



MARKETING



BEE TREK - IL CAMMINO DELLE API BRAND IDENTITY

OTTOBRE 2024

INDICE

CONCEPT	1
LOGO	3
PITTOGRAMMA	5
COLORS	6
MOOD LINES	8
USI IMPROPRI	14
CLEAR SPACE	15
TEXTURE E SEGNI GRAFICI	16
MOCKUPS	17



CONCEPT

Gli archetipi: la chiave per una brand identity autentica e coinvolgente

Nel creare l'identità del nostro cammino delle api, abbiamo scelto di attingere alla potenza degli archetipi, figure universali che risuonano profondamente con l'inconscio collettivo. Questa strategia ci permette di costruire una narrazione autentica e coinvolgente, capace di stabilire una connessione emotiva con i nostri visitatori.

La forza degli archetipi

Gli archetipi rappresentano modelli fondamentali del comportamento umano, riconoscibili in tutte le culture. Utilizzandoli nella nostra comunicazione, possiamo:

- Creare un'identità di marca coerente e memorabile
- Stabilire un legame emotivo con il nostro pubblico
- Differenziarci in modo significativo nel panorama turistico

La nostra scelta: una sinfonia di archetipi

Per il cammino delle api, abbiamo selezionato una combinazione di archetipi

1. **L'Esploratore:** incarna lo spirito di avventura e scoperta del nostro cammino, invitando i visitatori a intraprendere un viaggio unico tra natura e cultura.
2. **Il Custode:** rappresenta il nostro impegno per la sostenibilità e la protezione dell'ambiente, con particolare attenzione al mondo delle api.
3. **Il Saggio:** simboleggia la conoscenza e l'esperienza che offriamo ai nostri ospiti, guidandoli alla scoperta del mondo dell'apicoltura.
4. **Il Creatore:** riflette la nostra capacità di offrire un'esperienza unica e ben progettata, in armonia con l'ambiente circostante.
5. **Il Sovrano:** garantisce l'affidabilità e l'organizzazione impeccabile del nostro percorso.



Un'identità multifaccettata

Questa combinazione di archetipi ci permette di creare un'identità di marca ricca e sfaccettata:

- Avventurosa ma affidabile
- Educativa ma coinvolgente
- Rispettosa dell'ambiente ma innovativa

Comunicazione coerente

L'uso degli archetipi guiderà ogni aspetto della nostra comunicazione:

- Il tono di voce: ispirato e ispirante come l'Esploratore, ma autorevole come il Saggio
- Le immagini: evocative di avventura, ma che trasmettano anche cura e rispetto per l'ambiente
- I contenuti: informativi e educativi, ma presentati in modo coinvolgente e accessibile

Conclusione

Il cammino delle api si propone non solo come un percorso turistico, ma come un'esperienza trasformativa. Invitiamo i visitatori a diventare esploratori consapevoli, custodi della natura e saggi conoscitori del mondo delle api, il tutto in un contesto di affidabilità e creatività.

Questa strategia ci permetterà di creare un brand unico e memorabile, capace di attrarre e fidelizzare un pubblico sempre più attento alla sostenibilità e alla qualità delle esperienze turistiche.

LOGO



Il pittogramma rappresenta un'ape disegnata a mano con linee morbide che richiamano la natura e fanno apparire la grafica divertente e informale.

Il logo utilizza forme curve per trasmettere emozioni positive, la linea che divide il logotipo richiama il sentiero e dà una sensazione di movimento e giocosità.

Il Naming combina "Bee" (ape) e "Trek" (cammino) in modo diretto e memorabile, è conciso, facile da ricordare e ha un suono internazionale e moderno.

BeeTrek è diretto e immediatamente comprensibile, ponendo l'accento sull'esperienza del viaggio nel mondo delle api.

Dig Bee
Trek

Dig Bee
Trek

PITTOGRAMMA



COLORS

Palette principale



1. Verde salvia (7A9E7E): Questo verde tenue evoca la natura e la sostenibilità, senza essere troppo scontato o aggressivo.



2. Giallo miele (F2C94C): Rappresenta il prodotto principale del cammino, il miele, e simboleggia anche l'energia e l'ottimismo.



3. Blu cielo (87CEEB): Richiama l'idea di esplorazione e libertà, oltre a rappresentare la purezza dell'ambiente.



4. Marrone terra (663415): Simboleggia l'affidabilità, la connessione con la terra e la natura.

Colori di accento



5. Arancione pesca (FFAB76): Aggiunge un tocco di freschezza e vitalità, ideale per elementi grafici secondari.



6. Bianco crema (FFFDD0): Utile per spazi negativi e per bilanciare i colori più intensi, evocando purezza e semplicità.



Utilizzo della palette

- Il verde salvia e il blu cielo potrebbero essere i colori principali, utilizzati per elementi di maggior rilievo nel logo e nelle comunicazioni.
- Il giallo miele potrebbe fungere da colore di accento primario, attirando l'attenzione su elementi chiave.
- Il marrone terra potrebbe essere usato per testi e dettagli, conferendo solidità e affidabilità.
- L'arancione pesca potrebbe essere impiegato per call-to-action o elementi grafici secondari che necessitano di risalto.
- Il bianco crema potrebbe essere utilizzato come sfondo o per bilanciare gli altri colori più intensi.

Questa combinazione di colori riflette perfettamente i valori del cammino delle api:

- Naturalezza e sostenibilità (verde salvia, marrone terra)
- Esplorazione e libertà (blu cielo)
- Continuità e fluidità (transizioni tra i colori)
- Crescita e sviluppo sostenibile (combinazione di toni naturali)
- Affidabilità e organizzazione (uso di colori terrosi e bilanciati)

Utilizzando questa palette, il logo e la brand identity del cammino delle api comunicheranno efficacemente i valori del progetto, creando un'immagine coerente, attraente e memorabile per i potenziali visitatori.

MOOD LINES

Mood Lines: L'essenza visiva del brand

Le Mood Lines, o linee emotive, sono elementi grafici che definiscono l'aspetto visivo e l'atmosfera generale di un brand. Rappresentano la "personalità" visiva del marchio e guidano tutte le scelte di design, dalla creazione del logo alla comunicazione sui social media.

Caratteristiche principali delle Mood Lines:

- Definiscono lo stile grafico complessivo
- Stabiliscono la palette colori del brand
- Influenzano la scelta di font e tipografie
- Guidano la selezione di immagini e iconografie

ACTIVE	PASSIVE	STRUCTURAL SOLID, STRONG	NONSTRUCTURAL FLUID, SOFT
STABLE	UNSTABLE	STABLE	UNSTABLE
POSITIVE BOLD, FORCEFUL	TENUOUS UNCERTAIN, WAVERING	THE VERTICAL HURLE, DRAMATIC, INSPIRATIONAL, ASPIRING	THE HORIZONTAL EARTHLY, CALM, MUNDANE, SATISFIED
PRIMITIVE SIMPLE, BOLD	EFFUSIVE	FLAMBOYANT	REFINED
JAGGED, BRUTAL HARD, VIGOROUS MASCULINE, PICTURESQUE	CURVILINEAR, TENDER SOFT, PLEASANT FEMININE, BEAUTIFUL	ROUGH, RASPING GRATING	SMOOTH SWELLING, SLIDING
DECREASING CONTRACTING	INCREASING EXPANDING	DYNAMIC	STATIC FOCAL, FIXED

IN MOTION	MEANDERING, CASUAL RELAXED, INTERESTING HUMAN	ERRATIC, BUMBLING CHAOTIC, CONFUSED	LOGICAL PLANNED, ORDERLY
FLOWING, ROLLING	FORMAL, PRIESTLY IMPERIOUS, DOGMATIC	RISING, OPTIMISTIC SUCCESSFUL, HAPPY	FALLING, PESSIMISTIC DEFEATED, DEPRESSED
INDECISIVE, WEAK	PROGRESSIVE	DEGRESSIVE	RISE ATTAINMENT WITH EFFORT IMPROVEMENT
INDIRECT, FLOODING	CONCENTRATING, ASSEMBLING	DISPERSING, FLEEING	BROKEN INTERRUPTED, SEVERED
DIRECT, SURE FORCEFUL, WITH PURPOSE	OPPOSING	CONNECTING CROSSING	PARALLEL OPPOSING WITH HARMONY
EXCITED, NERVOUS JITTERY	OPPOSING WITH FRICTION	DIVERGING DIVIDING	GROWING DEVELOPING

Le linee di design più adatte per il logo “del cammino delle api” basandoci sui concetti chiave di marketing e sulle mood lines

Linee principali

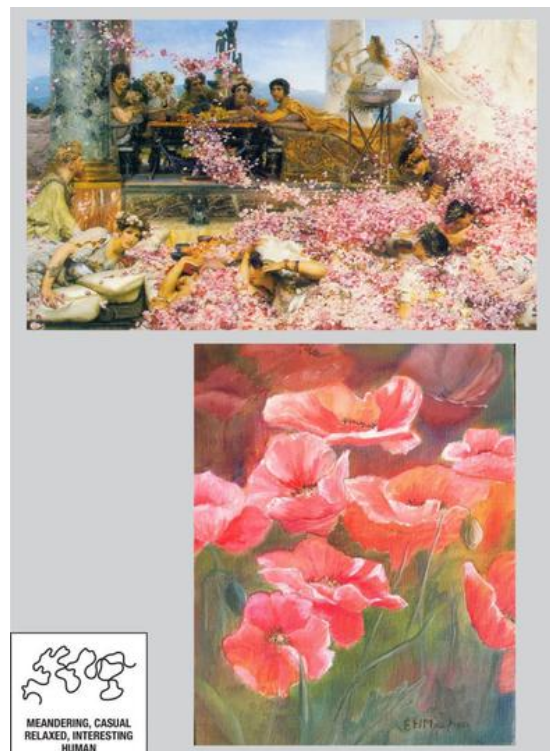


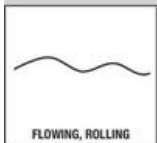
Curvilinear, Tender, Soft, Pleasant

Questa mood line si adatta perfettamente al concetto di un percorso naturale e piacevole. Le curve morbide possono rappresentare il volo delle api e la dolcezza del miele.

Meandering, Casual, Relaxed, Interesting

Ideale per comunicare l'idea di un cammino che si snoda tra paesaggi naturali, invitando all'esplorazione e alla scoperta.





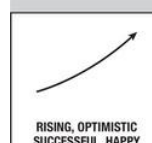
Flowing, Rolling

Queste linee suggeriscono un movimento fluido e continuo, perfetto per rappresentare il percorso tra Folgaria e Asiago e il flusso naturale della vita delle api.

Elementi complementari

Rising, Optimistic, Successful, Happy

Incorporare elementi ascendenti nel logo può trasmettere un senso di positività e crescita, in linea con l'esperienza gratificante offerta dal cammino.





Growing, Developing

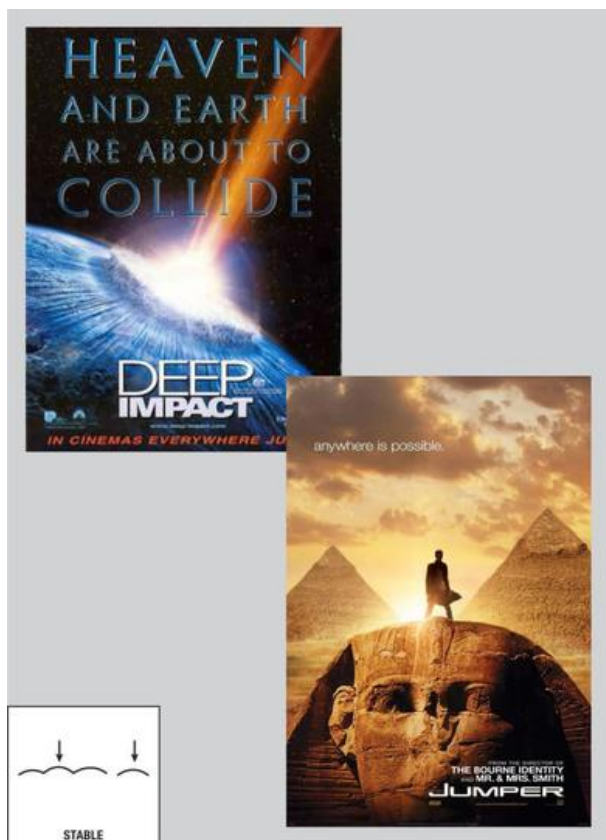
Linee che suggeriscono crescita e sviluppo possono simboleggiare la biodiversità e l'espansione futura del progetto verso l'Alto Adige

Struttura e stabilità

Structural, Solid, Strong

Pur mantenendo la fluidità, è importante comunicare anche solidità e affidabilità del progetto.





Stable

Inserire elementi di stabilità può rassicurare i visitatori sulla sicurezza e l'organizzazione del percorso.

Dinamismo e natura

In motion

Incorporare un senso di movimento può rappresentare efficacemente il viaggio delle api e dei visitatori.





Logical, Planned, Orderly:

Queste linee possono essere utilizzate per suggerire l'organizzazione ben strutturata del cammino e dei giardini floreali.

Combinando questi elementi, il logo potrà comunicare efficacemente i valori chiave del progetto:

1. Naturalezza e armonia con l'ambiente
2. Esplorazione e scoperta
3. Continuità e fluidità del percorso
4. Crescita e sviluppo sostenibile
5. Affidabilità e organizzazione

Il risultato sarà un design che bilancia elementi organici e strutturati, trasmettendo l'essenza del cammino delle api come un'esperienza piacevole, interessante e ben organizzata, in perfetta sintonia con la natura e la biodiversità del territorio.

USI IMPROPRI



NON DEFORMARE



NON VARIARE
LE PROPORZIONI



NON MODIFICARE
LA POSIZIONE



NON RUOTARE

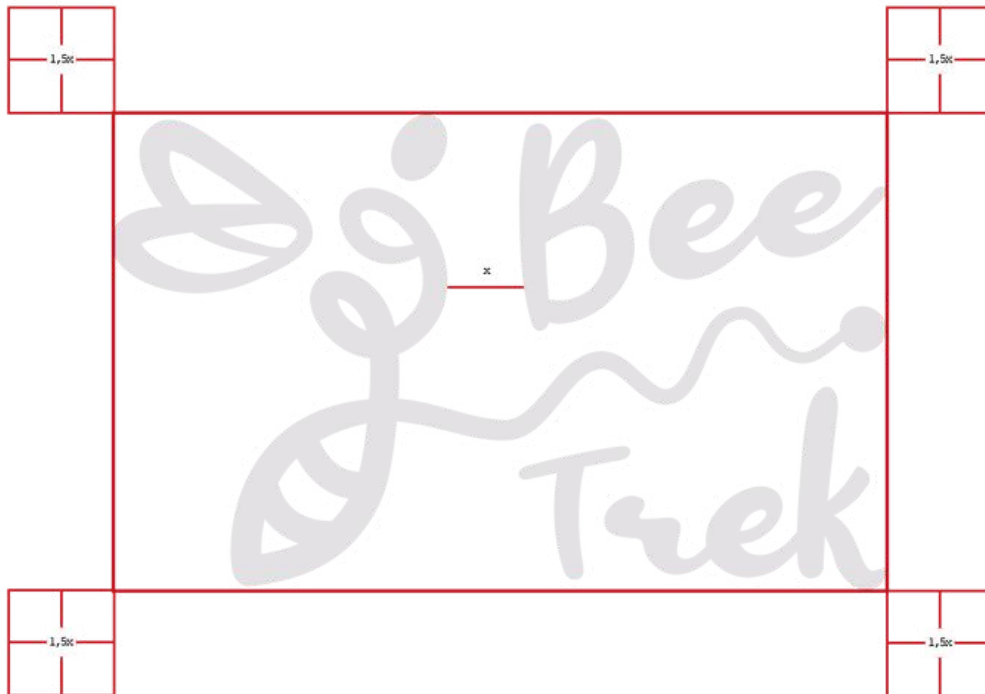


NON MODIFICARE
IL FONT



NON CAMBIARE COLORI

CLEAR SPACE



TEXTURE E SEGNI GRAFICI



MOCKUPS

Bee Trek



Web Marketing Trento

Via San Severino, 95 Trento
info@webmarketingtrento.it



MARKETING



WEB SITE & SEO



SOCIAL MEDIA



ADVERTISING



ANALYTICS