



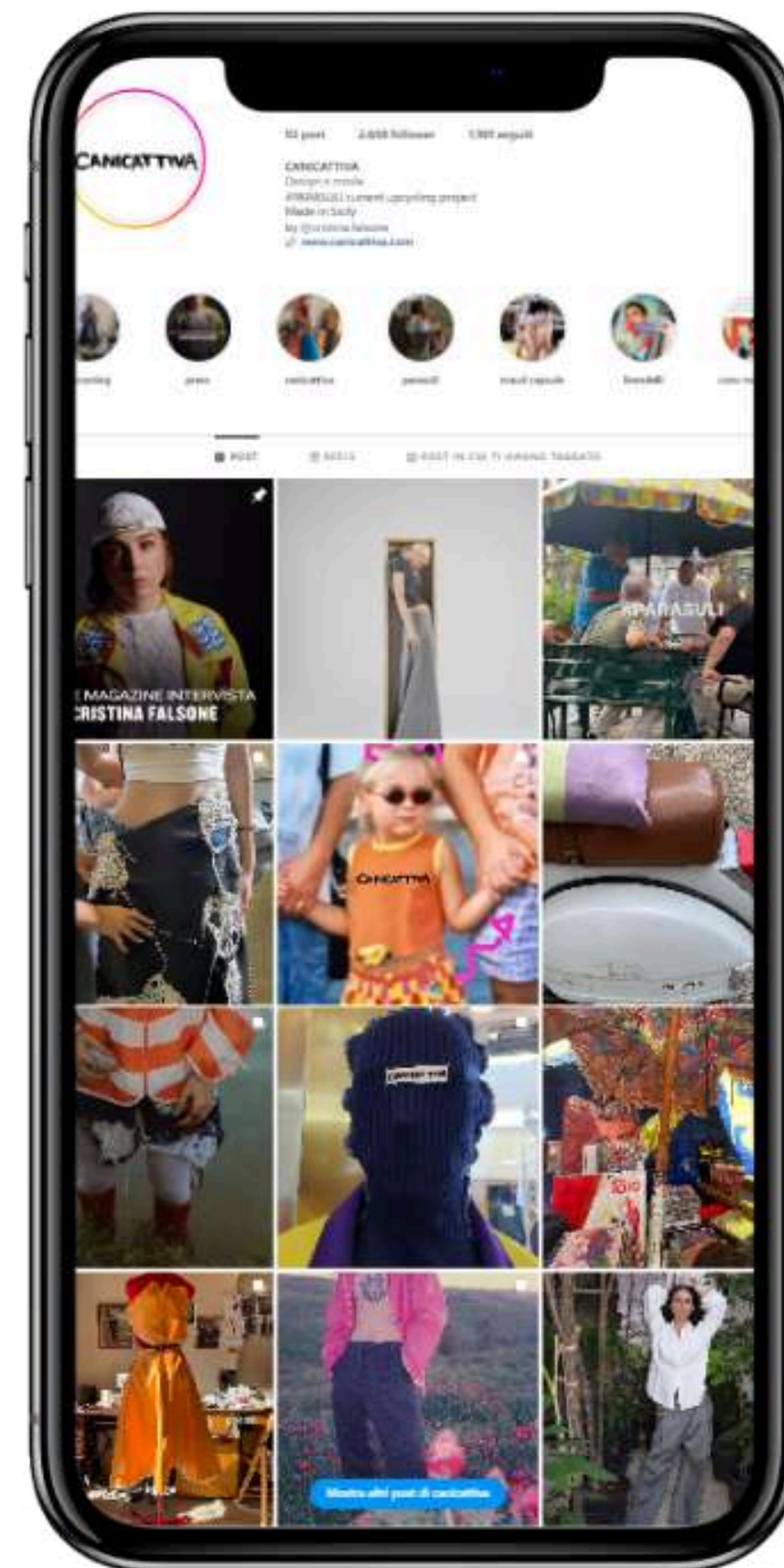
Piano di Social Media Marketing per **CANICATTIVA**

STRATEGIA PER PROMUOVERE L'UPCYCLING, IL DESIGN SOSTENIBILE E IL PROGETTO PARASULI

Agenda

**INTRODUZIONE
OBIETTIVI
ANALISI DEL
PUBBLICO
PIATTAFORME
STRATEGIE**

**CALENDARIO
EDITORIALE
ANALISI
CONCLUSIONE
CONTATTI**





Il Brand

CANICATTIVA è un brand siciliano nato dalla visione di Cristina Falsone nel maggio 2023. Con una forte **identità** legata al Mediterraneo, CANICATTIVA si distingue per la sua dedizione all'**upcycling** e alla **moda sostenibile**, abbracciando l'ideologia *Zero Waste*. Il brand recupera materiali dai magazzini, dalle spiagge, dai mercati locali e dall'Archivio Tessuti della fondatrice per creare pezzi sartoriali **unici** e **innovativi**. Il progetto PARASULI, un esempio emblematico di questo approccio, trasforma ombrelloni abbandonati in giacche impermeabili e genderless, celebrando l'**artigianato locale** e la **sostenibilità**. Riconosciuto per la sua **economia circolare** da Legambiente Sicilia, CANICATTIVA unisce **tradizione sartoriale** e **design contemporaneo**, contribuendo attivamente alla **tutela dell'ambiente** e alla valorizzazione del **patrimonio culturale siciliano**.

Obiettivi

DEL MARKETING PER I SOCIAL MEDIA

1

- Incrementare la notorietà di CANICATTIVA e diffondere la storia dietro il brand.
- Posizionarsi come un punto di riferimento per la moda sostenibile (siciliana e non solo)

2

- Promuovere lo storytelling sui processi di creazione: dal recupero dei tessuti, alla sartoria artigianale, fino alla creazione di pezzi unici.

3

- Costruire una comunità di persone appassionate di moda etica, sostenibilità e cultura mediterranea.
- Favorire il dialogo e l'interazione sui social, trasformando i follower in brand advocate.

4

- Migliorare il servizio clienti e la soddisfazione tramite interazioni sui social media.

Analisi del pubblico

IDENTIFICARE E COMPRENDERE IL PUBBLICO TARGET È FONDAMENTALE PER UNA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA EFFICACE.



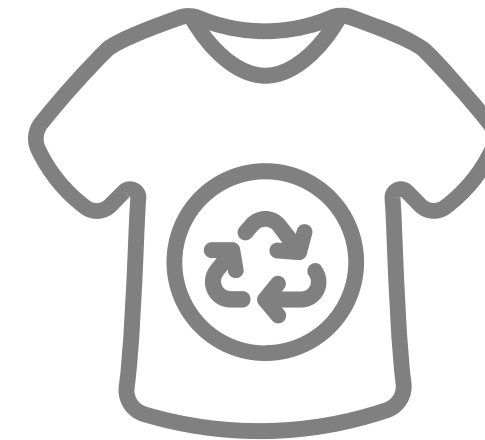
✓ **TARGET 1**

- Età: 18-30 anni
- Interessi: Problematiche ambientali e sociali, che cercano prodotti sostenibili e artigianali.
- Piattaforme preferite: TikTok, Instagram, Pinterest



✓ **TARGET 2**

- Età: 20-50 anni
- Interessi: Originalità, handmade e prodotti su misura.
- Piattaforme preferite: Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn



✓ **TARGET 3**

- Età: 30-45 anni
- Interessi: Moda, design sostenibile, prodotti che raccontano una storia
- Piattaforme preferite: Instagram, Facebook, LinkedIn



CONTENUTO VISIVO

Immagini di alta qualità, infografiche, video.



STORIE E POST LIVE

Interazioni in tempo reale con il pubblico.



STORIE E POST LIVE

Coinvolgimento degli utenti per creare e condividere contenuti.



COLLABORAZIONI

Partnership con influencer per amplificare il messaggio.

* Strategie

STRATEGIA MULTI-CANALE

- **Instagram e Facebook:** Le Stories e i Reels su Instagram offrono uno sguardo dietro le quinte e raccontano il **processo artigianale**, mentre le campagne tematiche su Facebook **educano** e **ispirano** il pubblico sulla **moda sostenibile**.
- **TikTok:** Sfruttiamo video brevi e coinvolgenti per mostrare il processo di **trasformazione** dei **materiali** e le **storie** di **design**, utilizzando trend e challenge per raggiungere un pubblico giovane e dinamico.
- **LinkedIn:** Pubblicazioni professionali e case study mettono in luce le **collaborazioni**, i **riconoscimenti** come quello di Legambiente Sicilia e le iniziative di **sostenibilità**. Utilizziamo LinkedIn per costruire relazioni con partner, artigiani e professionisti del settore, promuovendo la **tradizione sartoriale** e l'impegno del brand verso un **cambiamento positivo**.



Calendario editoriale per

UN CALENDARIO EDITORIALE BEN STRUTTURATO AIUTA A PIANIFICARE E ORGANIZZARE I CONTENUTI IN ANTICIPO.

LUNEDI:

Immagine di un capo upcycled con focus sui dettagli

MARTEDI:

Storia dietro le quinte, mostrando la lavorazione

MERCOLEDI:

Presentazione di un artigiano locale

GIOVEDI:

Feedback e foto di clienti soddisfatti

VENERDI

Aggiornamenti su nuove iniziative o nuovi capi

SABATO

Immagini/video che riflettono la bellezza della Sicilia

DOMENICA

Link ai post principali della settimana

LUNEDI:

Nuovi arrivi o nuove iniziative del brand

MARTEDI:

Video su come riutilizzare i materiali per creare

MERCOLEDI:

Annunci di nuovi eventi o nuove collaborazioni

GIOVEDI:

Approfondimenti sul processo creativo

VENERDI

Challenge legata alla moda sostenibile

SABATO

Post con domande, sondaggi per i clienti

DOMENICA

Piccolo anticipo sulle prossime pubblicazioni

Calendario Editoriale

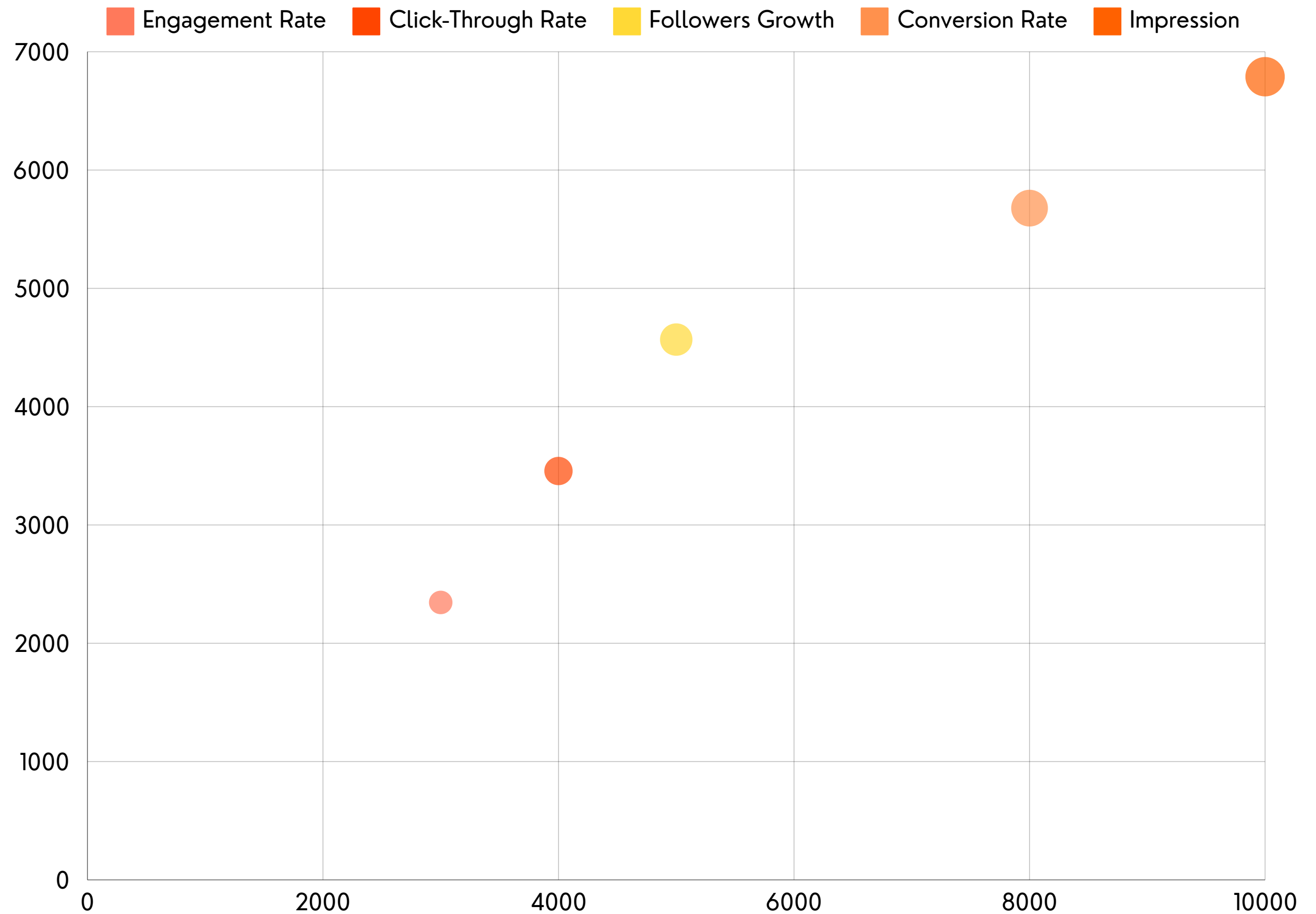
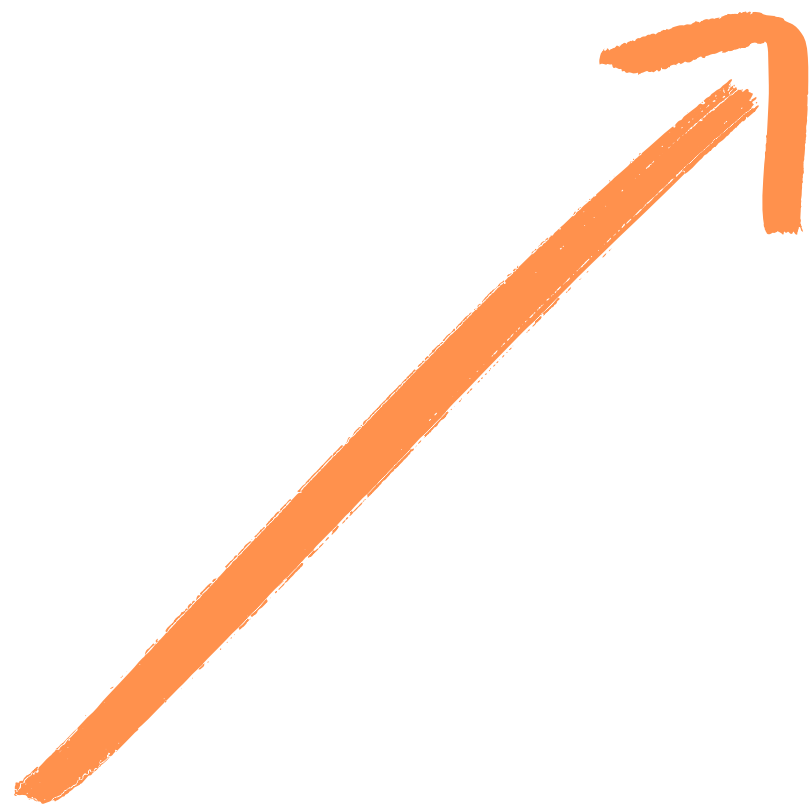
Esempio di calendario Editoriale per due settimane

3-4 post a settimana, 5-6 Stories, 2 Reels.



Analisi

MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE





Conclusione

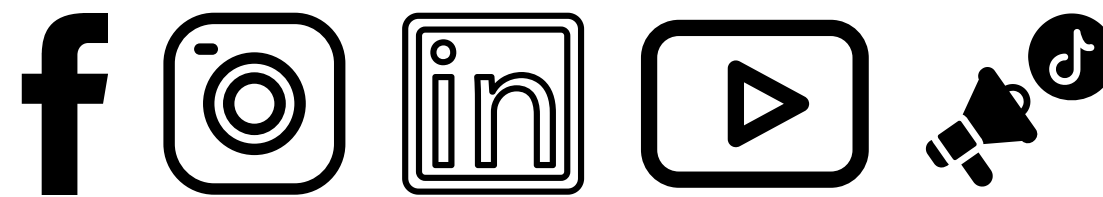
CANICATTIVA è molto più di un brand: è una dichiarazione di impegno verso la **sostenibilità** e la valorizzazione della **tradizione artigianale siciliana**. Attraverso l'**upcycling** e l'uso creativo dei materiali, CANICATTIVA non solo **riduce l'impatto ambientale** della moda, ma **celebra** anche l'**unicità** della **cultura mediterranea**. Il piano editoriale proposto mira a raccontare questa storia con **coerenza** e creatività, utilizzando strategie mirate per ciascuna piattaforma e coinvolgendo la community in un **dialogo continuo** e **significativo**.

Adottando queste strategie, CANICATTIVA potrà amplificare la propria voce, raggiungere nuovi pubblici e rafforzare il proprio ruolo nel panorama della **moda sostenibile**. La chiave del successo sarà mantenere un **approccio autentico** e innovativo, continuando a **ispirare** e **motivare** attraverso ogni contenuto condiviso.

Contatti



CANICATTIVA



WWW.CANICATTIVA.FLAZIO.COM