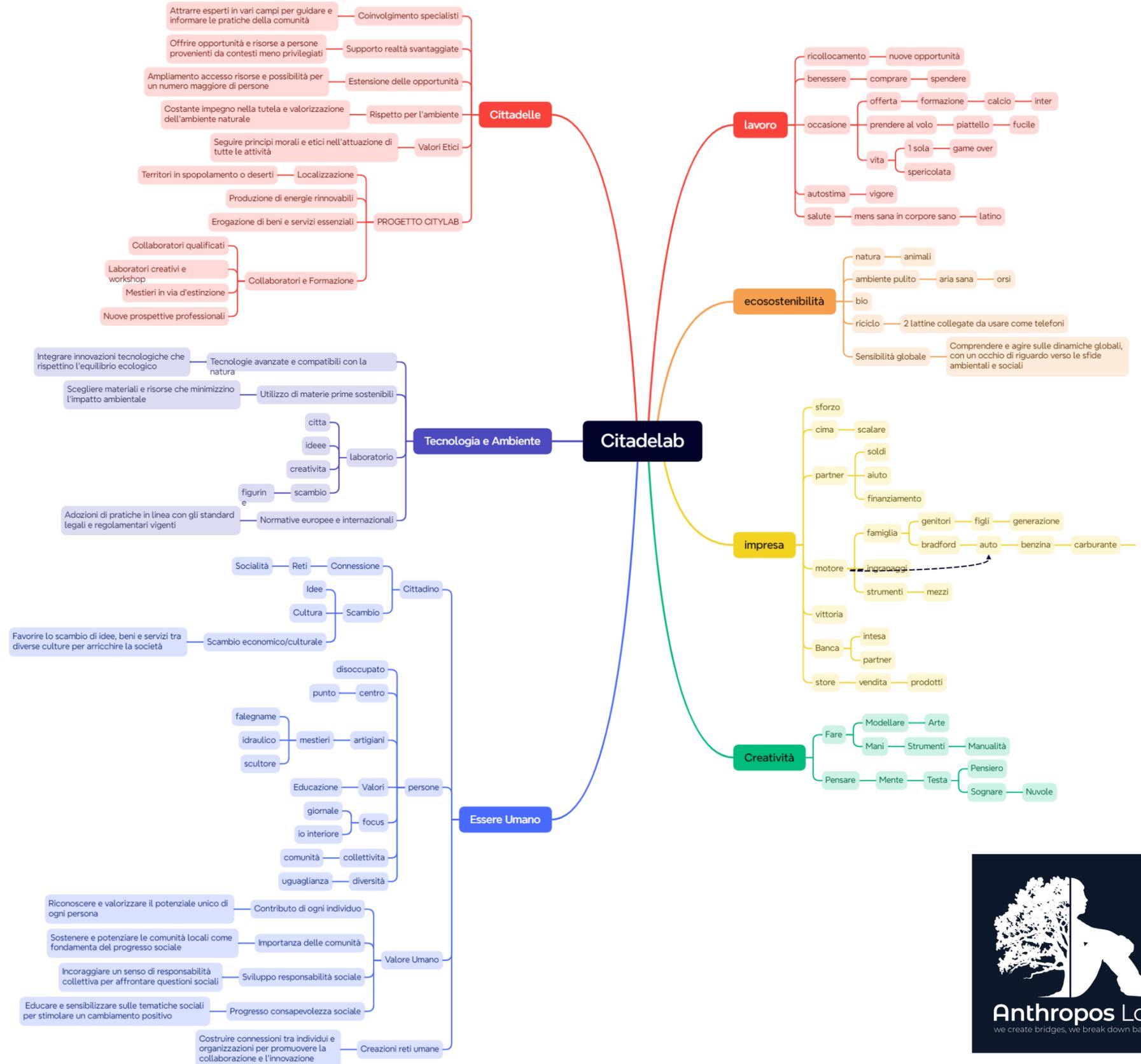


MARKETING STRATEGICO

I questionari ci hanno aiutato a definire meglio le *buyer personas*, che sono l'obiettivo della nostra strategia. Una volta analizzati i dati riferiti al target delle *buyer personas*, abbiamo utilizzato il sistema della *Mind Map* che ci ha consentito di mettere al centro la strategia del servizio che vogliamo offrire alle buyer personas. La *Mind Map* è uno strumento che ci ha permesso di individuare la strategia per comunicare in modo efficace il servizio di *Citadelab*. Come si vede dalla mappa, le idee principali sono concentrate su: Cittadelle, Tecnologia e Ambiente, Essere umano, Lavoro, Ecosostenibilità, Impresa e Creatività. Tutte queste associazioni ci aiutano nella fase del *Come* comunicheremo il servizio ai nostri target.

Nelle slide successive sono elencate le sette euristiche ideate dallo psicologo Robert Cialdini. Le euristiche sono basate sul concetto di *persuasione* che è *l'abilità di muovere qualcuno verso di noi, portandolo verso il nostro pensiero senza forzarlo ma usando solo la comunicazione*.

Le euristiche sono:
 Reciprocità, Simpatia, Riprova sociale, Autorità e Autorevolezza, Scarsità, Impegno e Unità.





TARGET
100%

PERSUASIONE: B.P. ARTIGIANO



Video su youtube con cadenza settimanale dove intervistiamo giovani e anziani artigiani che ci parlano dei loro lavori e illustrano le loro opere, fino al richiamo (senza essere troppo aggressivi, dato che sono target con un'alta percentuale di compatibilità) ai nostri corsi e al nostro progetto. Saranno loro ad invitarli a partecipare e a sostenere CityLab.

Post social dove pubblicizziamo la partnership con nota azienda ecosostenibile e dinamica che produce materie prime, che possa attrarre il buyer artigiano giovane e intraprendente a investire su di noi, attraverso un brand che conosce e da cui è attratto. Ovviamente sceglieremo un'azienda famosa e in voga, che ha una certa influenza sui giovani artigiani (PATAGONIA, Paltò Italia o Lanificio Zegna nel campo tessile/moda o Treadm o Lavazza che hanno investito nelle piantagioni sostenibili e prive di sfruttamento in sud america.)



Aggiornamenti e news tramite Newsletter e strumenti analoghi, indirizzati verso i nostri buyer 100%, dove illustreremo, non solo le partnership più importanti, ma i vari processi di realizzazione del progetto CitadeLab. Per gli artigiani giovani e con esperienza, e-mail mirate, con un certo tipo di contenuti e storytelling (alto livello), che possano invogliare a diventare non solo semplici alunni ma futuri insegnanti.





TARGET
50%

PERSUASIONE: B.P. ARTIGIANO



Seminari di Artigianato Personalizzati:

Organizzare seminari che rispecchiano la fusione tra tradizione e innovazione, sottolineando l'importanza dell'apprendimento continuo e del perfezionamento delle tecniche moderne, mantenendo viva la tradizione artigianale.

Strumenti e Risorse su Misura:

Proporre una linea di strumenti che integrano tecnologia moderna e tradizione artigianale, enfatizzando come questi possano migliorare l'efficienza senza compromettere la qualità del lavoro manuale.



Promozione dell'Innovazione Artigianale:

Incoraggiare Marco a partecipare a fiere e mostre di artigianato dove può esporre le sue creazioni, mettendo in luce l'unicità e la qualità del suo lavoro. Questo non solo aumenta la sua visibilità dell'artigianato ma offre anche l'opportunità di ispirarsi e adottare nuove tecniche e materiali, rimanendo fedele alla tradizione ma con uno sguardo al futuro





TARGET
20%

PERSUASIONE: B.P. ARTIGIANO



Valorizzazione della Tradizione Artigianale: Mettere in luce come i nostri prodotti o servizi valorizzano la tradizione artigianale, mantenendo al contempo un occhio verso l'innovazione e le nuove tendenze del mercato.

Benefici Economici e Garanzia di Qualità: Presentare infografiche o contenuti che confrontino i benefici economici e la garanzia di qualità tra metodi tradizionali e soluzioni innovative, dimostrando come queste ultime possano essere vantaggiose per l'artigiano moderno.



Soluzioni Personalizzate per Artigiani: Offrire soluzioni personalizzate che tengano conto delle esigenze e delle sfide specifiche degli artigiani, assicurando che si sentano valorizzati e compresi, e che le soluzioni proposte siano in linea con i loro obiettivi economici personali.



TARGET
100%

PERSUASIONE: B.P. INDIVIDUO



Promozione del nostro progetto:

Incoraggiare Tommaso a partecipare a fiere e mostre d'artigianato dove potrà incontrare i nostri collaboratori, che introdurranno al nostro futuro membro l'unicità e la qualità del nostro lavoro e invitarlo ai nostri workshop e seminari gratuitamente. Ovviamente gli forniremo materiale informativo.

Meeting ed eventi mirati:

Il coinvolgimento di Tommaso sarà maggiore grazie a meeting o eventi esclusivi, che organizzeremo nella zona di residenza del nostro futuro collaboratore. Tommaso avrà la possibilità di confrontarsi con esperti e partecipare a dibattiti che mireranno a stimolare la sua voglia di cimentarsi in una nuova carriera.



Percorso con un professionista:

La salute fisica ma soprattutto psicologica dei nostri futuri collaboratori è essenziale. Proprio per questo ci avvarremo di figure come orientatori professionali e formatori che aiuteranno Tommaso a scegliere il percorso che lo farà sentire più a suo agio e produttivo all'interno della nostra azienda.





TARGET
50%

PERSUASIONE: B.P. INDIVIDUO



Eventi all'aperto nelle zone rurali:

Giacomo è un soggetto che ama la natura e sfrutteremo degli eventi che metteranno in risalto i suoi prodotti e nel frattempo lo faremo confrontare con i nostri artigiani più esperti per esplorare una possibile nuova carriera.

Incontri con consulenti finanziari:

Proporremo a Giacomo di incontrare un nostro consulente finanziario che gli permetterà di stilare un possibile bilancio per il lancio della sua nuova attività all'interno della nostra azienda, oppure i vantaggi nel cambiare totalmente professione.



Utilizzare i partner:

Incoraggiare Giacomo attraverso i nostri sponsor e canali di commercializzazione. Data la diffidenza del nostro soggetto mostreremo la forza dei nostri indotti lavorativi e proporremo i suoi prodotti alle nostre aziende. Potrà toccare con mano i vantaggi economici nel sposare il nostro progetto.





TARGET
20%

PERSUASIONE: B.P. INDIVIDUO



I testimonial:

Utilizzeremo un testimonial noto, che rispecchi i valori della nostra buyer personas, che avvicinerà Carlo e potrà stimolare la sua curiosità. La figura che verrà selezionata accuratamente, parlerà durante gli eventi e mostrerà i vantaggi economici dell'artigianato tradizionale, ma anche la grande visibilità che garantisce il progetto **Citadelab**.

Eventi mirati con esperti:

Carlo verrà invitato gratuitamente a partecipare a questi eventi, dove potrà interagire con altri colleghi e con i nostri insegnanti. Li attraverso l'utilizzo di video impattanti ed emotivi, mostreremo alle nostre BP come i nostri metodi e servizi valorizzeranno la tradizione fotografica e la introdurranno in molteplici canali economici.



Visite guidate nei borghi e tour fotografico:

Inviteremo Carlo a visitare le nostre strutture, organizzando delle visite guidate nella nostra azienda, ovviamente forniremo dei mezzi di trasporto che lo condurranno nella nostra sede. Non solo potrà visitare i nostri borghi ma faremo dei veri e propri tour fotografici che stimoleranno il suo interesse e daranno libero sfogo alla sua creatività. Successivamente Carlo verrà invitato nelle nostre sedi, mostrandogli come il progetto Citadel Lab darà valore e risalto al suo lavoro, fornendogli dati reali sul miglioramento del suo fatturato.





TARGET
100%

PERSUASIONE: B.P. PARTNER



Organizzare un evento di lancio del progetto CitadeLab dove Filippa può essere uno speaker e condividere la sua visione e il suo entusiasmo per il progetto con altri potenziali sostenitori e stakeholder. Si potrebbe pensare di organizzare un evento del genere in un borgo (es. San Giorgio) e invitare anche artigiani e persone senza un'occupazione.

Utilizzare i canali social media tipo LinkedIn per promuovere l'evento e condividere aggiornamenti regolari sul progresso del progetto, coinvolgendo Filippa come testimonial e promuovendo il suo coinvolgimento attivo nel nostro progetto.



Organizzare dei workshop e degli incontri di brainstorming in cui Filippa potrebbe partecipare attivamente alla definizione delle strategie e dei piani d'azione per i progetti specifici all'interno del progetto CitadeLab.





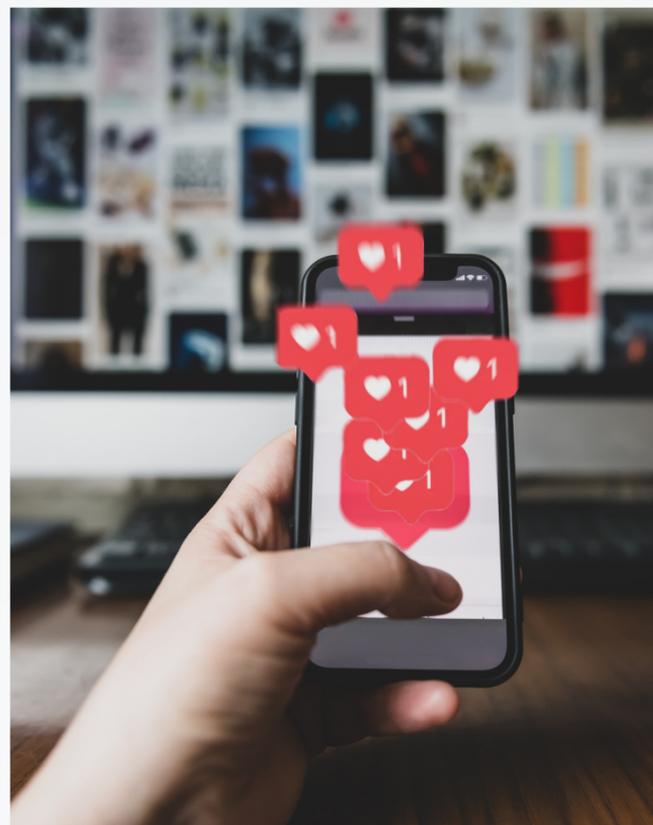
TARGET
50%

PERSUASIONE: B.P. PARTNER



Invitare Andrea a partecipare a un evento di networking dedicato al progetto CitadeLab, dove potrà incontrare altri imprenditori, come Filippa, e professionisti interessati e scoprire potenziali opportunità di collaborazione o partnership.

Utilizzare LinkedIn per condividere studi di caso e testimonianze di successo di altri imprenditori (vedi Filippa) che hanno ottenuto benefici tangibili partecipando al progetto CitadeLab, ispirando così l'imprenditore interessato, in questo caso Andrea.



Organizza webinar o sessioni informative online in cui esperti del settore possano condividere informazioni legate al progetto CitadeLab, offrendo ad Andrea l'opportunità di apprendere e approfondire la sua conoscenza sull'argomento.





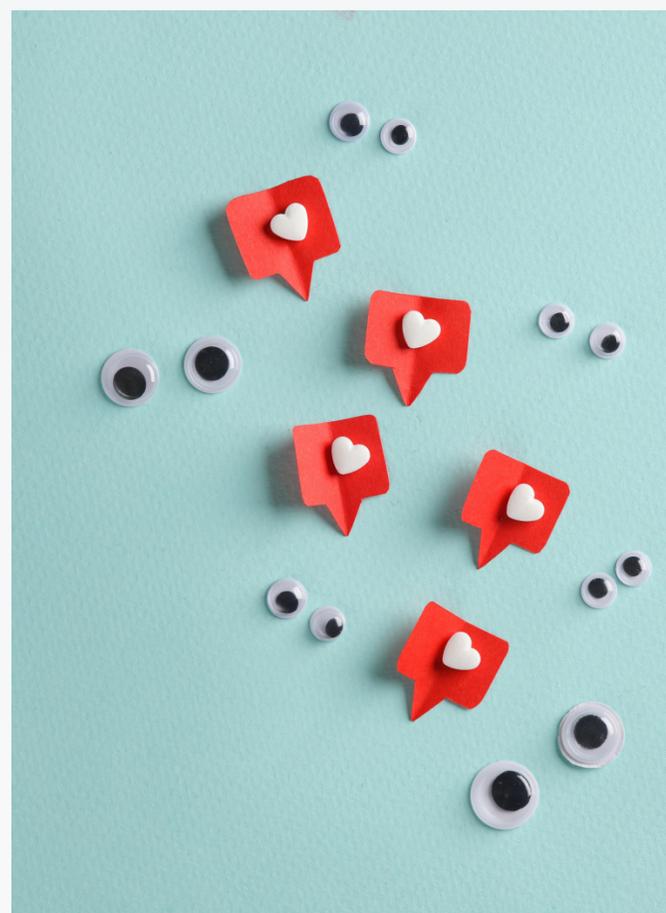
TARGET
20%

PERSUASIONE: B.P. PARTNER



Invitare Giancarlo a partecipare a eventi di sensibilizzazione o presentazioni informali sul progetto CitadeLab, dove potrà incontrare membri del team e altri sostenitori del progetto e porre domande per chiarire i suoi dubbi o preoccupazioni. A questi eventi potrebbero partecipare anche imprenditori come Filippa e Andrea e parlare delle loro esperienze con il progetto CitadeLab

Utilizzare i canali social media, magari sempre LinkedIn, per condividere brevi video interviste o testimonianze di altri imprenditori che hanno partecipato al progetto CitadeLab con un coinvolgimento minimo, mostrando loro come anche un piccolo contributo possa fare la differenza.



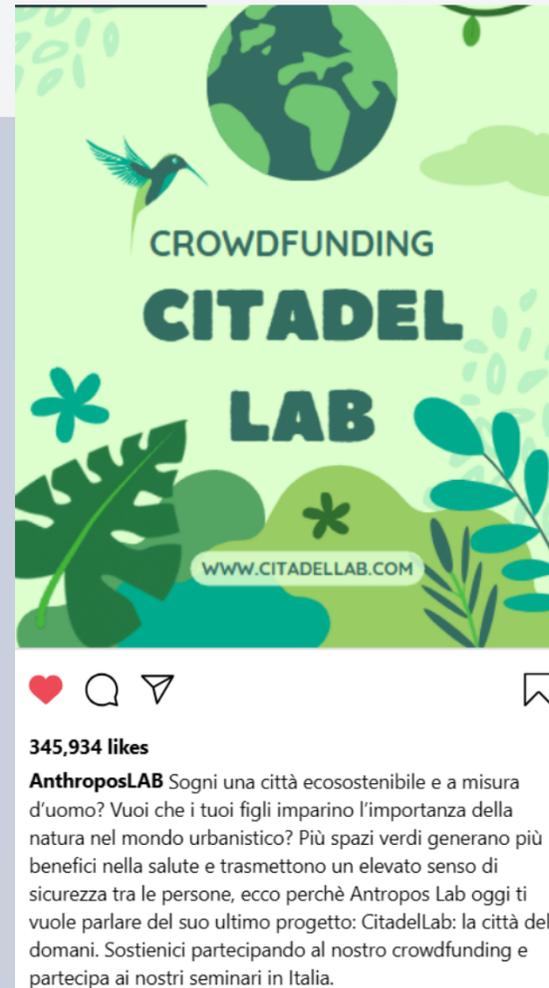
Inviare newsletter periodiche o aggiornamenti via email sull'andamento del progetto CitadeLab e sulle opportunità di coinvolgimento, mantenendo Giancarlo informato e coinvolto nel lungo termine.
Si può pensare anche a giornate conoscitive anche con gli artigiani e magari anche con i giovani disoccupati





Reciprocità: Antroposlab ha appena trovato un accordo con il Parlamento Europeo di Strasburgo che prevede un'ulteriore erogazione di fondi per tutte le altre regioni e i comuni che sposeranno il progetto **CitadeLab**, sui nostri canali social e sul nostro sito troverete il bando per iscriverci. I primi ad iscriversi avranno un bonus del 15% e possibilità di partecipare a meeting e convegni, dove presenzierà persino il presidente Roberta Metsola. Non vediamo l'ora di conoscervi e iniziare questa grande avventura insieme a voi.

Riprova Sociale: Più di seimila artigiani hanno risposto al nostro questionario e in centinaia stanno partecipando ai seminari di Roma, Napoli e Cagliari, vuoi unirti pure tu a loro? sei un artigiano esperto che vuole trasmettere il proprio sapere? oppure sogni d'imparare un nuovo mestiere? CitadeLab è la risposta alle tue domande. Non perdere tempo e iscriviti ai nostri seminari, avrai la possibilità di confrontarti con diversi professionisti nel mondo dell'artigianato e potrai anche candidarti alle classi per i nostri futuri corsi. CitadeLab "costruiamo ponti, abbattiamo le barriere".



Impegno e Coerenza: Sogni una città ecosostenibile e a misura d'uomo? Vuoi che i tuoi figli imparino l'importanza della natura nel mondo urbanistico? Più spazi verdi generano più benefici nella salute e trasmettono un elevato senso di sicurezza tra le persone, ecco perchè Antropos Lab oggi ti vuole parlare del suo ultimo progetto: CitadeLab la città del domani. Sostienici partecipando al nostro crowdfunding e partecipa ai nostri seminari in Italia.

Simpatia: Cari sostenitori, il vostro impegno e il coraggio nel sostenerci ci sta letteralmente commuovendo e cogliamo l'occasione per ringraziarvi per tutto il vostro supporto. Grazie a tutti voi, il progetto CitadeLab sta prendendo vita e condividendo i nostri post stiamo assumendo molti collaboratori. In basso troverete il link per accedere al nostro crowdfunding, contribuite anche con una piccola cifra e aiutateci a realizzare la città del domani, dove voi, sarete i principali protagonisti.



MARKETING STRATEGICO



MARKETING STRATEGICO



Scarsità: Disponibile solo per le prossime 48 ore, fino a esaurimento posti, lo speciale corso di formazione "artigiani del futuro", un percorso esclusivo che intraprenderete con vari docenti come: Caterina Alcaro, esperta tessitrice, Guido de Zan, esperto lavoratore delle ceramiche o Lorenzo Pusterla, noto artista del marmo. Alla base di questo corso c'è una commissione di esperti che ha studiato, solo per quest'occasione, una speciale classe interattiva, dove potremo osservare le antiche tecniche etrusche. Questa è senza dubbio l'occasione giusta per mostrare il vostro vero talento, portarlo ai massimi livelli e diventare persone che ogni giorno celebrano il bello e il ben fatto attraverso la loro vita e il loro lavoro". Troverete il link per il corso "artigiani del futuro", qui in basso e sul nostro sito.



Autorità: Oggi al nostro ultimo convegno, svoltosi a Cosenza, Dario Costantini, presidente della Confederazione nazionale dell'artigianato e delle piccole e medie imprese, ha espresso tutto il suo entusiasmo nei confronti del progetto CitadeLab, invitando gli artigiani calabresi a contattare l'agenzia Antropos. "L'importanza degli artigiani e dei propri lavori dev'essere alla base di ogni società civile, il nostro passato deve indicarci la via, verso lo sviluppo di un progetto futuro sostenibile, come CitadeLab". Questo è solo un estratto dell'intervento del presidente Costantini, che ringraziamo caldamente, cogliamo l'occasione per ricordarvi di inviarci il vostro curriculum vitae, per poter partecipare, come insegnanti o come alunni, ai nostri corsi di alta formazione per artigiani. Il vostro lavoro sarà fondamentale nella realizzazione di CitadeLab.



Risonanza: "Oggi vogliamo parlare a te che tutti i giorni differenzi i tuoi rifiuti, a te che supporti la sostenibilità ambientale, a te che coltivi con passione il tuo micro-giardino nel tuo balcone, a tutti quelli che credono e incoraggiano il cambiamento, oggi potete farne parte attivamente, partecipando ai nostri seminari e corsi e sostenendoci attraverso la campagna di crowdfunding, che abbiamo lanciato qualche giorno fa e trovate ancora disponibile sulle nostre piattaforme interattive. CitadeLab parla a voi, la nostra mission la conoscete, il cambiamento verso una società migliore risiede in ognuno di noi.



SCRIPT PER IL NOSTRO CANALE YOUTUBE



ROBERTA LIGOSI, CEO DI TA-DAAN



Light My Fire

**“IL LAVORO ARTIGIANALE È
SOSTENIBILE PERCHÉ VALORIZZA IL
RECUPERO DEI MATERIALI E LA
MANUTENZIONE DEGLI OGGETTI,
PUNTA SULLA QUALITÀ RISPETTO
ALLA QUANTITÀ”**



SCRIPT RADIOFONICO

TOMMASO SATO

Conduttore



BEATRICE

Conduttrice



Siamo negli studi di Eco Radio 3

spot pubblicitario

Beatrice Matera: Buongiorno a tutti gli ascoltatori e benvenuti alla nostra trasmissione! Oggi abbiamo un annuncio straordinario che riguarda un progetto dedicato a rinnovare il tessuto delle nostre comunità. Sto parlando del progetto Citadel Lab!

Tommaso SATO: Esatto Bea! Citadel Lab è molto più di un semplice laboratorio. È un'iniziativa che mira a riportare vita nei borghi italiani attraverso una visione di sostenibilità, inclusività e connessione umana. E per saperne di più, abbiamo con noi oggi la signora Manuela Patrizi e il signor Salvatore Amoroso, due delle menti creative del team Anthropos Lab. Benvenuti Manuela e Salvatore! Cosa ci dite in merito a Citadel Lab e Anthropos Lab?

Manuela e Salvatore: Grazie per l'invito! E' davvero un piacere essere qui con voi oggi e parlare del nostro progetto. Salutiamo anche Edoardo e Martina che fanno parte del nostro team.

Salvo: Noi di Anthropos Lab siamo un'agenzia di intermediari che mira a creare network lavorativi etici e sostenibili che hanno come obiettivo quello di generare nuovi indotti economici e coinvolgere i piccoli comuni rurali italiani in difficoltà e in via di spopolamento, in particolare i borghi del centro e sud Italia. Il nostro pay off è "Creiamo ponti, abbattiamo le barriere".

Manuela: Citadel Lab è un progetto che unisce artigiani, persone disoccupate e aziende con l'obiettivo di rigenerare i borghi italiani. Vogliamo creare comunità sostenibili e inclusive, dove l'etica e la connessione umana siano al centro di tutto ciò che facciamo. Attraverso programmi di formazione, supporto agli artigiani locali e opportunità di lavoro, vogliamo dare nuova vita a questi luoghi preziosi della nostra cultura. I borghi sono le nostre radici.

Beatrice: È davvero un'idea meravigliosa! Potrebbe darci un esempio di come il progetto Citadel Lab sta già portando cambiamenti positivi in alcuni borghi italiani?



Salvo: Certamente! A San Giorgio, in un piccolo borgo della Toscana, abbiamo collaborato con artigiani locali per ristrutturare edifici abbandonati e trasformati in spazi creativi e culturali. Questo ha non solo dato una nuova vita al borgo, ma ha anche creato opportunità di lavoro per i residenti locali e ha attratto nuovi visitatori interessati all'artigianato tradizionale. Il nostro progetto iniziale prevede il ripopolamento dei borghi in Italia. Fra circa 5 anni, vorremmo espandere questa rete per creare scambi culturali ed economici in Marocco e in Vietnam.

Tommaso: Wow! Siete così lungimiranti. Mi piace molto il vostro progetto. È davvero un modo innovativo per affrontare le sfide delle comunità rurali. Manuela, come possono le persone interessate sostenere o partecipare al progetto Citadel Lab?

Manuela: Siamo sempre alla ricerca di nuove idee e collaborazioni per espandere il nostro impatto. Chiunque sia interessato a sostenere il progetto Citadel Lab può visitare il nostro sito web per saperne di più e contattarci direttamente. Sia che tu sia un artigiano, un'azienda o semplicemente una persona in cerca di occupazione e che ha voglia di intraprendere un nuovo percorso lavorativo, c'è spazio per te nel nostro laboratorio di idee. Non vediamo l'ora di lavorare insieme!

Salvo: Ci tengo ad invitarvi al nostro evento che si terrà venerdì 19 aprile dalle 17.30 alle 19.30 a Roma. Durante questo evento vi illustreremo i nostri workshop e saranno presenti anche artigiani e imprenditori che forniranno una testimonianza. Vi aspettiamo numerosi. Rigeneriamoci tutti insieme!

Beatrice e Tommaso: Grazie mille per aver condiviso con noi questa visione così stimolante, Manuela e Salvatore. E grazie a tutti voi per essere stati con noi oggi. Continuate a sintonizzarsi sulla nostra stazione radio per ulteriori aggiornamenti sul progetto Citadel Lab e su altre notizie interessanti. Alla prossima!

Manuela e Salvatore: Grazie a voi. E' stato un piacere. A presto

spot pubblicitario

MANUELA

CEO



SALVO

Creative Manager



IL TUO FUTURO IN UN MESTIERE

ORIENTAMENTO

OPPORTUNITA'

SOSTENIBILITÀ
E AMBIENTE

ECONOMIA
LOCALE

*Incontra gli artigiani
e scopri il tuo futuro lavoro.*

06.06.24 dalle ore 9:00
Centro Storico Rende

 **CitadeLab**
Rigeneriamo insieme



www.premiere.it 031 593464



ORIENTAMENTO

OPPORTUNITA'

ECONOMIA
LOCALE

SOSTENIBILITÀ
E AMBIENTE

IL TUO FUTURO IN UN MESTIERE

*Incontra gli artigiani e scopri
il tuo futuro lavoro.*

0 6 . 0 6 . 2 4

dalle ore 9:00 - Centro Storico Rende





CitadeLab promuove l'innovazione e l'avanzamento nel settore IT, e non vediamo l'ora di collaborare con voi per il successo comune.

Analizzare: Approfondiamo le ultime tendenze e sviluppi IT per valutarne l'impatto e le opportunità.

Sperimentare: Mettiamo alla prova le soluzioni emergenti attraverso progetti pilota e test pratici.

Condividere: Organizziamo workshop e pubblichiamo contenuti per condividere conoscenze e migliori pratiche.

Comunicare: Utilizziamo vari mezzi per comunicare chiaramente le nostre scoperte e progetti.

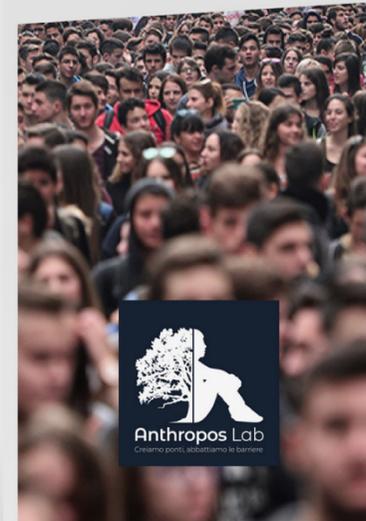
\\ PERCORSI EDUCATIVI
 \\ CORSI DI FORMAZIONE
 \\ OPPORTUNITA' DI LAVORO

RIGENERIAMOCI INSIEME



*deLab. Sono uno degli
 di condividere le mie
 ratori creativi.
 lla mia rete di contatti e
 o.
 te di questa incredibile*

”



Via Andromeda, 123 - 20121 Roma
 02 1234567

ciao@anthroposlab.com
 www.anthroposlab.com



\\ PERCORSI EDUCATIVI
 \\ CORSI DI FORMAZIONE
 \\ OPPORTUNITA' DI LAVORO

RIGENERIAMOCI INSIEME

Creiamo ponti,
 abbattiamo le barriere



**ANALIZZARE
 SPERIMENTARE
 CONDIVIDERE
 COMUNICARE**

CitadeLab promuove l'innovazione e l'avanzamento nel settore IT, e non vediamo l'ora di collaborare con voi per il successo comune.

Analizzare: Approfondiamo le ultime tendenze e sviluppi IT per valutarne l'impatto e le opportunità.

Sperimentare: Mettiamo alla prova le soluzioni emergenti attraverso progetti pilota e test pratici.

Condividere: Organizziamo workshop e pubblichiamo contenuti per condividere conoscenze e migliori pratiche.

Comunicare: Utilizziamo vari mezzi per comunicare chiaramente le nostre scoperte e progetti.

IL RILANCIO DELL'ITALIA RINASCE DAI PICCOLI BORGHI

Con il programma **CitadeLab** mette la propria competenza al centro di un dibattito con le istituzioni e con l'opinione pubblica come autorevole soggetto di rappresentanza. Promuove una nuova visione della città, sostenendo politiche urbane e territoriali per migliorare l'ambiente urbano e la vita dei cittadini, favorendo iniziative per lo sviluppo delle economie locali.



“ *Mi chiamo Bruno e sono felice di far parte di CitadeLab. Sono uno degli artigiani pionieri del progetto e sono entusiasta di condividere le mie competenze attraverso workshop e laboratori creativi. Mi impegno a promuovere i valori di CitadeLab nella mia rete di contatti e a contribuire al suo successo. Grazie per il sostegno e l'opportunità di essere parte di questa incredibile avventura.*

”







Forbidden (403)

Sorry, you cannot access this page

Please visit our [Help Center](#) for more information. Error code:

[872461db0f779c76]

[Go back to the Canva homepage](#)

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Anthropos Lab
we create bridges, we break down barriers