

CB&C LAB



SIAMO CREATIVI, CAPIAMO IL BUSINESS E  
GLI SCENARI DI MERCATO.

SIAMO UN TEAM MULTIDISCIPLINARE CHE  
COMBINA STRATEGIA, DESIGN,  
TECNOLOGIA E INNOVAZIONE.

USIAMO LE NOSTRE ABILITÀ PER  
RACCONTARE LE STORIE DI UN MONDO  
CHE CAMBIA. IN MEGLIO.



CB&C LAB

Certificata ISO 20121

Eventi Sostenibili



**HUMAN CENTERED APPROACH**

**STRATEGY**

**DESIGN**

**DIGITAL PRODUCTS**

**CREATIVITY**

**WEB DEVELOPMENT**

**BRANDING**

**COMMUNICATION**

**SOCIAL MEDIA**

**ADVERTISING**

**GREEN WEB**

**SUSTAINABLE EVENTS**

**SEO**

DA 30 ANNI  
TROVIAMO  
SOLUZIONI  
CREATIVE PER I  
NOSTRI  
CLIENTI,  
AIUTANDOLI A  
RAGGIUNGERE  
IL LORO PIENO  
POTENZIALE.



# STORIA



**1990**  
**Studio Grafico La Fenice**  
Agenzia di comunicazione integrata.  
Acquisto del primo Mac con 8 M di ram pagato 16 milioni di lire a cambiali.  
Clienti di riferimento aziende manifatturiere della provincia di Frosinone.



**1994**  
**CB&C**  
Brand Agency  
1996 prima email inviata in Usa per un cliente produttore di Olio di Oliva.  
1998 realizziamo il primo sito internet.  
Partecipazione a diverse fiere in Italia ed Estero nel settore packaging.

**2017**  
**CB&C LAB**  
Creative Agency  
2018 inizia ad aiutare le aziende nel comunicare le azioni nella sostenibilità  
2020 lancia eMinerva, una piattaforma digitale per eventi e corsi, già diventata un player importante nel settore degli eventi medicali italiani  
2022 Ottiene la certificazione per gli Eventi Sostenibili.

**2015**  
**MKTG**  
Business Strategy  
Azienda sorella della CB&C Lab che si occupa di consulenza strategica per supportare le PMI e le startup nel lancio e riposizionamento di brand.

# CB&C LAB PER LA SOSTENIBILITÀ

Lavoriamo con passione e creatività su progetti di comunicazione al fianco di aziende sostenibili, ecologicamente responsabili che sanno conciliare il profitto con uno scopo sociale.

Ci piace definirci attivatori di percorsi sostenibili, affiancando i brand nel percorso che li conduce a diventare rigenerativi, aiutandoli a trovare la strada migliore.

Vogliamo essere fieri di quello che facciamo e usare le nostre abilità straordinarie per raccontare le storie di un mondo che cambia. In meglio.



CB&C LAB

Certificata ISO 20121

Eventi Sostenibili



# I NOSTRI SERVIZI per la sostenibilità

Campagne e servizi più sostenibili, indirizzati a clienti e stakeholder che sentono il bisogno di vivere e comprare in modo più giusto.

Devono per forza essere noiose? Noi pensiamo che green non è solo politically correct, può anche essere divertente, intelligente, spiritoso. Di più, piccante.

EVENTI SOSTENIBILI

CREATIVITÀ

COMUNICAZIONE

GREEN WEB

SUSTAINABILITY REPORT



CB&C LAB

Certificata ISO 20121

Eventi Sostenibili

# SIAMO CERTIFICATI **ISO 20121** PER LA PROGETTAZIONE DI **EVENTI SOSTENIBILI**.

Un evento è sostenibile quando “è ideato, pianificato e realizzato in modo da minimizzare l'**impatto** negativo sull'ambiente e da lasciare una **eredità positiva** alla comunità che lo ospita”

Ci avvaliamo di un sistema di gestione sostenibile dell'evento, conforme alla norma internazionale **ISO 20121** e certificato da Bureau Veritas. Così da progettare un evento che sia sostenibile per il territorio che lo ospita, per gli ospiti che lo vivono e scelga i migliori fornitori.



# AFFIDERESTI MAI IL TUO BENE PIÙ PREZIOSO A QUALCUNO NON ALL'ALTEZZA DEL COMPITO?



Crediamo che il brand sia l'asset più importante per ogni imprenditore e che vada custodito e valorizzato.

Siamo pronti a svolgere il ruolo di angeli custodi del tuo brand, lavorando affinché possa affermare i valori dell'azienda, ad essere distintivo per attrarre nuovi clienti e creare un legame duraturo con quelli esistenti.

## BRAND IDENTITY

Costruiamo la brand identity, l'essenza distintiva che definisce un marchio e ne plasma la percezione nel mercato. Il risultato di un'attenta strategia di comunicazione e design, che incorpora elementi visivi, tone of voice, valori e promesse del marchio.

- **Posizionamento di Comunicazione**
- **Naming**
- **Logo design**
- **Payoff**
- **Brand Book**

## BRAND IMAGE

Definiamo lo storytelling del brand, per comunicare efficacemente la linea narrativa attraverso le parole e le immagini che possono conquistare il mercato. Creare una percezione positiva del marchio coerente con i suoi valori, la sua personalità e la sua promessa al consumatore.

- **Storytelling**
- **Visual Concept**
- **Packaging**
- **Eventi e Fiere**
- **Siti Web e Landing Page**

## COMMUNICATION STRATEGY

Forniamo un piano dettagliato in cui definiamo le linee guida della comunicazione dell'azienda verso il pubblico di riferimento. Il messaggio in questo modo arriva in modo efficace e raggiunge i risultati attesi.

- **Definizione degli Obiettivi e delle Aspettative**
- **Assessment e Benchmarking Brand Competitor**
- **Posizionamento di Comunicazione**
- **Definizione Strategie, Tattiche, Canali e KPI**
- **Content Strategy**
- **Media Strategy**

# DIGITAL: IL NOSTRO APPROCCIO



## Learn

Per comprendere le esigenze del consumatore dobbiamo esplorare l'ambiente interno e esterno, così da definire gli insight. La **CONOSCENZA** definisce la rotta da intraprendere.

**ANALISI DI MERCATO**

**SOCIAL LISTENING**

**KEYWORD RESEARCH**

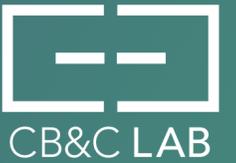
**DATA ANALYTICS**

**STRATEGIA**

**PIANO DI  
COMUNICAZIONE**



# DIGITAL: IL NOSTRO APPROCCIO



## Light Up

Qualsiasi viaggio per illuminarsi ha bisogno di progettualità e strumenti adatti.

**COMPETENZA, CREATIVITÀ** ed un pizzico di **AUDACIA** sono la luce per i nostri progetti.

**BRANDING**

**E-COMMERCE**

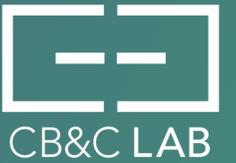
**DIGITAL CONTENT**

**UX / UI**

**SEO / SEM**

**ADVERTISING**

# DIGITAL: IL NOSTRO APPROCCIO



## Mesure

Soltanto con un **MONITORAGGIO** costante e la giusta dose di perseveranza si raggiungono le destinazioni definite.

**MONITORING**

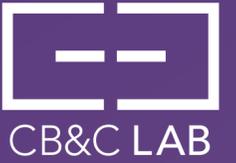
**MAINTENANCE**

**ConsumerRateOpt**

**TESTING**

**KPI**

**REPORT**



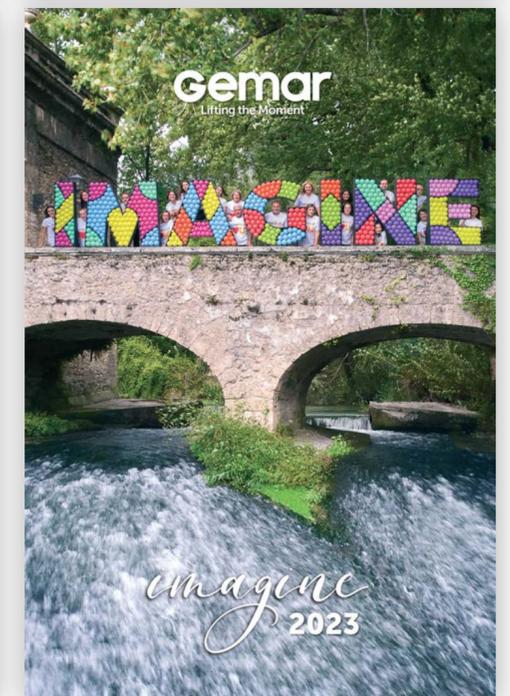
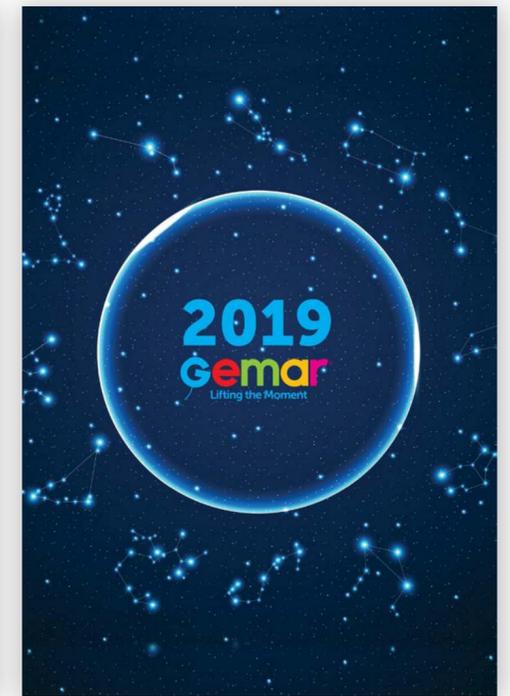
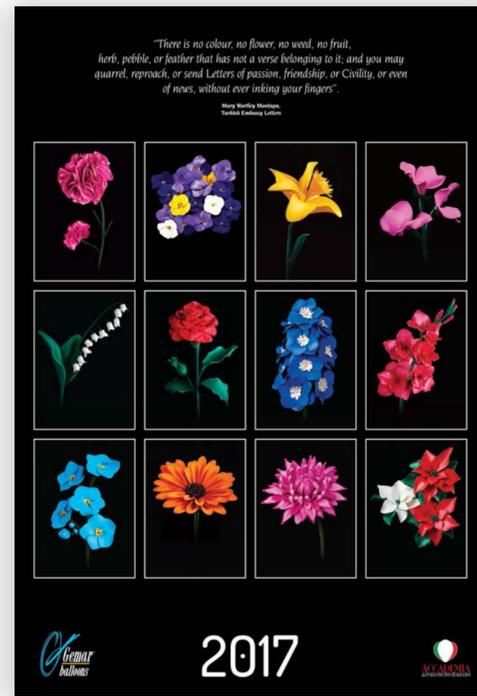
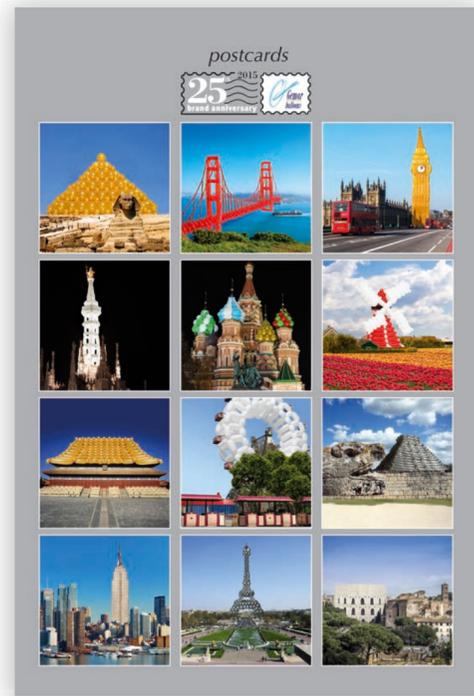
# SELECTED PROJECTS



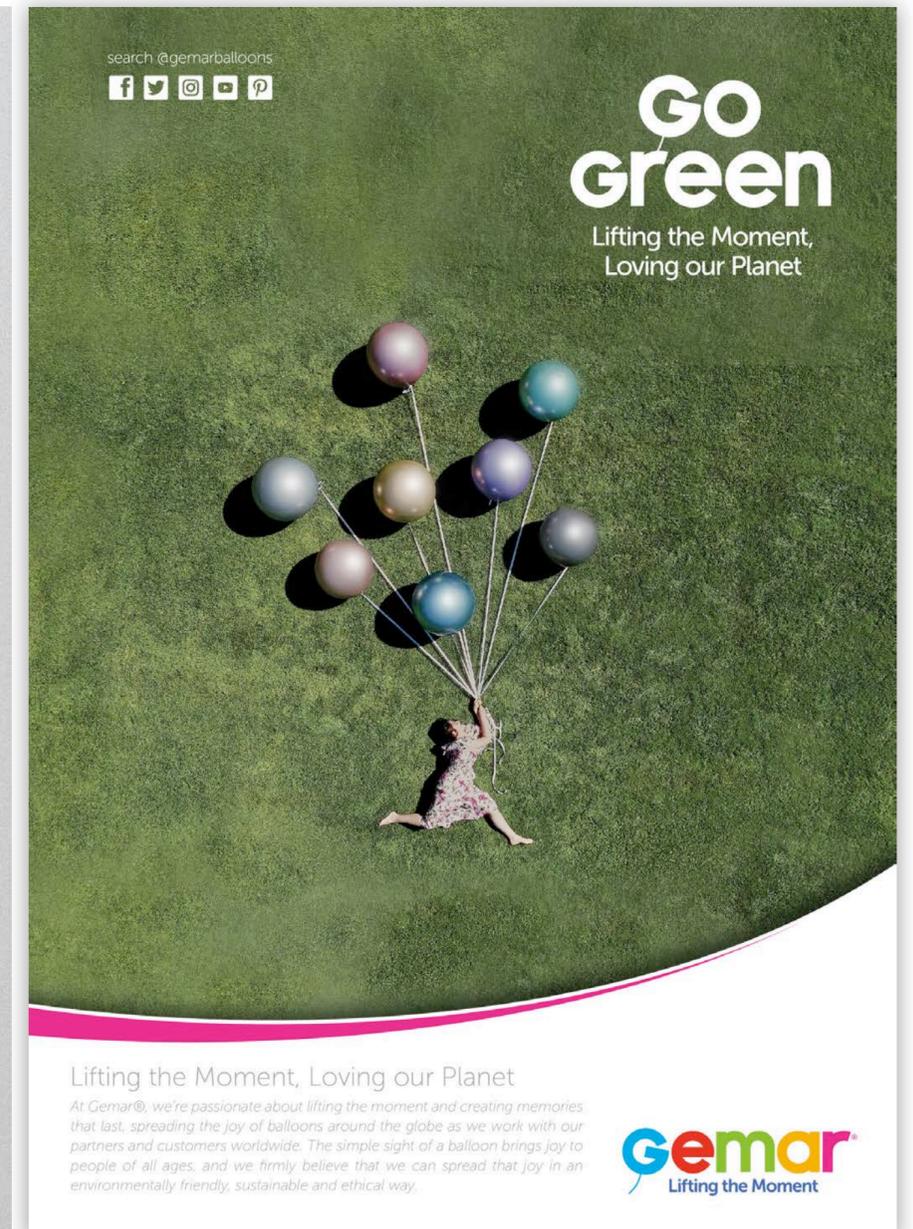
Comunicazione e Strategia  
sostenibile per diventare  
leader mondiale nell'industria  
del party

PIANO DI COMUNICAZIONE  
ACADEMY  
E-COMMERCE  
CREATIVE  
MULTIMEDIA  
EVENTI  
RICERCA DI MERCATO

# GEMAR: CALENDAR



Dal 2015 realizziamo il Gemar Calendar, il loro principale output creativo, dal quale vengono estratte le principali campagne dell'anno e i trend competitivi di ogni anno. Ci occupiamo dell'intero progetto: dalla proposta creativa, alla produzione delle immagini fino alla realizzazione del prodotto stampato. [Guarda il backstage del Cal2023 qui.](#)



Abbiamo attivato una serie di percorsi che hanno portato a misurare i livelli di sostenibilità dell'azienda e comunicare in maniera più chiara verso il cliente. Gemar è stata la prima azienda nel suo settore a realizzare un Rapporto di Sostenibilità certificato ed è oggi l'azienda del suo settore più sensibile alle tematiche ambientali.

# GEMAR DAY USA 2021

## CHALLENGE

Nel 2021, a causa delle restrizioni per la pandemia, Gemar ha dovuto trasformare il principale evento di formazione annuale negli Stati Uniti in un evento digitale.

## SOLUTION

L'evento è stato realizzato grazie alla nostra piattaforma di eventi online e web-congress E-Minerva.

Più di **1000** partecipanti da **40** Paesi

**2** Regie in contemporanea tra Miami e Casalvieri

**50** persone al lavoro sul progetto

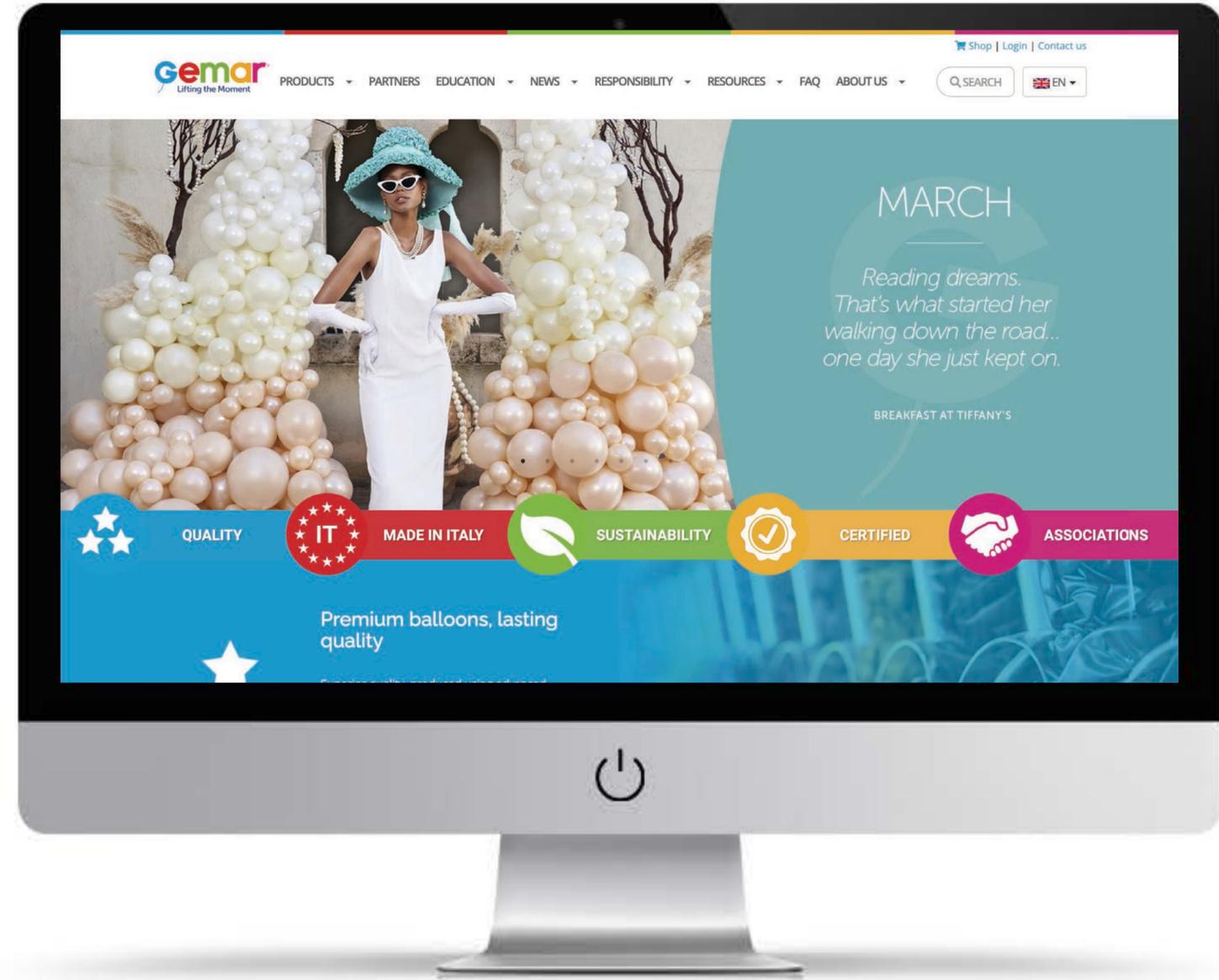
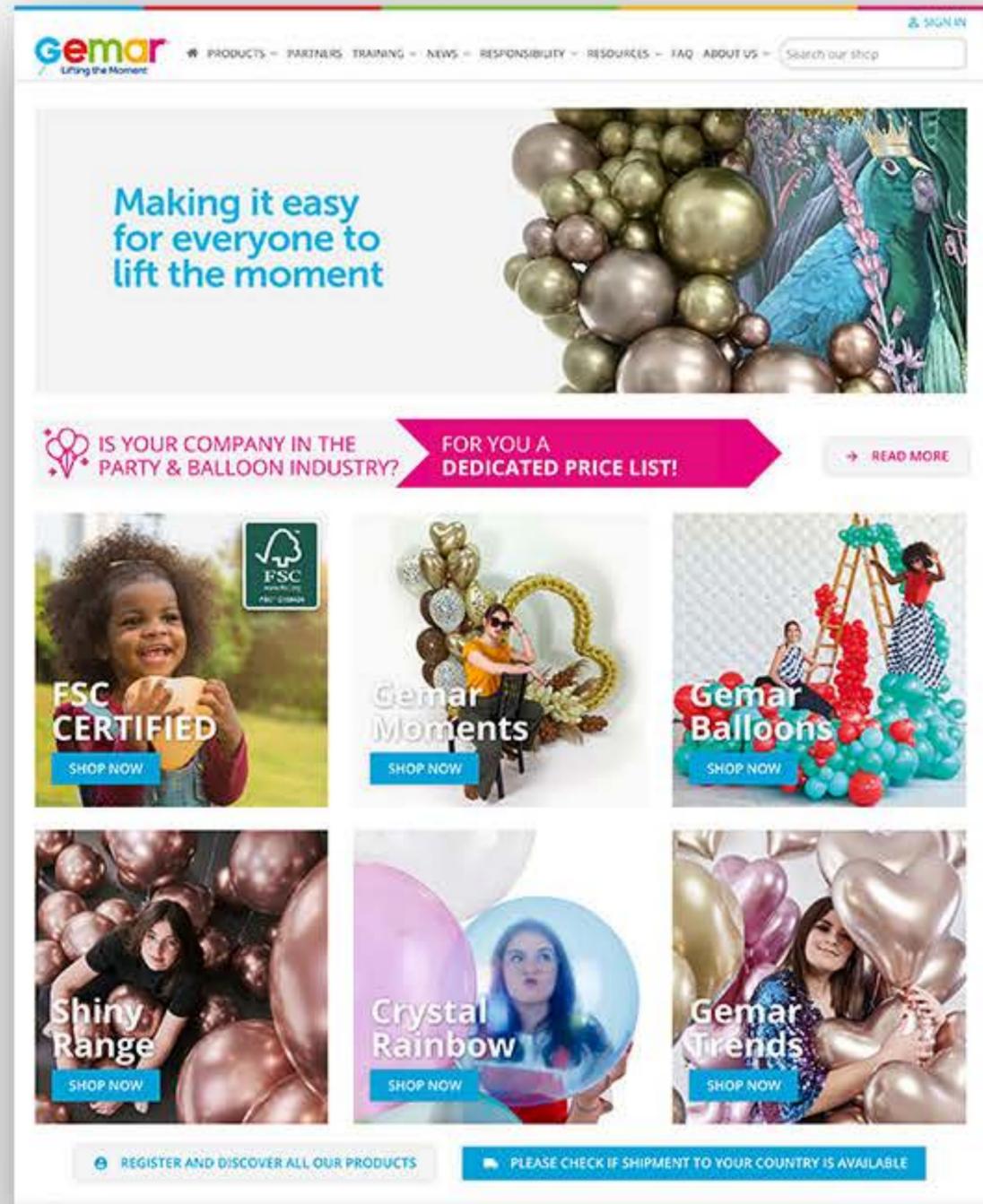
**29** istruttori live da 16 Paesi

**30** ore di rehearsals

**36** ore di live content



# GEMAR – WEBSITE E E-COMMERCE



Abbiamo realizzato il design e lo sviluppo del sito e dell'e-commerce di Gemar. Il sito web ha circa 2000 visite al giorno e è in 14 lingue. L'e-commerce è nato per permettere l'acquisto dei prodotti nei mercati dove l'azienda non ha un distributore ufficiale. L'e-commerce ha 2744 prodotti disponibili ed è attivo in 37 Paesi, con 8689 clienti registrati.



**Rafforzare** la presenza sul mercato.

**Export del prodotto** attraverso  
piattaforme e-commerce come Amazon/  
Ebay

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

UX/UI SITO WEB

PACKAGING PRODOTTO

ETICHETTATURA



# BRANDING

## CHALLENGE

Nuovo posizionamento sul mercato attraverso lo shop e piattaforme e-commerce.

## SOLUTION

Restyling del sito

Etichettatura

Lancio di nuovi formati per il mercato B2B (Bustine monouso)



DIGITAL  
Realizzazione Brochure aziendale

**L'olio dei Papi**

**Chi siamo / About us**

Il nostro progetto nasce dall'amore delle radici e della terra. Partendo dal racconto degli antenati del basso Lazio che narravano che i Papi profumano e consumano l'olio di queste zone ne è scaturito un approfondimento ed uno studio storico che conferma le storie tramandate. I Papi amano il nostro olio al punto di sviluppare un piano di ricerca per far crescere la coltivazione dell'olivo a sud dello stato papale.

**Il nostro olio**

Partendo da questo studio abbiamo deciso di selezionare un olio di altissima qualità che ci potesse far ritrovare gli antichi sapori tramandati sulla carta papale e che già nel 16° secolo erano oggetto di esportazione ed apprezzamento. Ma tradizione abbiamo unito una produzione moderna e secondo tutti gli standard di sicurezza internazionali al fine di far portare in tavola un olio dal gusto unico ed inimitabile.

**Our project sprang from the love of the roots and the earth.**

Starting from the stories passed down by our ancestors we got to know the Papes profumant and consumed the oil of our lands. We started deepening and a then an historical study confirmed the historical data stories. The Papes loved our olive oil to the point of developing an incentive plan to grow olive cultivation in the south of the papal state.

**Our Oil**

Starting from this study, we decided to select a very high-quality oil that could make us rediscover the ancient flavors passed by papal times. This special oil was the object of export and appreciation already in the 16th century. We have combined tradition and modern production following all international food safety standards so that you're being on the table an oil with unique and inimitable taste.

acquista on line / shop on line  
www.oliodepapi.it

QR code

Prodotto da / Produced by:

Via Madonna delle Grazie, 54  
04015 Priverno (LT) Italia  
info@oliodepapi.it

Numero Verde  
800.866.120

Trifold brochures long bean or type used to advertise brands, products, and services.

**La storia / The Brand**

Il marchio L'olio dei Papi ha una forte connotazione storica e territoriale che si sviluppa a partire da un importante lavoro di ricerca storica dalla quale è emerso che oggi l'olio è sicuramente la specie arborea più coltivata nella provincia di Frosinone e nella zona dell'Agro Pontino.

Grazie ai dati storici in nostro possesso possiamo comprendere come prima delle importanti riforme papali, dell'impiego al miglioramento qualitativo dell'oliva e della ripresa alla coltivazione degli oliveti, avvenuta a partire dal nostro progetto di Papi XI del 21 aprile 1776, la coltivazione dell'oliva nelle pianure non fosse convenientemente legata alla coltivazione dell'olivo appesantito dal troppo carico di fruttificazione.

L'olio dei Papi brand has a strong historical and territorial connotation in truth. It develops from an important historiographical research work, from which it emerged that, thanks to papal incentive plan, today the olive tree is certainly the most cultivated tree species in the province of Frosinone and Pontine Hills.

Thanks to the historical data in our possession, we can understand how before the important papal reforms, the cultivation of olive tree in the agricultural areas was not usually linked to satisfying the personal needs of individual farmers or feudal lords. In practice, the "natura propria" of Papi XI of 21 April 1776 was the desire to the convenient and qualitative improvement of the oil and the cultivation of olive tree.

**L'olivicoltura / Olive growing**

La storia dell'olivicoltura è legata strettamente alle vicissitudini del diverso paese coltivato nelle diverse papali, tanto da caratterizzare l'aspetto e la loro storia economica e politica, ma allo stesso tempo è legata anche alla vita delle Abbazie Cisterciensi e Benedettine. Nello spazio le comunità monastiche che danno impulso all'agricoltura a partire dall'anno Mille, bonificando i terreni dalle acque e mettendo a coltura nuove piante di vite e ulivo. Tutto ciò ha permesso all'Uomo di sopravvivere al Medioevo e di arrivare alla sua scoperta a partire dal 1700 con la grande azione riformatrice della mano papale.

The history of olive growing is closely linked to the history of the territories involved in the papal reforms. So much so to characterize their appearance and their economic and political history. At the same time, it is linked to the life of the Cistercian, Abbot and monastic communities. These abbeys and communities have given impulse in agriculture since the year 1000, reclaiming the land from the waters and planting new vines and olive trees. All this allowed the olive tree to survive the Middle Ages and to arrive at its rediscovery that started from 1700 with the great reform action of the Papal State.

**La selezione Olivicola / The olive-growing selection**

Nel 2015 l'azienda ha varcato una soglia con un incremento di 27.000 ettari. Sottile è il lavoro di selezione e di cura che ha permesso di produrre un olio di alta qualità.

In 2015 the olive-growing was an increase of 27,000 hectares of cultivated land. Only thanks to the careful selection made in the nineteenth century, the olive production of "superior quality" spread up to the present day. As a consequence, the farmer must balance between active for the olive oil.

**L'olio dei papi / L'olio dei papi**

L'olio dei Papi, Olio Extra Vergine di Oliva Superiore, è ottenuto esclusivamente da oliveti oggetto di selezione e di cura che ha permesso di produrre un olio di alta qualità.

L'olio dei Papi è sottoposto ad un rigido disciplinare di produzione che ne definisce le caratteristiche chimiche e fisiche.

L'olio dei Papi è completamente tracciabile. La qualità alimentare e della propria storia consentono di verificare l'intero processo produttivo. Dal campo di coltura fino alla bottiglia.

Insomma il valore del fatto di essere olio: perché tracciare il percorso dell'olio, dalla terra al bicchiere, è il lavoro di selezione e di cura che ha permesso di produrre un olio di alta qualità.

L'olio dei Papi è completamente tracciabile. La qualità alimentare e della propria storia consentono di verificare l'intero processo produttivo. Dal campo di coltura fino alla bottiglia.

Insomma il valore del fatto di essere olio: perché tracciare il percorso dell'olio, dalla terra al bicchiere, è il lavoro di selezione e di cura che ha permesso di produrre un olio di alta qualità.

**Tracciabilità / Tracability**

L'olio dei Papi è completamente tracciabile. L'olio dei Papi è prodotto in conformità al disciplinare di produzione che ne determina le caratteristiche fisiche e chimiche e le norme più restrittive e caratteristiche rispetto alla normale olive.

Grazie a questo percorso nel disciplinare di produzione di L'olio dei Papi, siamo costruiti un sistema che consente di identificare colture, terreni, la zona di produzione, il metodo di estrazione ed il modo di produrre ed il suo gusto.

L'olio dei Papi è prodotto in conformità con le norme di produzione. La tracciabilità, che è un valore aggiunto, è un valore aggiunto che ci permette di identificare colture, terreni, la zona di produzione, il metodo di estrazione ed il modo di produrre ed il suo gusto.

L'olio dei Papi è prodotto in conformità con le norme di produzione. La tracciabilità, che è un valore aggiunto, è un valore aggiunto che ci permette di identificare colture, terreni, la zona di produzione, il metodo di estrazione ed il modo di produrre ed il suo gusto.

# RESPONSIBLE WEB

## CHALLENGE

Realizzare un sito sostenibile.

## SOLUTION

Nel 2022 abbiamo disegnato e sviluppato l'alberature del sito secondo le linee guida del Responsible Web, così da rendere la carbon footprint del sito più leggera.

Il sito è disponibile in 3 lingue (IT,EN,DE).



The screenshot shows the 'Shop' page of the L'OLIO DEI PAPI website. The page features a dark red header with the brand logo and navigation links: Home, Chi Siamo, La Storia, L'Olio, Qualità e Tracciabilità, Shop, News, and Contatti. A shopping cart icon shows 0 items for €0.00. The main content area displays several product listings, each with a 'IDEA REGALO e BOMBONIERA!' tag. The products include:

- L'Olio dei Papi 10ml Bustina – Astuccio da 20: €11.90
- L'Olio dei Papi 10ml Bustina – Busta Trasparente da 6 Bustine: €6.90
- L'Olio dei Papi 250ml – Gift box Astuccio: ~~€15.50~~ €13.50
- L'Olio dei Papi 250ml – Gift Box Teca in legno: ~~€15.50~~ €19.50
- L'Olio dei Papi 250ml: €12.50
- L'Olio dei Papi 500ml – Gift box Astuccio: €19.90



Comunicare la sostenibilità  
di un grande gruppo  
industriale nell'industria  
automotive

BRANDING  
GRAPHIC DESIGN  
RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ  
MULTIMEDIA



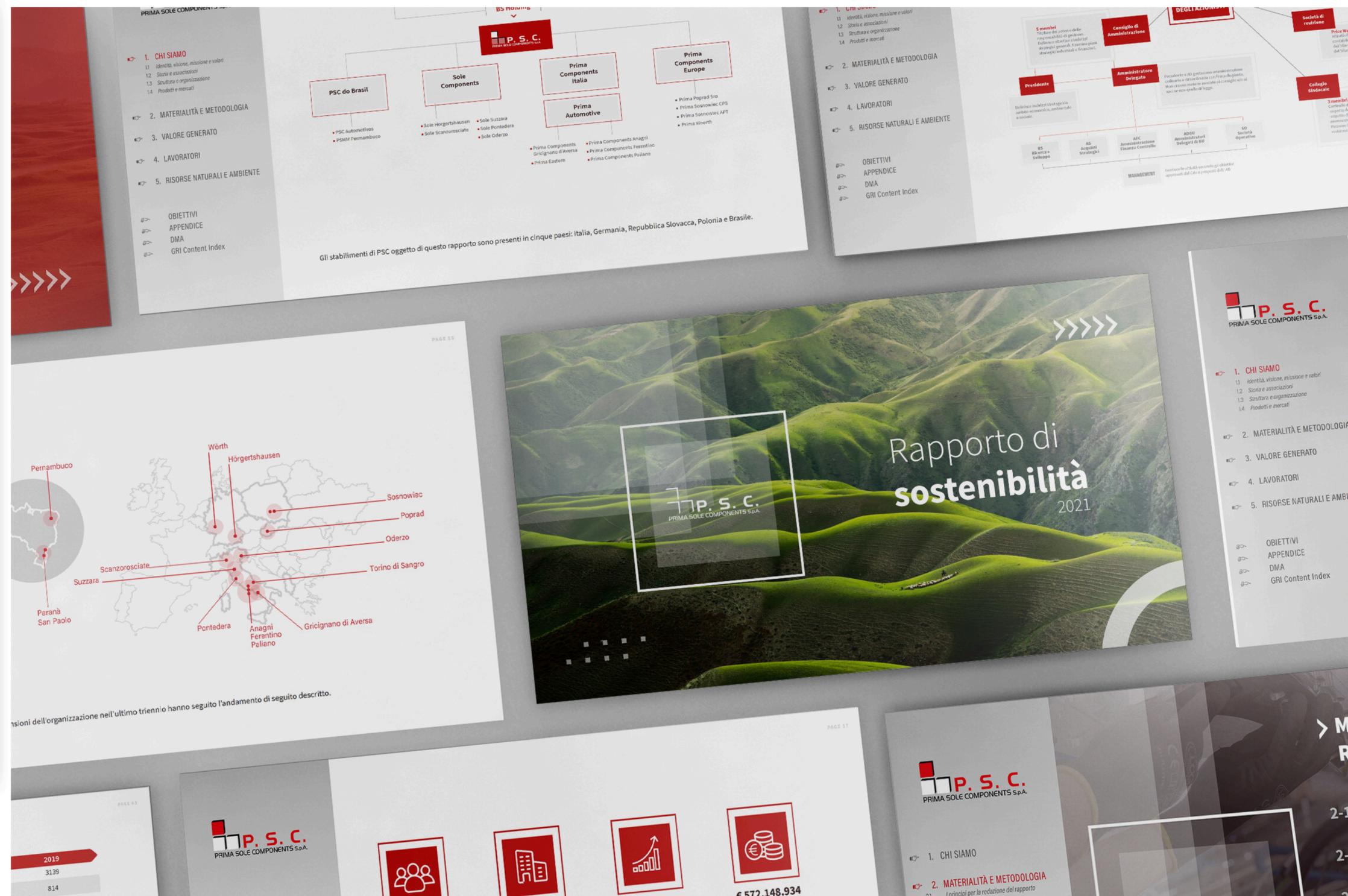
# RAPPORTO SOSTENIBILITÀ

## CHALLENGE

Realizzare il rapporto di sostenibilità per un grande gruppo industriale.

## SOLUTION

Dal 2017 curiamo il rapporto di sostenibilità di PSC, trovando soluzioni che trasformino un documento complesso in dati chiari e comprensibili. Il rapporto di sostenibilità è diventato per il cliente uno strumento fondamentale per comunicare ai suoi principali clienti e agli stakeholder finanziari.



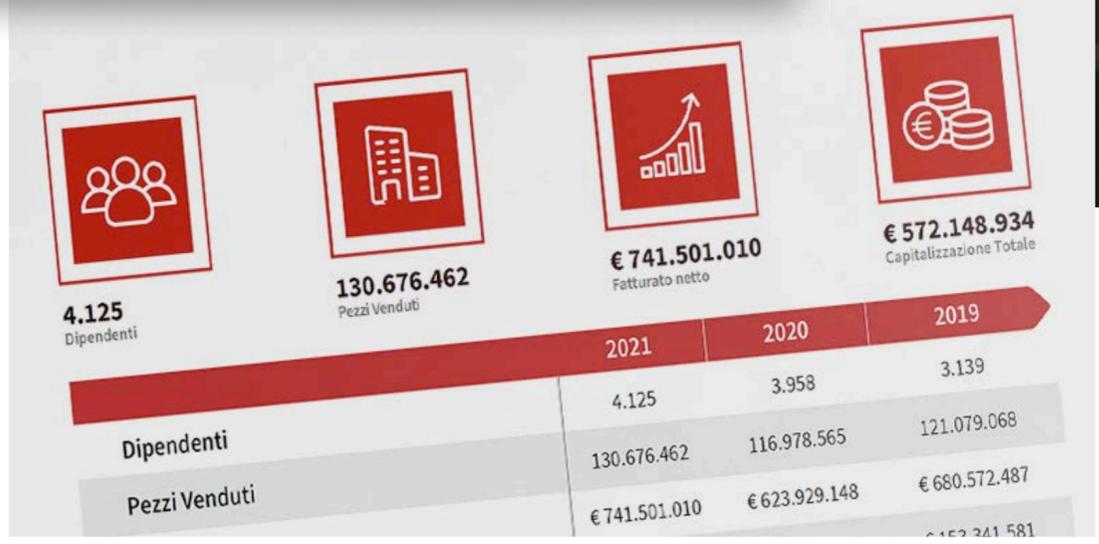
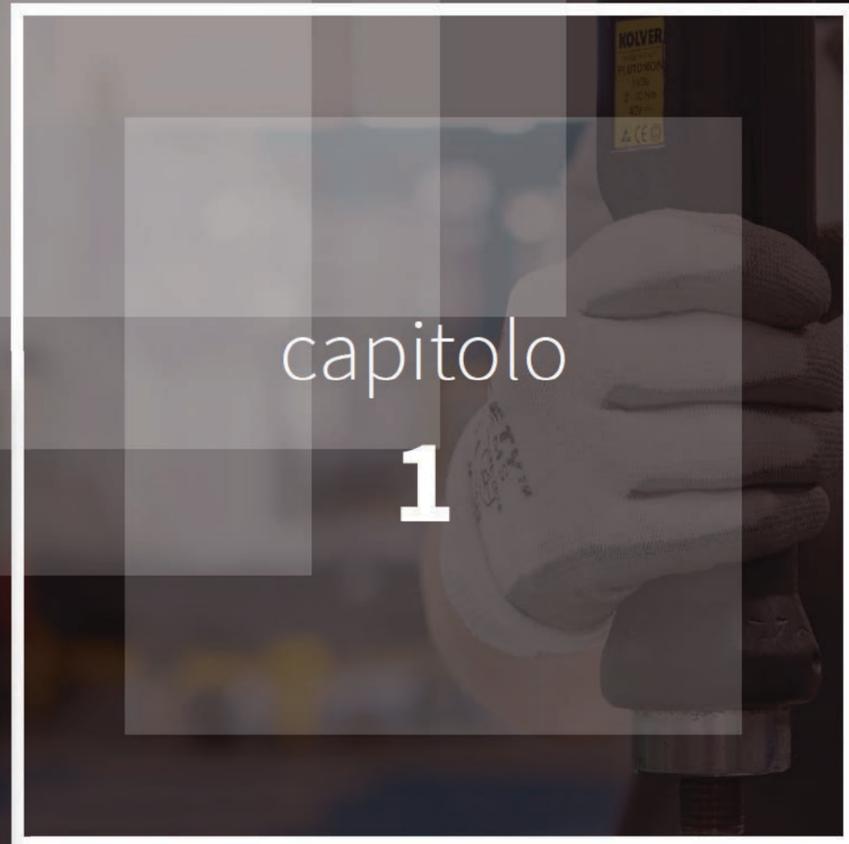
# RAPPORTO SOSTENIBILITÀ

## DIGITAL

Il Rapporto è stato progettato per essere fruito in digitale, per questo ha un formato orizzontale e un menù dinamico sulla sinistra, così da navigare tra i capitoli in un semplice click.

## DESIGN

Il design grafico del Rapporto è studiato per dare chiarezza ai dati, attraverso lo studio di icone e infografiche. Il Rapporto 2021 trova nel quadrato il proprio elemento centrale, un chiaro riferimento al marchio di PSC e alla forza del gruppo.



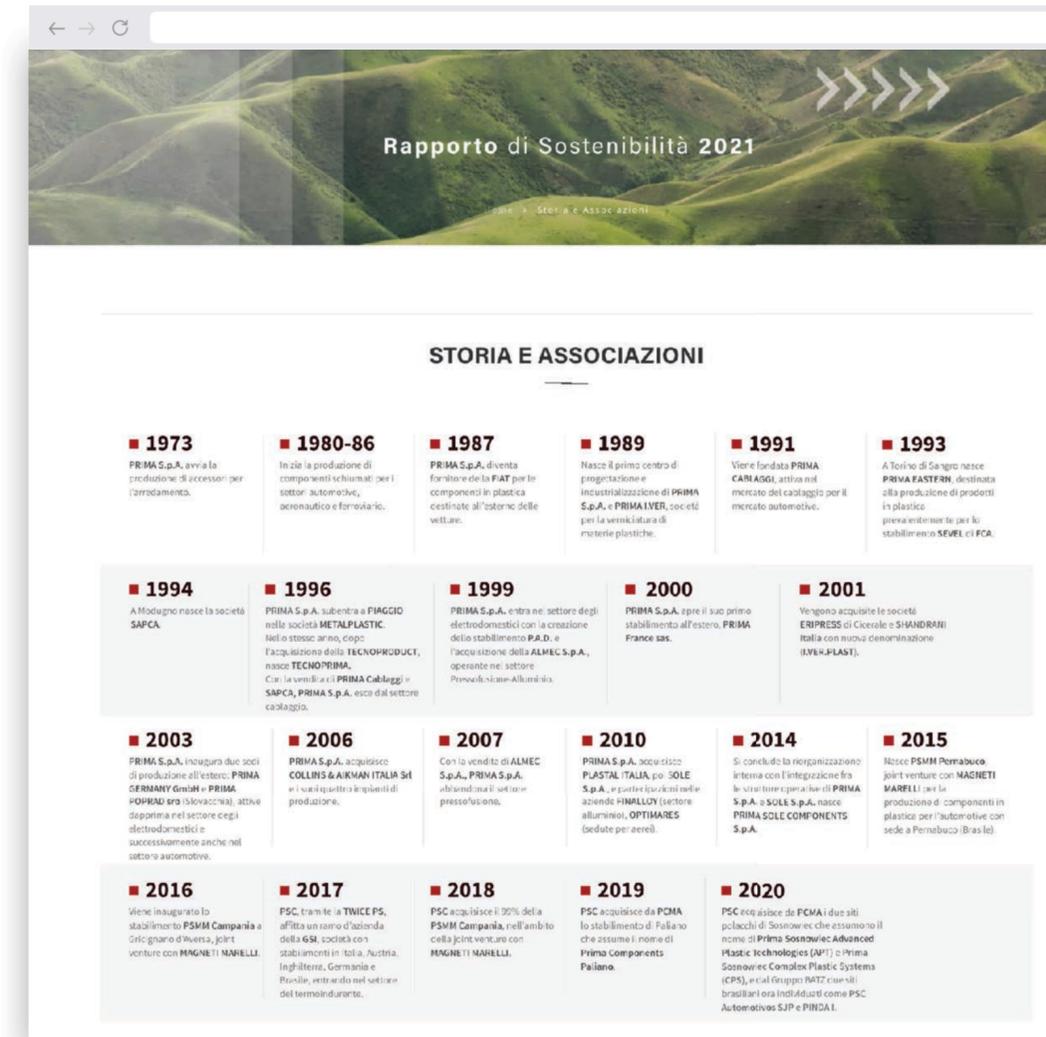
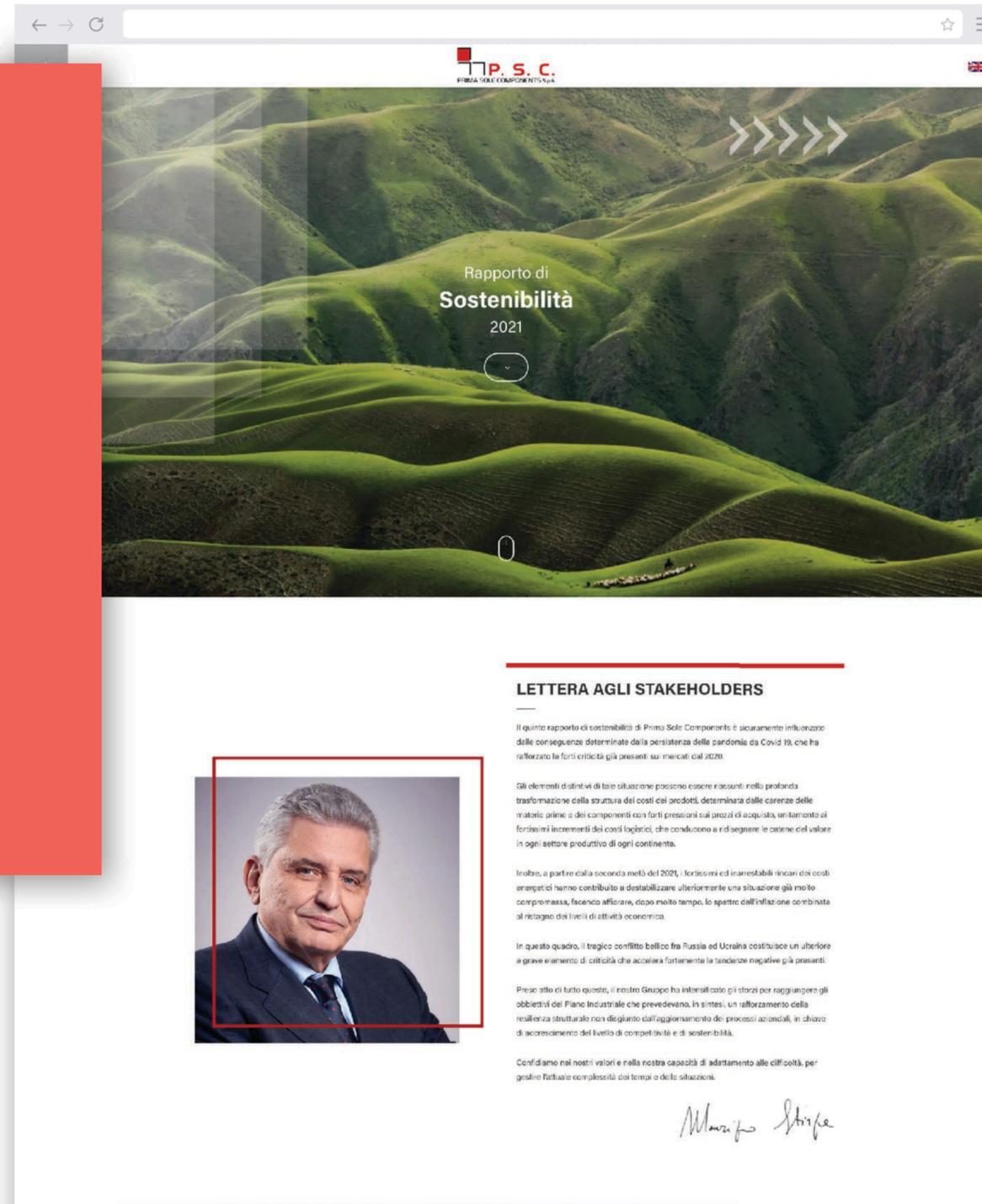
# RESPONSIBLE WEB

## CHALLENGE

Realizzare un sito sostenibile per la versione digitale del rapporto.

## SOLUTION

Nel 2022 abbiamo disegnato e sviluppato la sezione web sostenibilità, progettata secondo le linee guida del Responsible Web, così da rendere la carbon footprint del sito più leggera.



# OPEN ITALY

INNOVATION TO IMPACT



Riposizionare a livello comunicativo il brand "Elis Open Italy" rendendolo maggiormente vicino al concetto di Open Innovation

BRAND COMMUNICATION  
UX/UI SITO WEB  
VIDEO CORPORATE  
EVENTO  
CONTENT

# ELIS OPEN ITALY - DECK 2023



Studio della UX/UI del nuovo sito di Open Italy, con la rimodulazione dei contenuti e una nuovo design per una nuova comunicazione verso le corporate che partecipano al consorzio Elis.

## OPEN ITALY

OPEN ITALY è il programma di **open & collaborative innovation** per imprese, startup e abilitatori d'innovazione.

Il programma è l'occasione per grandi aziende e realtà innovative di lavorare insieme per lo sviluppo di nuove soluzioni, favorendo la cultura dell'open innovation.  
#InnovationToImpact.

[Più informazioni →](#)

## I NOSTRI VALORI

### #WORKING TOGETHER

OPEN ITALY è Contaminazione. Siamo un ecosistema aperto e inclusivo fatto di Corporate, startup, expert, junior talent e partner.

### #REAL PROJECT

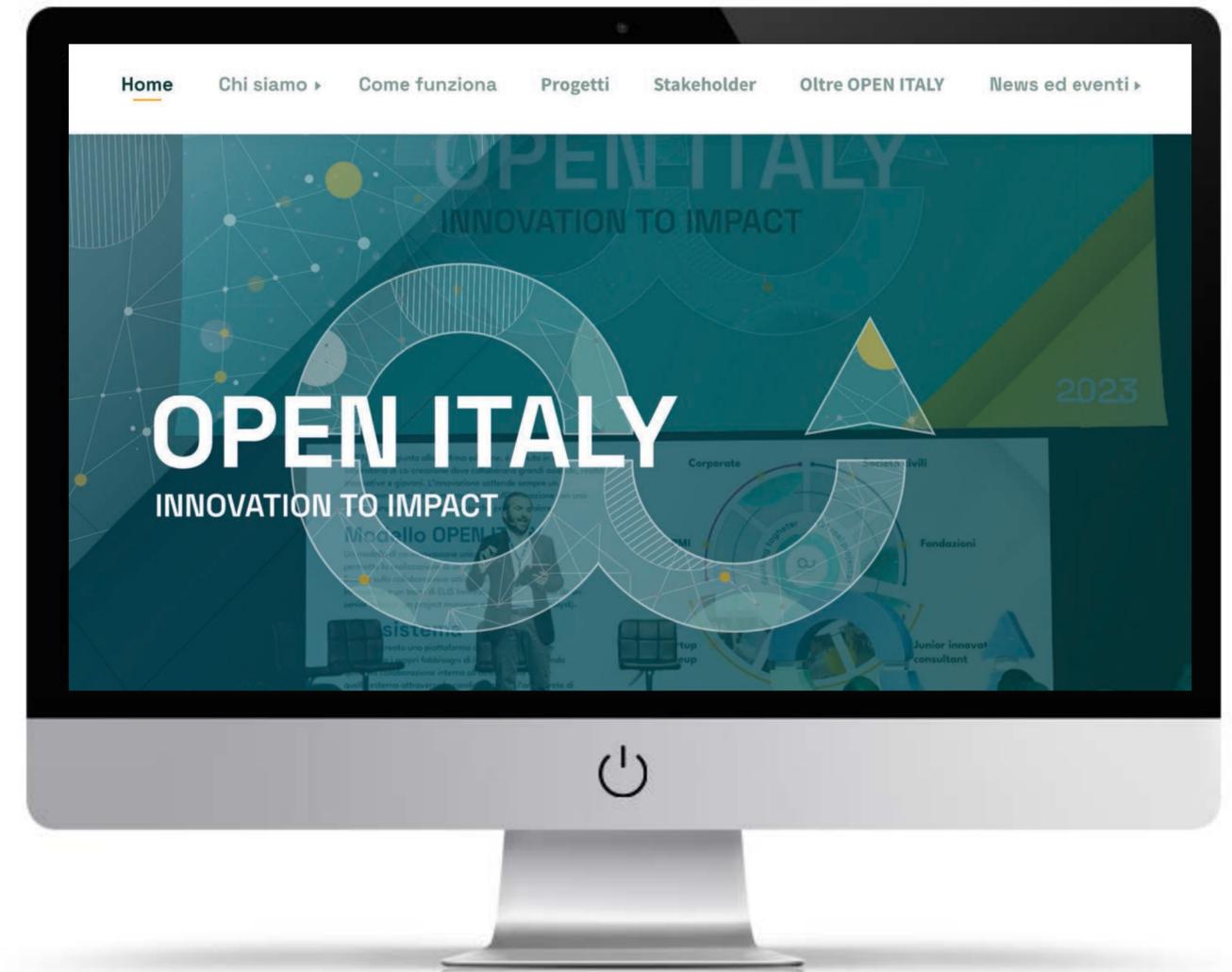
Lavoriamo insieme "mettendo a terra" progetti di co-innovazione multi corporate per raggiungere traguardi concreti e misurabili.

### #IMPACT

Valorizziamo il ruolo delle Large Company come changemaker attraverso i valori della coepetition al fine di creare impatto sul business e sulla società.

[Chi siamo](#)

## I NOSTRI NUMERI



Studio della UX/UI del nuovo sito di Open Italy, con la rimodulazione dei contenuti e una nuovo design per una nuova comunicazione verso le corporate che partecipano al consorzio Elis.



Supportare la start-up  
innovativa "OneTerra" che  
opera nel mondo del real  
estate a comunicare il proprio  
brand e la propria  
piattaforma

VIDEO CORPORATE  
UX / UI PIATTAFORMA  
SITO WEB GREEN



**— SOSTENIBILITÀ**

## UN PERCORSO COERENTE VERSO LA SOSTENIBILITÀ E LA VALORIZZAZIONE CONDIVISA DEGLI IMMOBILI.

OneTerra è un service provider dedicato al Real Estate in grado di combinare, attraverso la propria piattaforma tecnologica, i dati di performance della struttura e quelli generati dai comportamenti delle persone che la vivono.

**— CONNESSO E AUTOMATIZZATO**

Capace di misurare autonomamente, attraverso l'uso di sensori ad elevata tecnologia, le variabili che descrivono l'ambiente interno del building. I dati rilevati, resi accessibili sempre e ovunque, si tradurranno in azioni virtuose e consapevoli, generando un impatto concreto sulla vita delle persone e sulla qualità dell'ambiente che condividono.

- + **SOSTENIBILE**
- + **SANO E CONFORTEVOLE**
- + **TRASPARENTE ED INTERATTIVO**
- + **CON LE PERSONE AL CENTRO**

**— LA PIATTAFORMA**

## UNA COMMUNITY SOSTENIBILE

OneTerra accompagna gli utenti verso un cambiamento sostenibile anche tramite un linguaggio moderno e stimolante, basato sul divertimento e la gamificazione di azioni positive che sapranno divertire e incrementare la consapevolezza individuale e di gruppo



UX, UI e Sviluppo del sito della start-up. Il sito di OneTerra è stato sviluppato secondo le direttive del Responsible Web, per garantire una minore carbon footprint, di soli 0.23g of CO2 per WebsiteCarbon.com



• Attraverso un percorso rivolto  
alla consapevolezza sostenibile  
e al miglioramento del benessere •

**[Link al video](#)**



Promuovere il brand di una banca popolare puntando sull'unicità del loro rapporto con il cliente e il territorio.

BRANDING  
STRATEGIA DI MARKETING  
CAMPAGNA MEDIA  
EVENTI  
VIDEO  
EDITORIA



Campagna Adv Popolare davvero, 2014



Campagna Adv per la prima promozione in Serie A del Frosinone Calcio, 2015



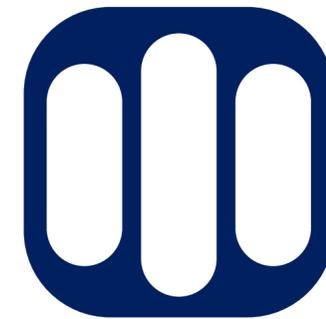
Campagna Adv per Apertura Filiale a Roma, 2013



Campagna Adv per Apertura Filiale a Roma, 2019

NAMING + LOGO DESIGN

**Meglio Banca** è la banca online della Popolare del Frusinate, con un carattere più giovane, smart per offrire servizi con una piattaforma 100% digitale.



**Meglio**Banca  
*Gruppo Banca Popolare del Frusinate*

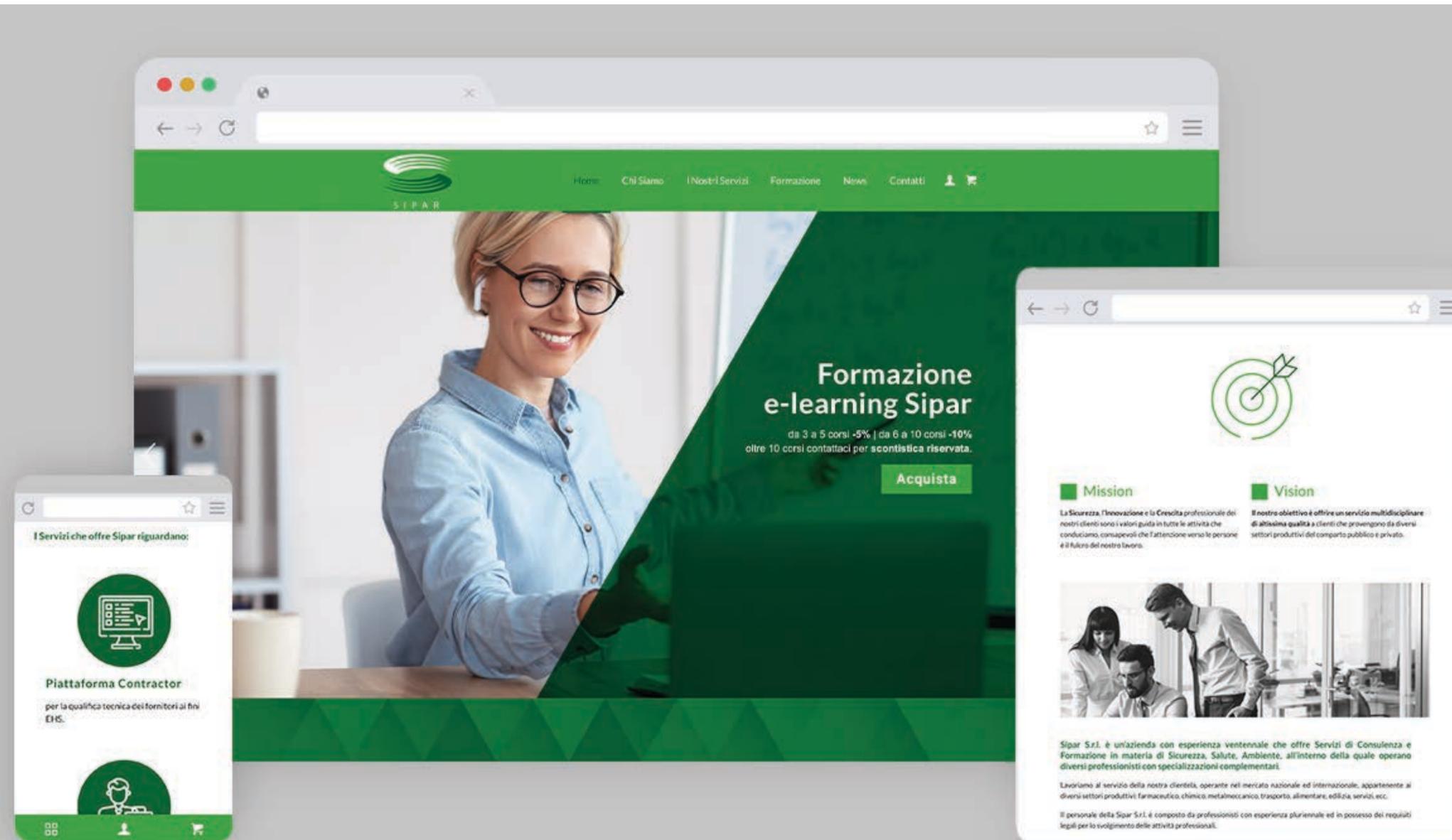


SIPAR

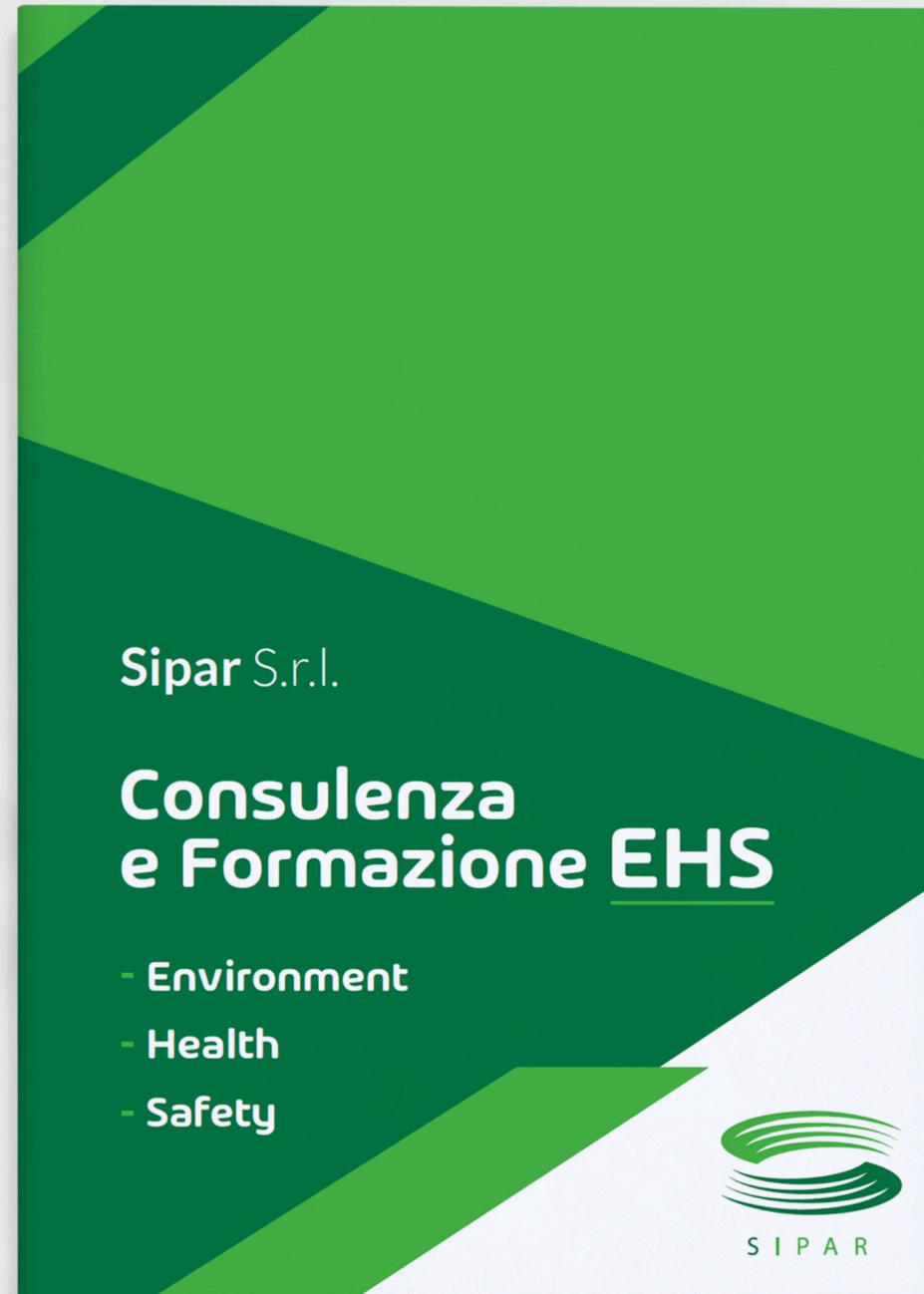
Affiancare un'azienda di consulenza con esperienza ventennale in materia di Sicurezza e Ambiente, nel migliorare la propria offerta di servizi e realizzare strumenti digitali.

DIGITAL MARKETING & ADV  
CONSULENZA LINKEDIN  
WEB-SITE  
COMUINICAZIONE  
CREATIVE  
VIDEO PRODOTTO  
UI DIGITAL PRODUCT

# SIPAR: WEBSITE E LINEA DI COMUNICAZIONE



Abbiamo sviluppato una linea di comunicazione che potesse posizionare il cliente all'interno del complesso mercato della Formazione e Consulenza EHS.



## Mission

La **Sicurezza**, l'**Innovazione** e la **Crescita** professionale dei nostri clienti sono i valori guida in tutte le attività che conduciamo, consapevoli che l'attenzione verso le persone è il fulcro del nostro lavoro.

## Vision

Il nostro obiettivo è offrire un servizio multidisciplinare di altissima qualità a clienti che provengono da diversi settori produttivi del comparto pubblico e privato.



## Chi Siamo

**Sipar S.r.l.** è un'azienda con esperienza ventennale che offre Servizi di **Consulenza e Formazione in materia di Sicurezza, Salute, Ambiente**, all'interno della quale operano diversi professionisti con specializzazioni complementari.

Lavoriamo al servizio della nostra clientela, operante nel mercato nazionale ed internazionale, appartenente ai diversi settori produttivi: farmaceutico, chimico, metalmeccanico, trasporto, alimentare, edilizia, servizi, ecc.

Il personale della Sipar S.r.l. è composto da professionisti con esperienza pluriennale ed in possesso dei requisiti legali per lo svolgimento delle attività professionali.

## I Nostri Requisiti



- Ente di formazione accreditato presso la REGIONE LAZIO - Determinazione n. B5191 del 30/06/2011



- Certificazione su sistema di gestione per la qualità del lavoro conforme alla norma ISO 9001:2015 rilasciato dall'Ente di certificazione riconosciuto Accredia - CERTIQUALITY, relativamente ai codici di attività IAF 35-37 (Consulenza e Formazione).





Lancio Prodotto Digitale **Validok**, una Piattaforma Contractor che permette la condivisione, organizzazione e consultazione veloce dei documenti utili alla gestione degli appalti e al processo di qualifica tecnica dei fornitori.

Per il Lancio abbiamo realizzato Naming e Brand prodotto, UI Piattaforma, Strategia LinkedIn e Newsletter.



Lancio Prodotto Digitale **Validok**, una Piattaforma Contractor che permette la condivisione, organizzazione e consultazione veloce dei documenti utili alla gestione degli appalti e al processo di qualifica tecnica dei fornitori.

[Link al video](#)

## Linkedin Strategy

L'attività su LinkedIn permette di rafforzare i risultati della DEM in un'ottica di comunicazione integrata, ma in più mira ad acquisire nuovi potenziali clienti ed a aumentare la brand awareness attraverso una platea più vasta.

Tutti gli obiettivi vengono raggiunti attraverso post promozionali, post informativi sulle novità di settore, ed indicando al cliente le modalità per far crescere la propria rete, invitando nuovi contatti a seguire la pagina per poter trasformare il contatto in lead.

Risultati raggiunti in maniera organica:

Da 43 follower a 1.562

17.479 impression della pagina e contenuti nell'ultimo anno



## Direct Mail Marketing

L'attività di Direct Mail Marketing che viene svolta ha l'obiettivo di mantenere e consolidare i rapporti con i clienti, nonché promuovere tutte le iniziative dell'azienda ed informare sulle novità del settore.

Tipi di newsletter realizzate:

- Newsletter promozionali dedicate ai corsi o prodotti aziendali,
- Newsletter informative sulle novità del settore.





Proiettare un'azienda B2B nel mercato consumer creando un marchio di design e legando il brand a collaborazioni con artisti e associazioni no-profit.

PIANO DI COMUNICAZIONE

NAMING

UX / UI

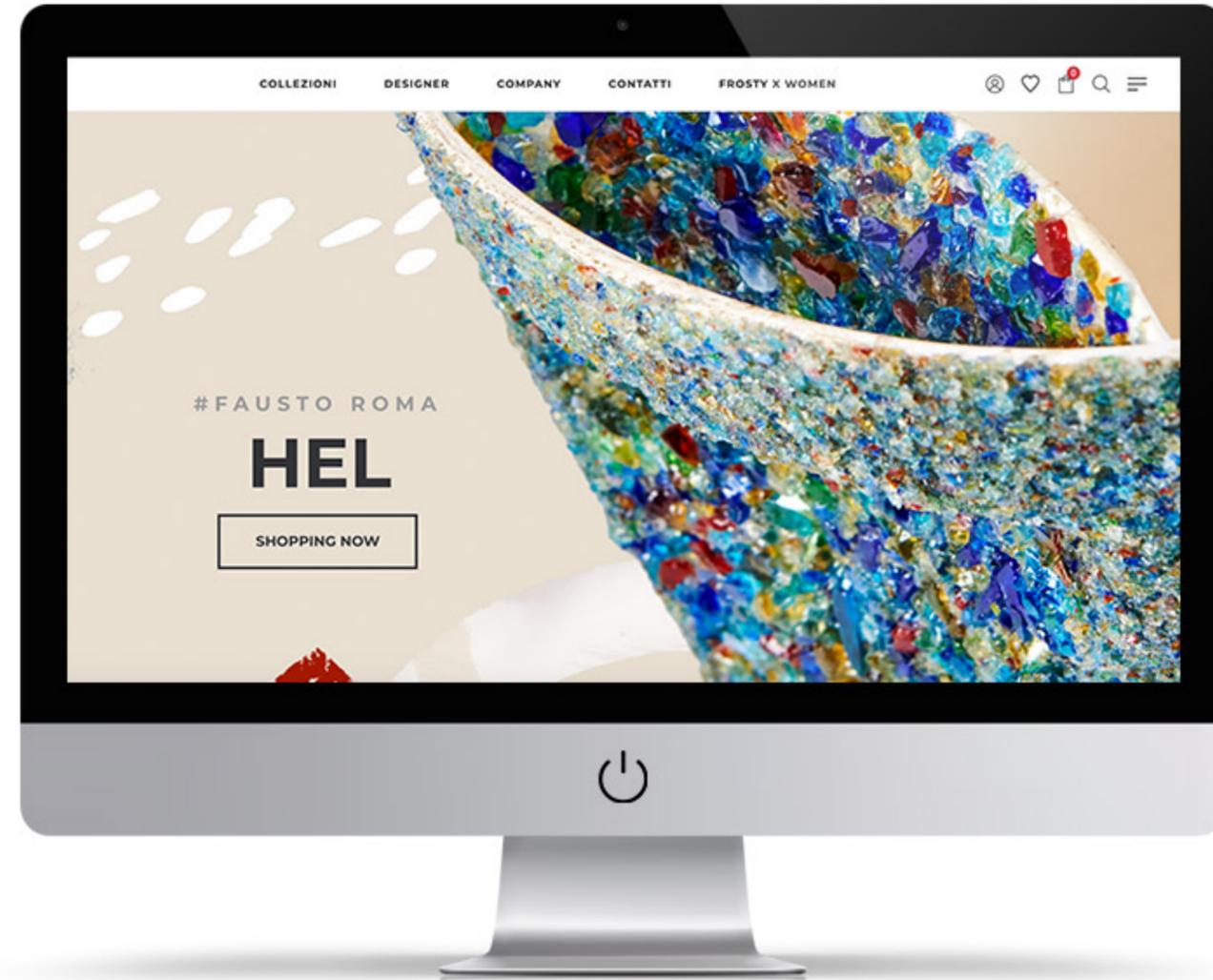
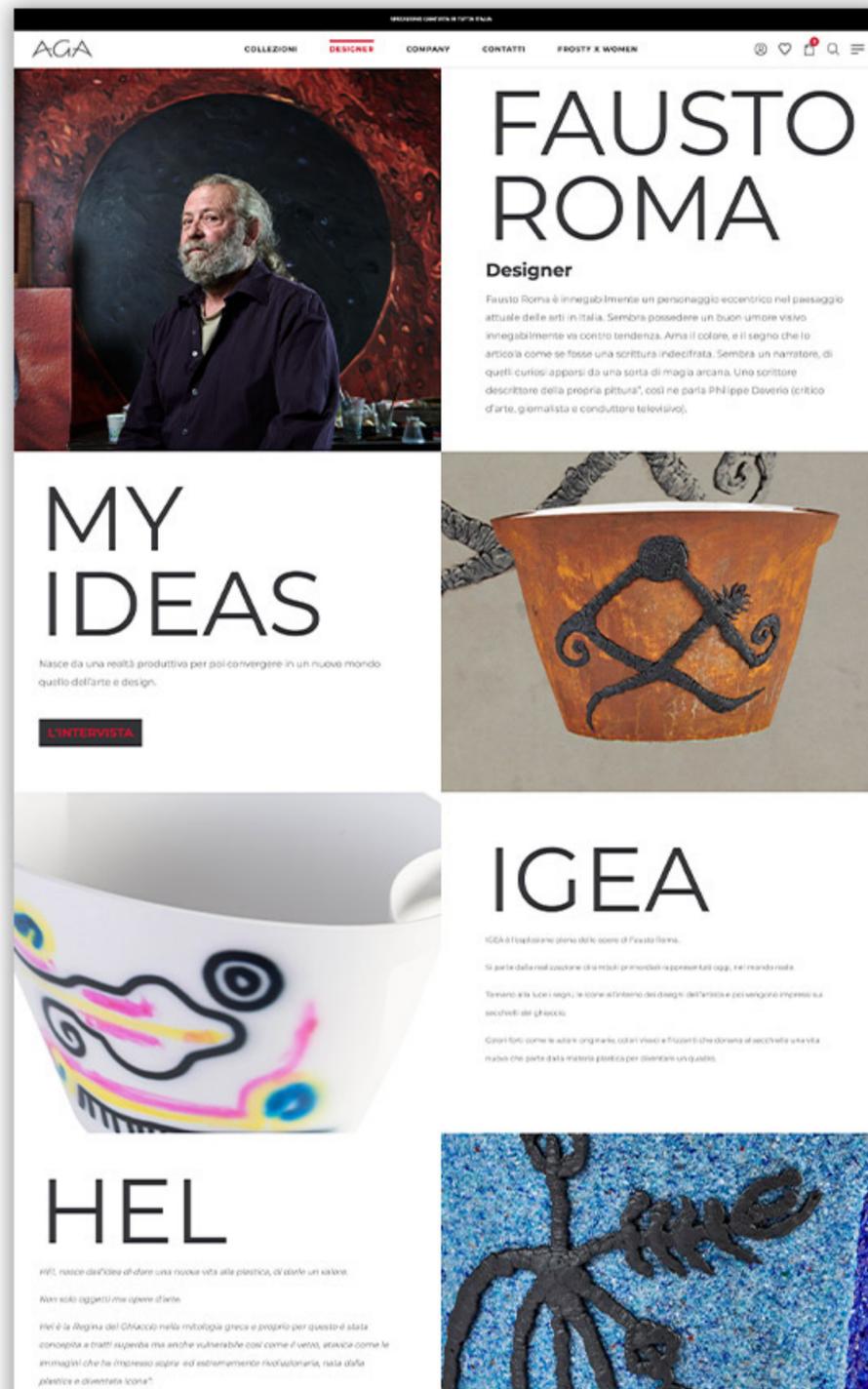
WEB DEVELOPMENT

STRATEGIA DI MARKETING

DIGITAL MARKETING

CONTENT CREATION

INFLUENCER MARKETING



Abbiamo realizzato il design e lo sviluppo del sito web e dello shop online. Abbiamo ideato il naming dei prodotto ed elaborato la strategia di comunicazione utilizzando come leva la partnership con l'artista e designer "Fausto Roma", fresco espositore all'interno della Biennale di Venezia.

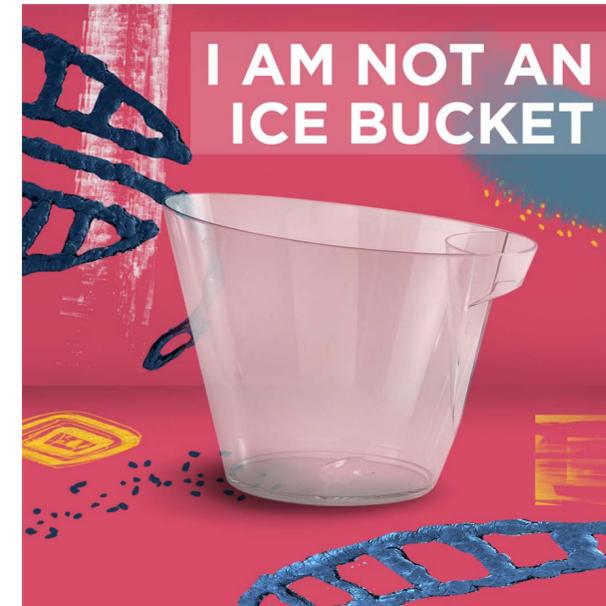
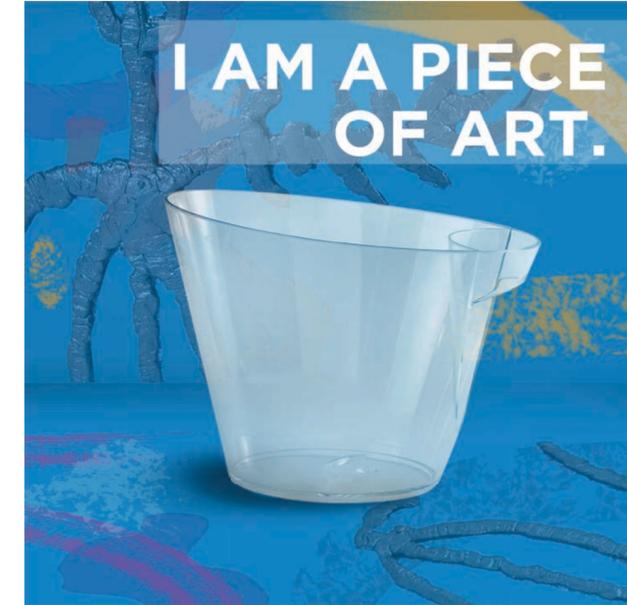
## Challenge

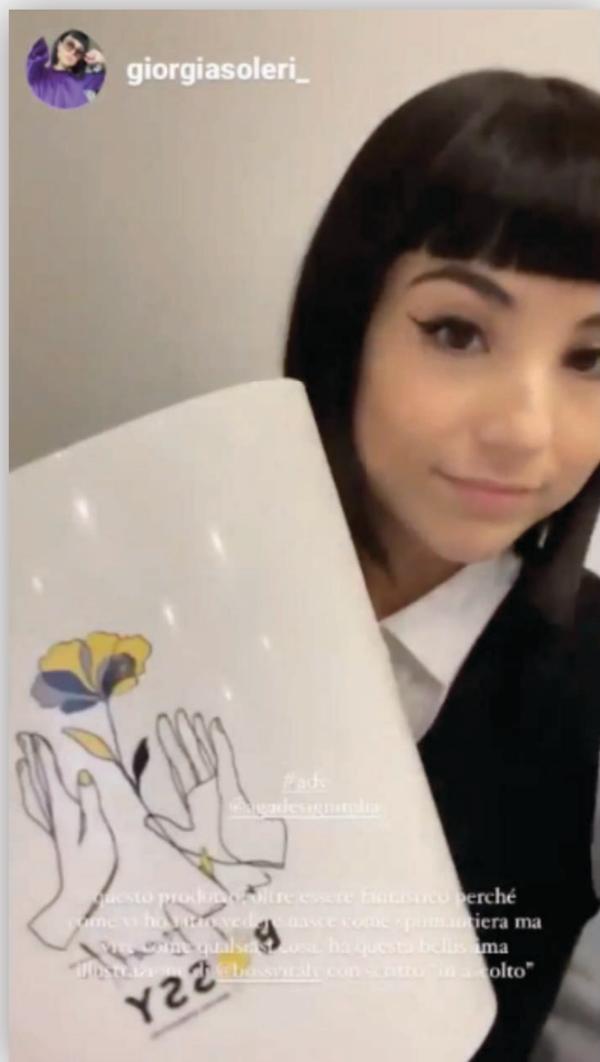
Lanciare un prodotto nel mercato consumer pensato per il mercato B2B

## Solution

Abbiamo trasvalutato una semplice spumantiera di plastica in un'opera d'arte grazie alla collaborazione dell'artista Fausto Roma.

Abbiamo realizzato una campagna lancio creativa con lo scopo di creare hype sul prodotto attraverso messaggi evocativi e una grafica ispirata all'artista





## Frosty X Women

Aga, azienda impegnata nella realizzazione di gadget ecosostenibili, ha deciso di essere al fianco di Bossy contro la violenza sulle donne, dedicando un prodotto che racchiude in sé un importante messaggio: "Amati". Frosty è disponibile anche sul sito di [AGA DESIGN](#).

**"Da diversi anni siamo concretamente impegnati in progetti di solidarietà."**

Ci occupiamo di temi legati alle donne, dei diritti delle persone e della comunità LGBTQ+. Siamo orgogliosi del nuovo progetto legato a Bossy poiché ci permette di essere attivi verso una tematica di grande attualità ed urgenza. Il nostro linguaggio ci consente di coinvolgere e sensibilizzare le persone su un argomento di primario valore sociale e contemporaneamente di indirizzare all'Associazione risorse utili alla sua missione" commento Monica Vitale, Amministratore Delegato di Aga.

Grazie anche al sostegno di Aga, che ha deciso di destinare il 50% del ricavato della vendita di Frosty a noi dedicato, potremo realizzare un progetto importante come la stampa del nostro calendario che verrà inviato a tutti i centri anti violenza d'Italia.

**In Italia, una donna su tre ha subito almeno un episodio di violenza fisica, psicologica o sessuale nell'arco della propria vita: per questo, noi di Aga non siamo rimasti indifferenti al problema, cercando di adottare delle soluzioni non solo nel resto del mondo, ma anche in Italia.**

**L'obiettivo principale di LEI è, infatti, favorire l'empowerment personale e socio-economico delle donne coinvolte, affinché abbiano gli strumenti per poter fuoriuscire da percorsi di violenza.**



Ideazione della campagna di comunicazione Frosty X Women a supporto di Bossy: oltre il concept grafico e l'idea creativa abbiamo realizzato una campagna di influencer Marketing con Giorgia Soleri.



# TECNOBUS

Rilanciare e riposizionare il brand "Tecnobus", produttore di minibus elettrici dal 1989.

BRANDING

STRATEGIA DI MARKETING

CAMPAGNA MEDIA

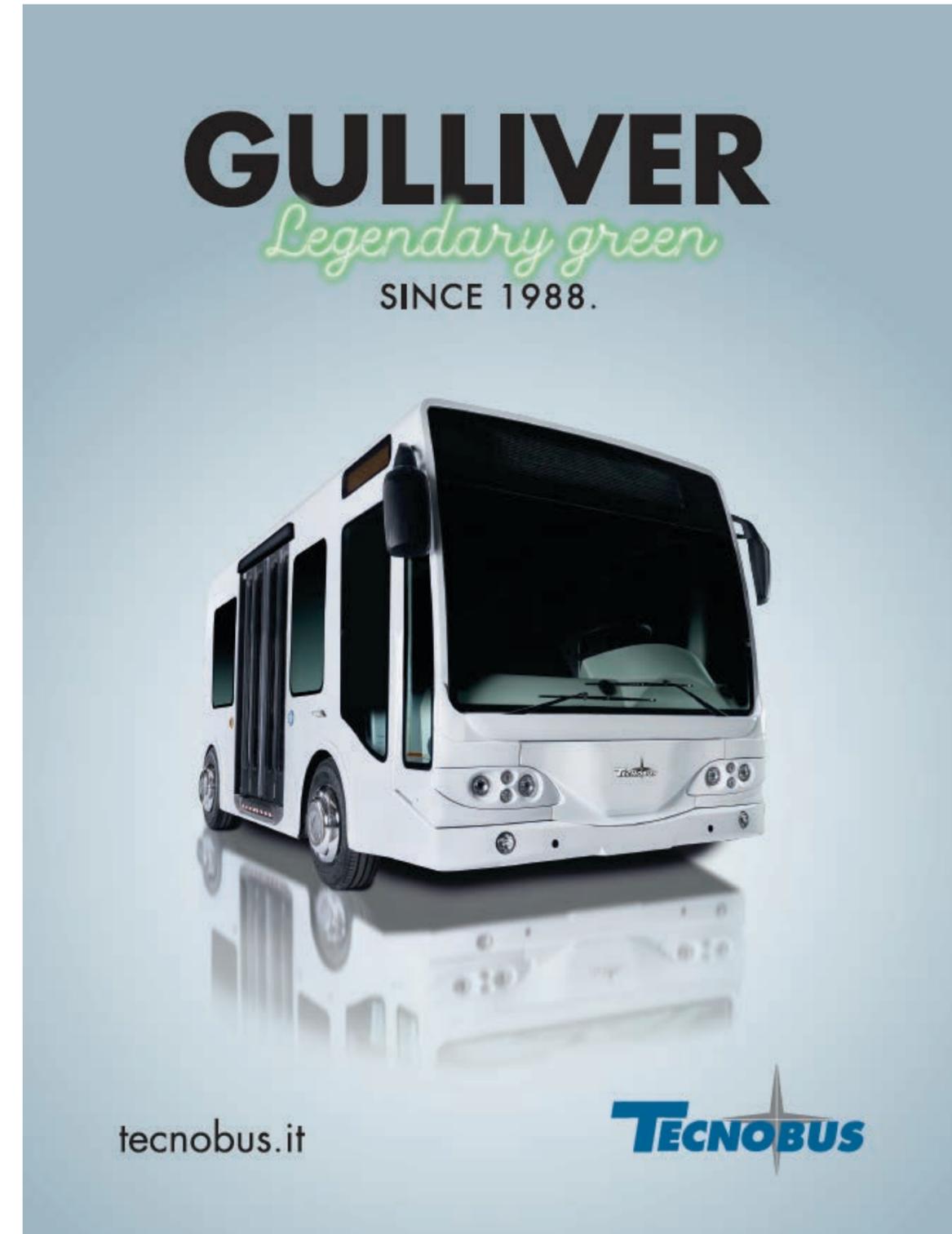
CAMPAGNA ADV

SERVICE DESIGN

DIGITAL CONTENT

FIERA

Abbiamo deciso di rilanciare Tecnobus utilizzando come payoff “Legendary Green” in quanto è stato il primo minibus elettrico in Europa, in circolazione già dal 1988



# GULLIVER

*Legendary green*  
SINCE 1988.

## CHI SIAMO

TECNOBUS è un'azienda italiana, presente sul mercato da oltre 30 anni, leader nella produzione di minibus elettrici.

# TECNOBUS

La risposta italiana alla mobilità sociale e sostenibile

## LA NOSTRA STORIA

**Tecnobus: dal 1988 viaggiamo nel futuro.**

Tecnobus ha venduto il primo veicolo elettrico per trasporto persone nel 1988, i primi minibus elettrici Gulliver sono stati venduti nel 1994, ed oggi rappresenta il leader europeo dei minibus con oltre 500 veicoli venduti in Europa e non solo. Unico al mondo con più di 200 milioni di chilometri di storia.

Siamo sempre determinati a rispondere in pieno alle crescenti aspettative degli Enti e degli Operatori di trasporto pubblico che desiderano abbattere l'inquinamento atmosferico ricorrendo ad autobus realmente ad emissione zero.

L'approccio di qualità messo in atto da Tecnobus fornisce ai suoi clienti, fin dalla fase di progettazione, impegni di garanzia e qualità di fabbricazione, limitando le emissioni di CO2 legate al trasporto.

Oggi, centinaia di minibus sono in funzione in tutto il mondo.

**Ci contraddistingue**  
LA PROFESSIONALITÀ, L'ESPERIENZA,  
LA COMPETENZA, LA PASSIONE.

Norvegia  
Germania  
Belgio  
Inghilterra

Francia  
Portogallo  
Spagna  
Italia  
Grecia

Canada

Sud Africa

Taiwan

più di 500 minibus venduti nel mondo

## I NOSTRI VALORI

Innovazione Tecnologica

Ricerca e Sviluppo

Progettazione

Sostenibilità

Filiera 100% italiana

Salvaguardia del patrimonio storico presente nelle città

TECNOBUS INDUSTRIES S.R.L. 02

## ARRIVA DAPPERTUTTO E C'È SPAZIO PER TUTTI

- L'unico con una lunghezza di metri 5,32. Agile e compatto con un ridotto raggio di sterzata.
- Dotato di una discesa per disabili. Garantisce comfort per il guidatore, accesso per le persone con mobilità passaggini e carrozzine.
- Pensato per le città del futuro e i borghi del passato.

Progettato e sviluppato per circolare facilmente nelle strade strette dei centri città che sono di difficile accesso per gli autobus convenzionali, il nostro minibus è adatto ed efficiente per servire le aree suburbane e brevi distanze.
- Porta per la passeggeri

Realizzazione di una brochure corporate, con lo studio di una serie di claim chiave per la comunicazione del prodotto, per esaltarne storia e caratteristiche tecniche.



*con Fiuggi 20 anni di meno*

# FIUGGI

Dare una nuova immagine al brand "Terme di Fiuggi", per promuovere il nuovo campo da golf, la SPA e le storiche Terme di Bonifacio.

BRANDING

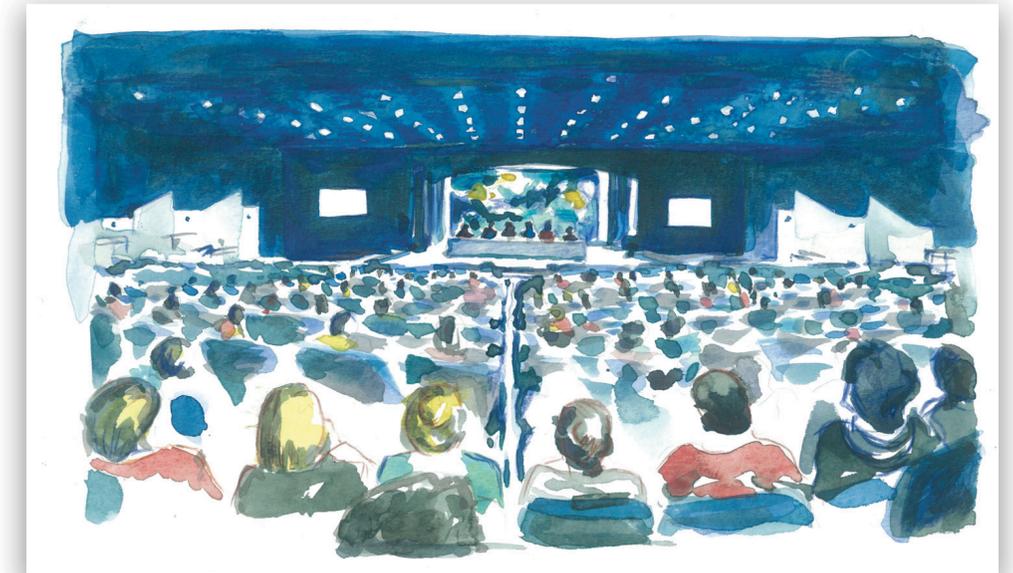
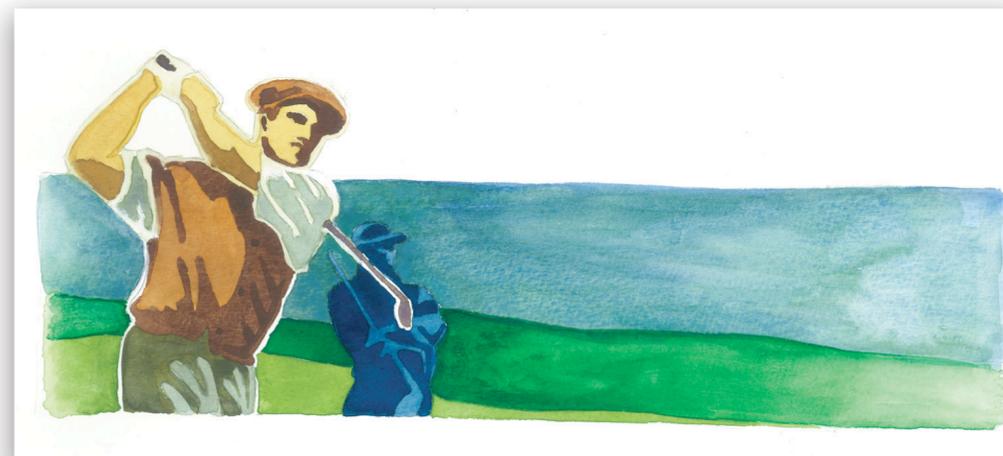
STRATEGIA DI MARKETING

CAMPAGNA MEDIA

CAMPAGNA ADV



*con Fiuggi 20 anni di meno*



Dopo la realizzazione di un piano di marketing e comunicazione abbiamo realizzato un concept grafico ispirato alla bellezza del luogo con l'utilizzo di tavole in acquerello.



Comunicare un'importante iniziativa di sostenibilità territoriale attraverso un Rapporto di Sostenibilità e un Evento Sostenibile.

BRANDING

GRAPHIC DESIGN

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

EVENTO SOSTENIBILE

Per rappresentare visivamente il progetto abbiamo scelto di mettere in evidenza la **geografia** del territorio oggetto dell'Azione, dandogli **riconoscibilità** e **complessità** allo stesso tempo.

La Cover mostra una rielaborazione del territorio, nel quale è visibile il confine geografico dell'azione e alcuni tratti geografici che lo rendono immediatamente identificabile da attori e stakeholder coinvolti.

Azione pilota  
sulla **sostenibilità territoriale**  
di un'area industriale  
nei comuni di **Frosinone e Ferentino**  
**2021-22**



# EVENTO SOSTENIBILE

Per dare conoscenza dell'Azione agli **stakeholder** selezionati (Enti, Press, Attori Politici), si è deciso di organizzare un **evento** per approfondire il percorso fatto, analizzare i risultati e lanciare delle **sfide** per le azioni di miglioramento future.

CB&C LAB, come partner tecnico, ha organizzato un evento **sostenibile** seguendo le direttive della certificazione **ISO 20121**.





# PER UN EVENTO SOSTENIBILE

## LINEE GUIDA ISO 20121

Per prima cosa abbiamo analizzato le caratteristiche dell'evento e messo in pratica le linee guida della certificazione ISO 20121.

## SCELTE PER L'AMBIENTE

Le scelte organizzative dell'evento seguono un approccio environment-first.

## COMUNICAZIONE SOSTENIBILE

In tutti gli strumenti di comunicazione l'aspetto sostenibile è fondamentale, sia nella progettazione che nella scelta dei materiali.

## CARBON NEUTRAL EVENT

È stata fatta una stima della Carbon Footprint dell'evento e sono stati attivati delle procedure di compensazione certificate.

# COMPENSAZIONE CO2

È stata fatta una **stima delle emissioni** CO2 causate dall'evento, valutate 0,46 ton di CO2. In base a questa stima si è scelto di finanziare il progetto di **riforestazione** certificato "MAISA RED", per contrastare gli effetti degli incendi nella Foresta Amazzonica.

Per coinvolgere e rendere consapevoli gli ospiti di questa azione, è stato realizzato un **braccialetto** in carta piantabile grazie al quale si rendeva noto il progetto e si accedeva a una piattaforma online con tutte le informazioni relative alla Carbon Footprint.



**0,46**  
ton di CO<sub>2</sub>eq



Lanciare il marchio "Ara del Tufo", azienda agricola specializzata nell'allevamento di nero casertano, a livello nazionale

BRANDING

DIGITAL MARKETING

CONTENT

BRAND COMMUNICATION

UX/UI SITO

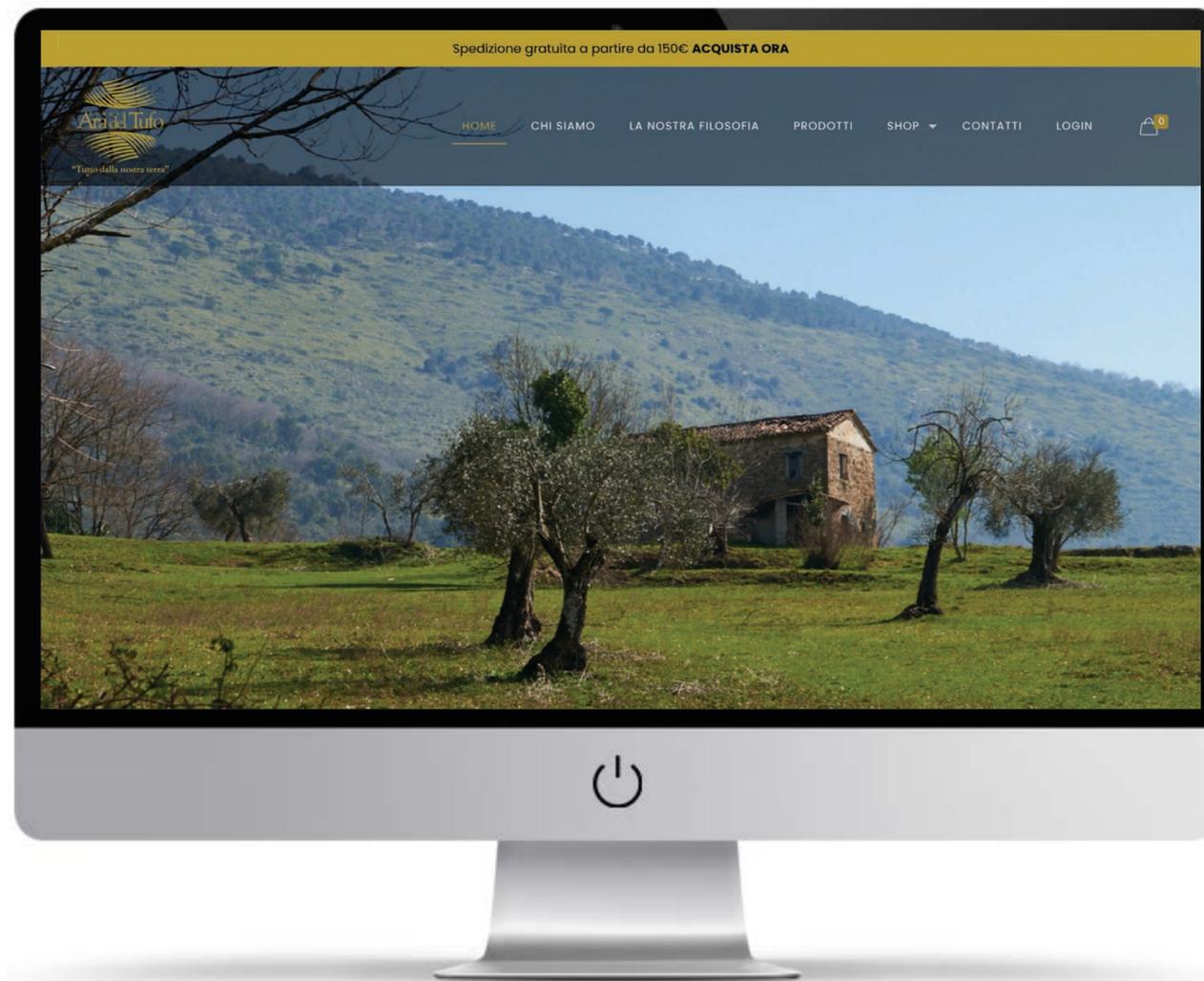
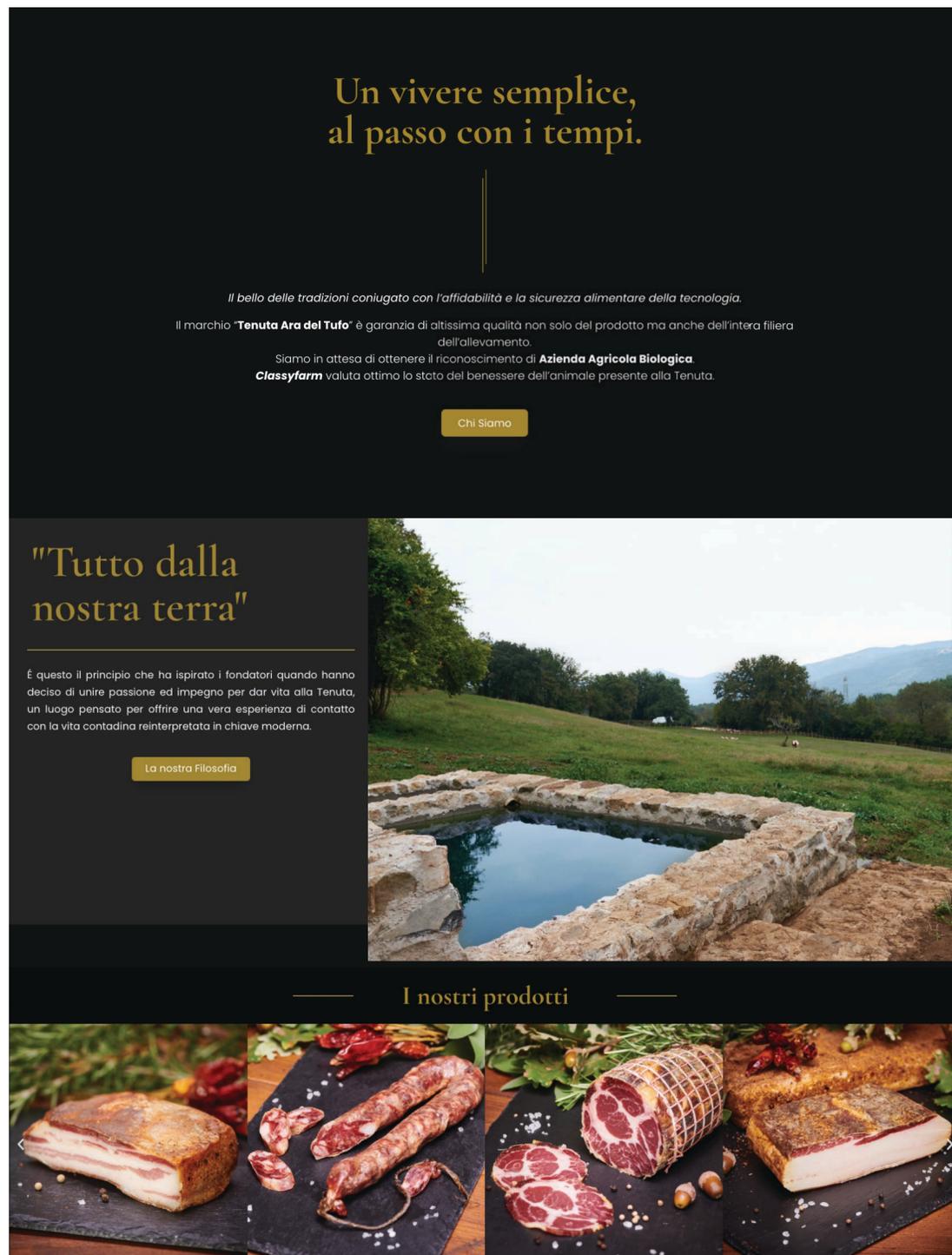
UGC

INFLUENCER MARKETING

PACKAGING



Packaging con cassette e cofanetti in legno per le Gift Box e tubo per il salame stagionato.





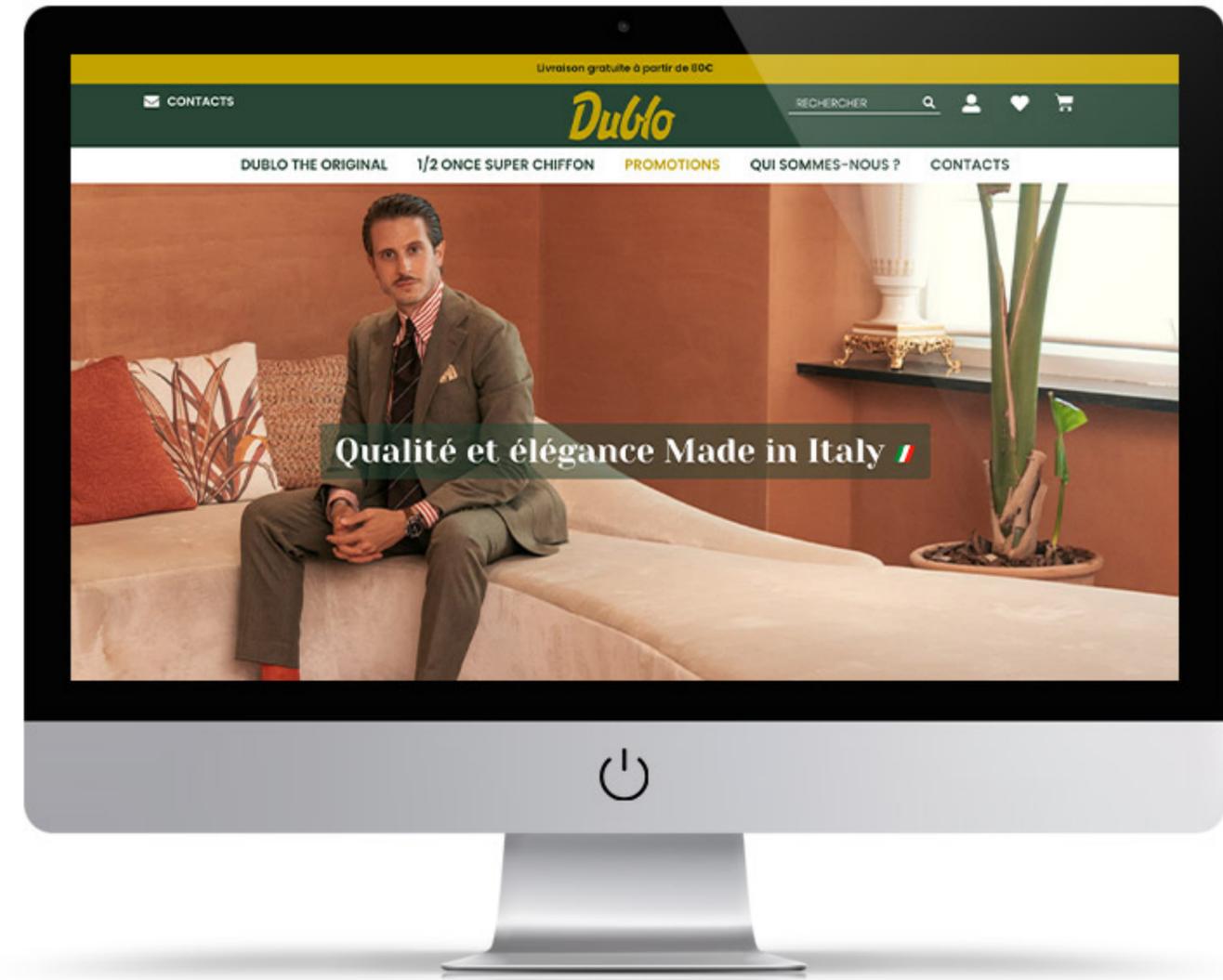
Per lanciare il brand sui social abbiamo deciso di utilizzare una strategia che puntasse su UGC provenienti dal mondo del food.

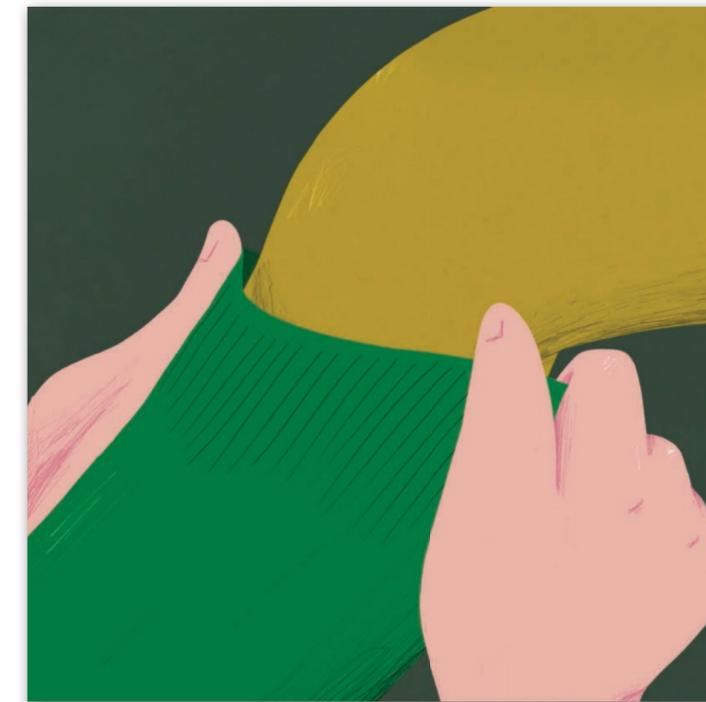


**Dublo**  
*the Original*

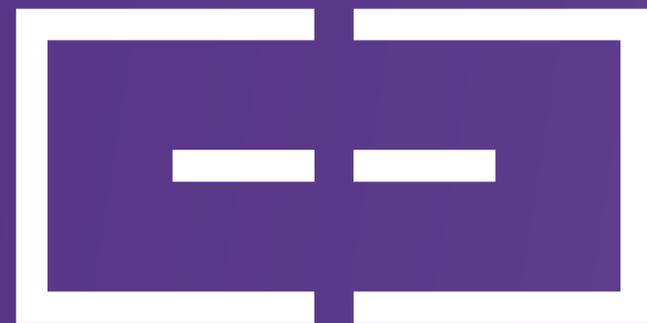
Rilanciare un brand di calze da uomo attraverso una strategia omnicanale

**E-COMMERCE**  
**DIGITAL MARKETING**  
**STRATEGIA DI MARKETING**  
**STRATEGIA OMNISCANALE**  
**CAMPAGNA MEDIA**





LINK AI VIDEO: [Video 1](#) [Video 2](#)



CB&C LAB