

AssoTè Infusi:
analisi cultura e comunicazione
del tè, immagine coordinata e
comunicazione dell'associazione

teodora isvanca
s272599



**Politecnico
di Torino**

teodora isvanca / s272599

corso di laurea in DESIGN E COMUNICAZIONE

L-4 (DM270)

design per la comunicazione

relatore: prof. paolo tamborini

index

→ il Tè.....	P - 4
informazioni base sulla pianta e sulle tipologie	
→ il Tè nel mondo.....	P - 10
dalle origini ad oggi: storia e attualità	
→ Packagers.....	P - 16
mercato: gli “impacchettatori”	
→ Importers.....	P - 58
mercato: gli “importatori”	
→ associazioni equivalenti.....	P - 62
analisi casi studio associazioni internazionali del tè	
→ analisi AssoTè Infusi.....	P - 73
newsletter, identità, sito web	
→ AssoTè Infusi.....	P - 83
rebranding e piano comunicativo	

il Tè

informazioni base

la pianta

Il tè è un prodotto che deriva da un'unica pianta: la *Camellia sinensis*. La distinzione tra i vari prodotti che questa pianta offre deriva semplicemente dalla *lavorazione delle foglie*. I processi che queste possono subire sono infatti tra i più svariati e ne definiscono il prodotto finale.



le 6 tipologie di tè

verde

nero

bianco

giallo

wulong

scuro

φόρμες e χροπιά



φόρμες e χροιά



la filiera



la filiera

produzione

La produzione avviene in diverse zone del mondo, dalla Cina allo Sri Lanka i maggiori centri di produzione esportano.

vendita in proprio

Pochissimi dei produttori rivendono il proprio prodotto in proprio, decidendo quindi di affidarlo grezzo a terzi.

vendita all'asta

Una volta prodotto il tè viene venduto all'asta nella maggior parte dei casi dopo averne determinato le qualità.

packagers

Alcuni di coloro che possono acquistare questo tè all'asta sono i packagers, che brandizzano poi il prodotto che acquistano e lo rivendono su larga scala.

importers

Altri invece lo acquistano e lo rivendono per le proprie qualità, senza brandizzare il prodotto ma valorizzandone le caratteristiche per un mercato di nicchia.

distribuzione

La distribuzione avviene alla fine di tutti i precedenti processi, dividendosi quindi in larga e piccola scala.

il Tè nel mondo

dalle origini all'attualità

la storia

Il primo paese ad usufruire del tè fu la Cina, che rese il prodotto da pianta medicinale a bevanda cerimoniale.

La storia dice che *Shen Nong* aveva un tazza di acqua bollente in mano, quando gli cade dentro una foglia e così si fece la prima tazza di tè che lo curò dagli avvelenamenti e disagi fisici che aveva.

Questo è infatti il padre dell'erboristeria cinese, e viene inoltre considerato non solo come dio della medicina, ma anche come inventore di tutti gli strumenti agricoli.



dinastie in successione

metodo di
consumazione

Han

206 aC - 220 dC

tè decotto insieme ad erbe e radici

Tang

618 - 907

tè decotto bollito col sale

Song

960 - 1279

tè in polvere finissima sbattuto



date importanti

59 aC

primo documento sul tè

140-180 aC

tè più antico al mondo

150 aC

Wu Lizhen - prima coltivazione

758

Lu Yu - "Cha Jing"

(Il Canone del tè /
The Classic of Tea)

primo trattato sul tè

più antica cerimonia del tè

600-900

costruzione tempio Fa Men Si

1107

Hui Zong - Treatise on Tea

(Trattato sul Tè)

descrizione della cerimonia Song

dinastie in successione

	Ming 1368-1644	Qing 1644-1912
metodo di consumazione	tè in foglia	tè in foglia
date importanti	- nascono sale da tè - vasi e teiere di porcellana	- diffusione <i>gaiwan</i> (recipiente cinese per l'infusione del tè)



cosa ci è kimasto?

metodi

Ad oggi i principali metodi di assunzione del tè sono sotto forma di una *polvere finissima*, come per esempio nel caso di matcha, oppure *in foglia*. Questa viene lasciata infondere intera nella maggior parte dei casi oppure sminuzzata negli impieghi più commerciali.

utensili

/ il gaiwan

Nato nella dinastia Ming ma diffuso nella dinastia Qing, il gaiwan è un utensile per la consumazione del tè formato da: reggitazza, ciotola, coperchio. Il materiale di cui esso può essere costituito è variabile, e spazia dalle ceramiche al vetro. Nella dinastia Ming, il tè veniva consumato direttamente dal recipiente in cui veniva preparato: la ciotola doveva essere abbastanza grande da permettere comodamente sia la preparazione che la consumazione.



oggi

Oggi il tè è la bevanda più consumata al mondo subito dopo l'acqua. I maggiori consumatori secondo le statistiche sono Cina, Hong Kong, Regno Unito, Turchia, Marocco.

Il maggiore produttore di tè è sicuramente la Cina, con il 43% di produzione mondiale, seguito da India, Kenya, Sri Lanka, Turchia.

In Italia chi si occupa di promuovere e tramandare la cultura del tè è l'Associazione Italiana Tè & Infusi, la prima e più vecchia associazione del tè in Italia e oggi unica Associazione Professionale di Categoria: nazionale, culturale, senza scopo di lucro, indipendente, libera.



Packageis

mercato: gli “impacchettatori”

cosa sono i Packagers?

Il termine packagers si riferisce agli *impacchettatori*, grandi aziende che comprano grandi quantità di tè e lo rivendono con il loro marchio.

Questi si dividono ulteriormente in due grandi categorie: quelli che si specializzano sulla *grande distribuzione organizzata* (supermercati, accoglienza, ...) e quelli che si pongono sul mercato *in modo diverso* (dettaglianti, farmacie, ...). I primi sono solitamente attribuiti ai grandi consumatori, mentre i secondi vengono considerati più di nicchia.

Packagers

grande distribuzione

Twinnings | Lipton | Star Tea | Pompadour |
Whittington | Taylors | ...

Packagers

piccola distribuzione

Kusmi | Dammann | Pukka | Palais Des Thés |
Clipper | Yogi | ...

Twinnings

Nasce nel 1706 e contribuisce a portare la cultura del tè in tutta la Gran Bretagna e poi a farla diffondere nel resto del mondo. Twinings è infatti un asso del mercato del tè: è anche la prima azienda a commercializzare il tè in bustina.

TWININGSTM
OF LONDON

valori che comunica

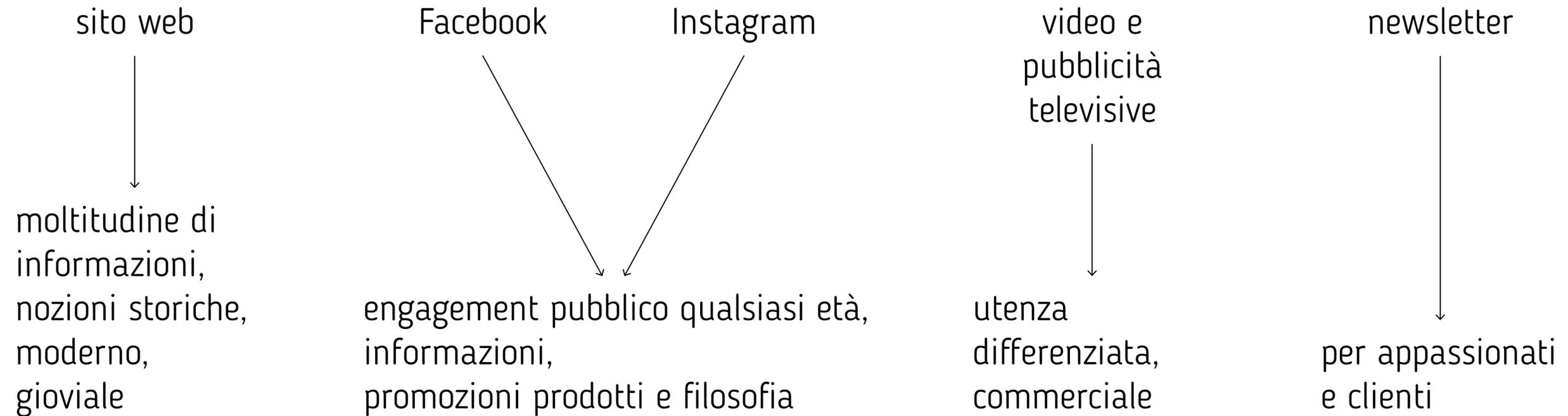
sostenibilità
etica e sociale

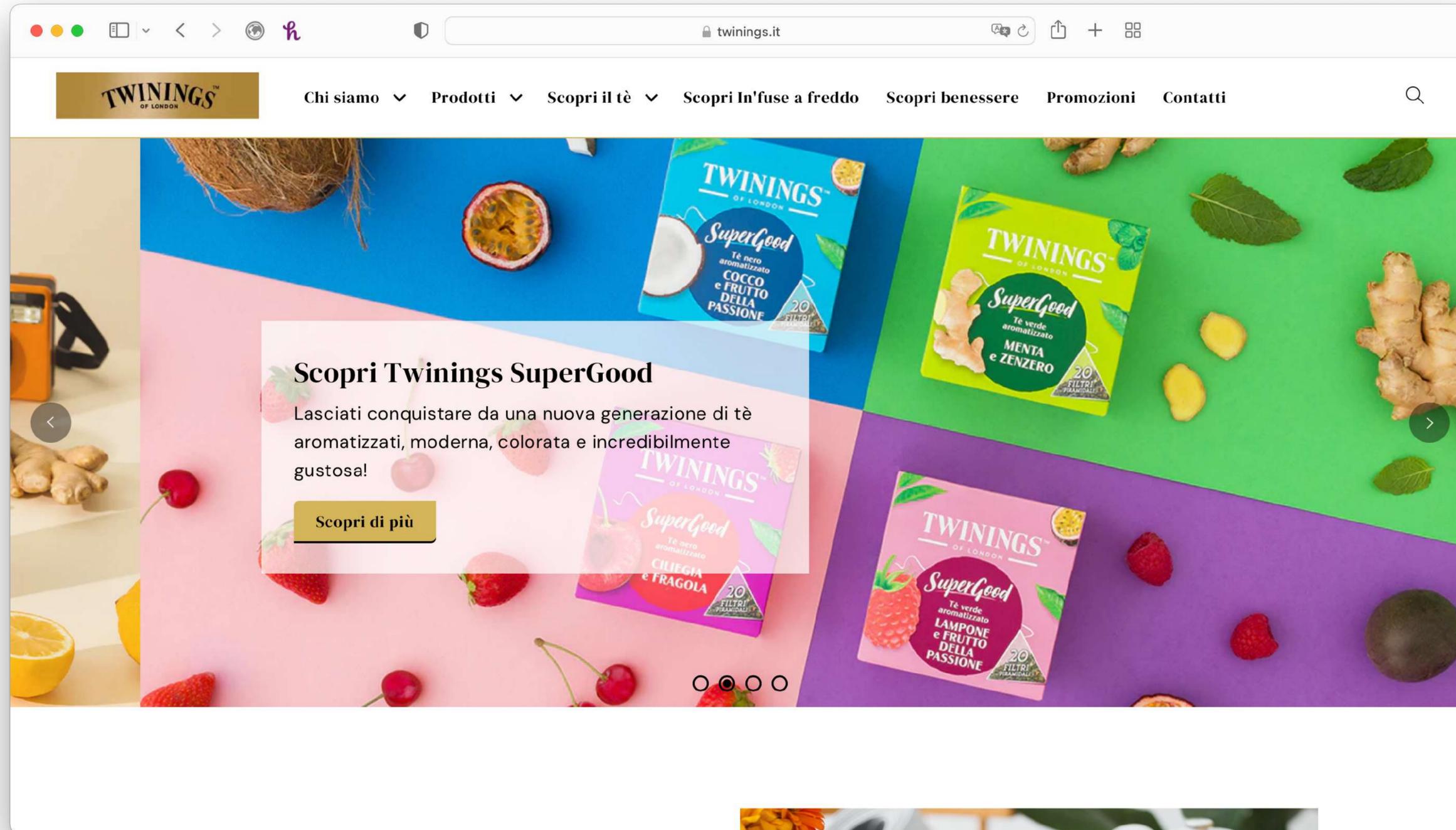
tradizione

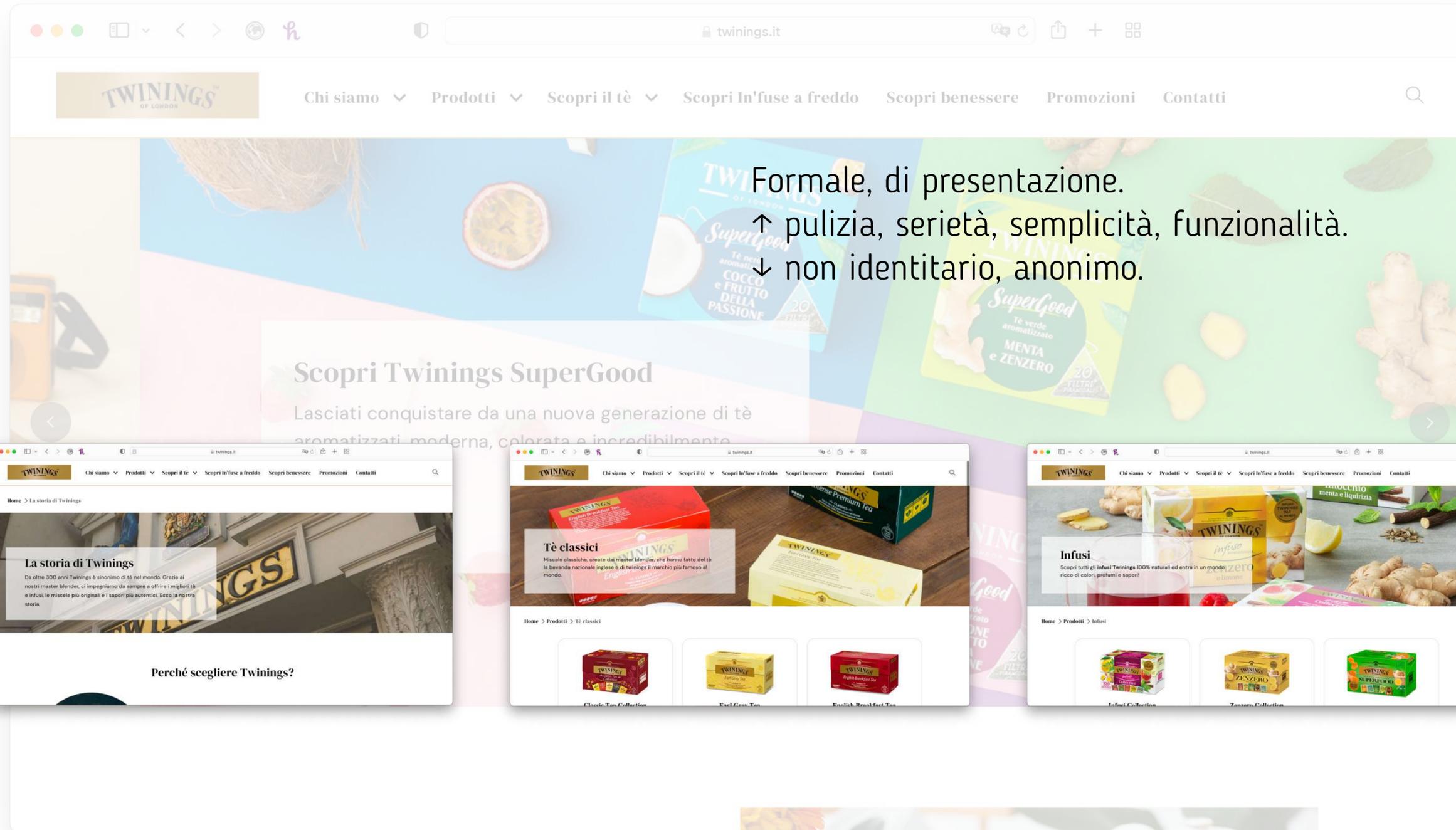
elitarietà

Twinnings

canali di comunicazione







instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'twiningsitalia'. The browser address bar shows 'instagram.com'. The profile name is 'twiningsitalia' with a 'Message' button and a blue 'Follow' button. The profile statistics are: 242 posts, 22.2K followers, and 18 following. The bio reads 'Twining Italia Product/Service Benvenuti nel mondo di Twinings. www.twining.it'. Below the bio, it says 'Followed by _musicaperbambini_ and jude_____'. There are five featured posts: 'In'fuse a freddo', 'SourcedW...', 'Un Tè per te', 'Infuso Mo...', and 'Rhymes'. At the bottom, there are three video thumbnails under the 'POSTS' tab. The first video is titled 'SOURCED WITH CARE' and discusses the TCNA (valutazione delle esigenze della comunità) and its positive impact on health, nutrition, children's rights, and sanitary services. The second video is also titled 'SOURCED WITH CARE' and discusses the company's code of conduct and fundamental principles for the production chain. The third video is titled 'SOURCED WITH CARE' and emphasizes the importance of building solid relationships with suppliers and producers worldwide.

instasgram

The image displays a screenshot of the Instagram profile for 'twiningsitalia'. The profile page shows the brand's logo, 242 posts, 22.2K followers, and a bio that reads 'Twining Italia Product/Service Benvenuti nel mondo di Twinings. www.twinings.it'. A grid of posts is visible, featuring 'SOURCED WITH CARE' content. A detailed view of a post is shown, featuring a woman in a meditative pose with the text 'REGALATI il benessere con TWININGS OF LONDON - BENESSERE -'. The post includes a promotional message about a gift with purchase and has 56 likes.

Colloquiale, gioviale.
↑ coerente, comunica i propri valori efficacemente.
↓ piano editoriale non aggiornato, grafiche e stile datati.

facebook

facebook.com

Cerca su Facebook

TWININGS
OF LONDON

Twinings Italia
@TwiningsItalia · ★ 4,8 68 recensioni · Prodotto/servizio

Scopri di più

twinings.it

Home Recensioni Video Foto Altro

Mi piace Messaggio

Chiedi a Twinings Italia

"Quanto costano i vostri prodotti o servizi?" Chiedi

Twinings Italia
14 luglio alle ore 10:30 ·

Sei più un tipo dall'aroma speziato, dolce o vivace?

facebook

Informativo, commerciale.
↑ coerente, comunica i propri valori efficacemente.
↓ grafiche e stile da aggiornare.

Prodotto/

Chiedi a Twinings Italia

"Quanto costano i vostri prodotti o servizi?" Chiedi

Sei più un tipo dall'aroma speziato, dolce o vivace?

Prossimi video

- Sourced with Care - Twinings Italia - 6 settimane fa - Visualizza: 0:15
- Sourced with Care - Twinings Italia - 7 settimane fa - Visualizza: 0:16
- Sourced with Care - Twinings Italia - 8 settimane fa - Visualizza: 0:18
- Quando si cucina con il fuoco, questo... - Twinings Italia - 12 settimane fa - Visualizza: 0:18

ads

youtube.com

YouTube

Cerca

Twinings New Look - Moment of Change

16.737.035 visualizzazioni 20 mag 2022 STILL YOUR FAVOURITE TASTE, IN A MODERN PREMIUM NEW LOOK! ...altro

25 Non mi piace Condividi Salva

Commenti

Awesome love it... thank you for having these now

ads

Catchy, ritmato, gioviale.
↑ moderno, al passo con i trend, ottimo montaggio.
↓ poco informativo.

Twinings New Look - Moment of Change
16.737.035 visualizzazioni · 20 mag 2022 · STILL YOUR FAVOURITE TASTE, IN A MODERN PREMIUM NEW LOOK! ...altro

25 Non mi piace Condividi Salva

Commenti

Lipton

Nasce nel 1871, oggi proprietà di Unilever, è destinato al mercato di massa. Nonostante le sue origini britanniche, è particolarmente popolare in Europa, Nord America e Medio Oriente.



valori che comunica

sostenibilità
ambientale

natura

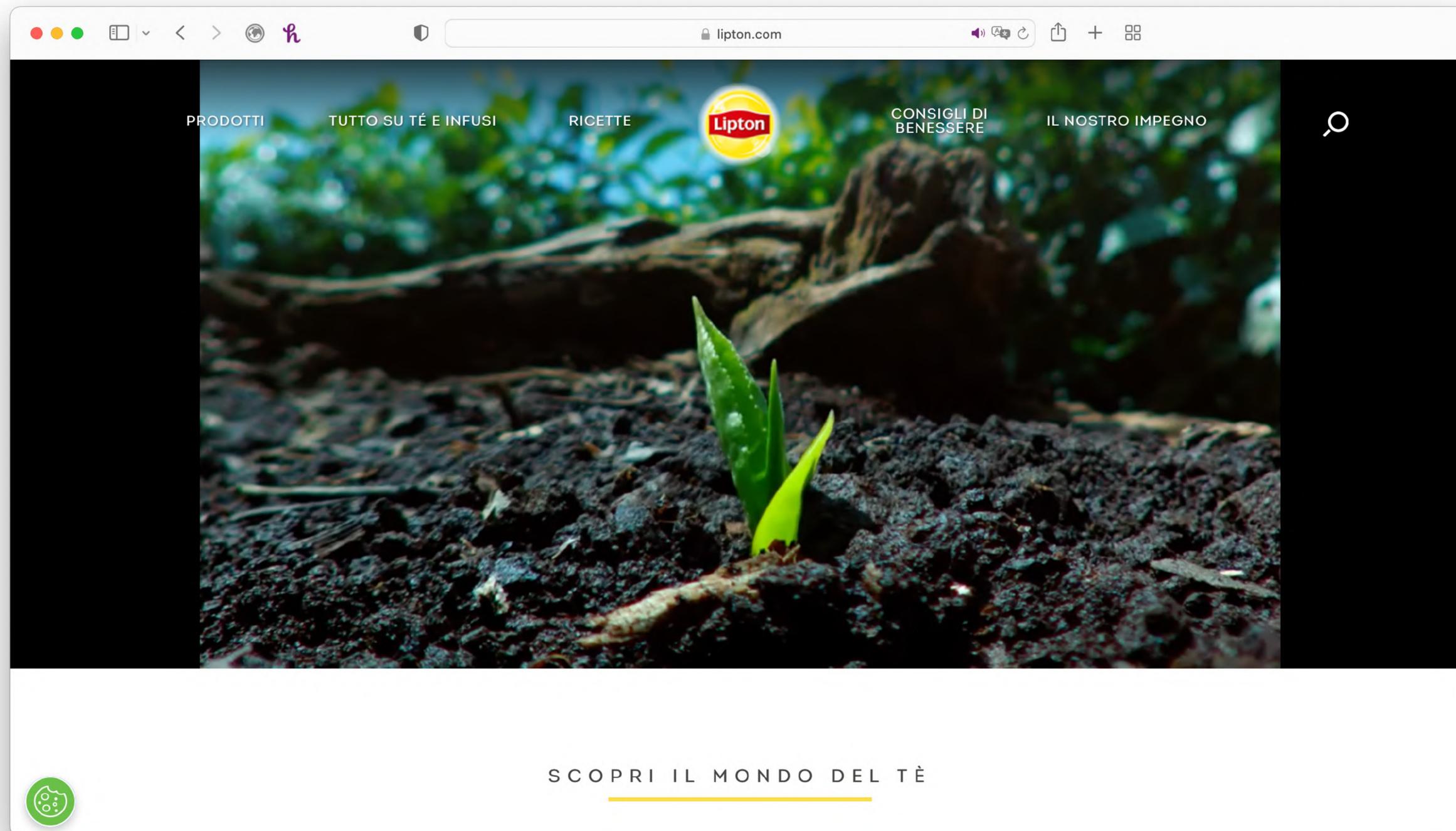
benessere ed
equilibrio

Lipton

canali di comunicazione



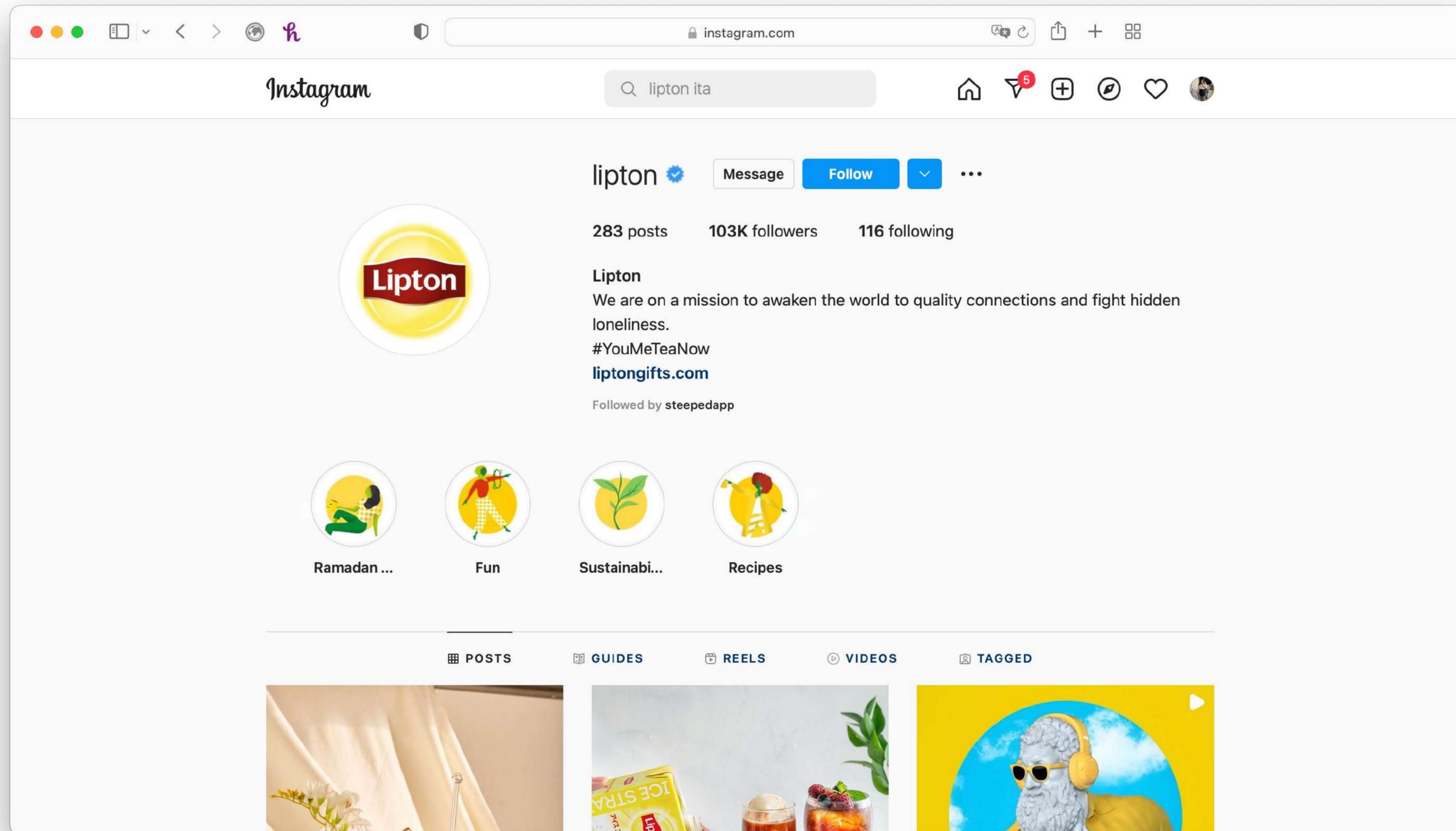
sito web



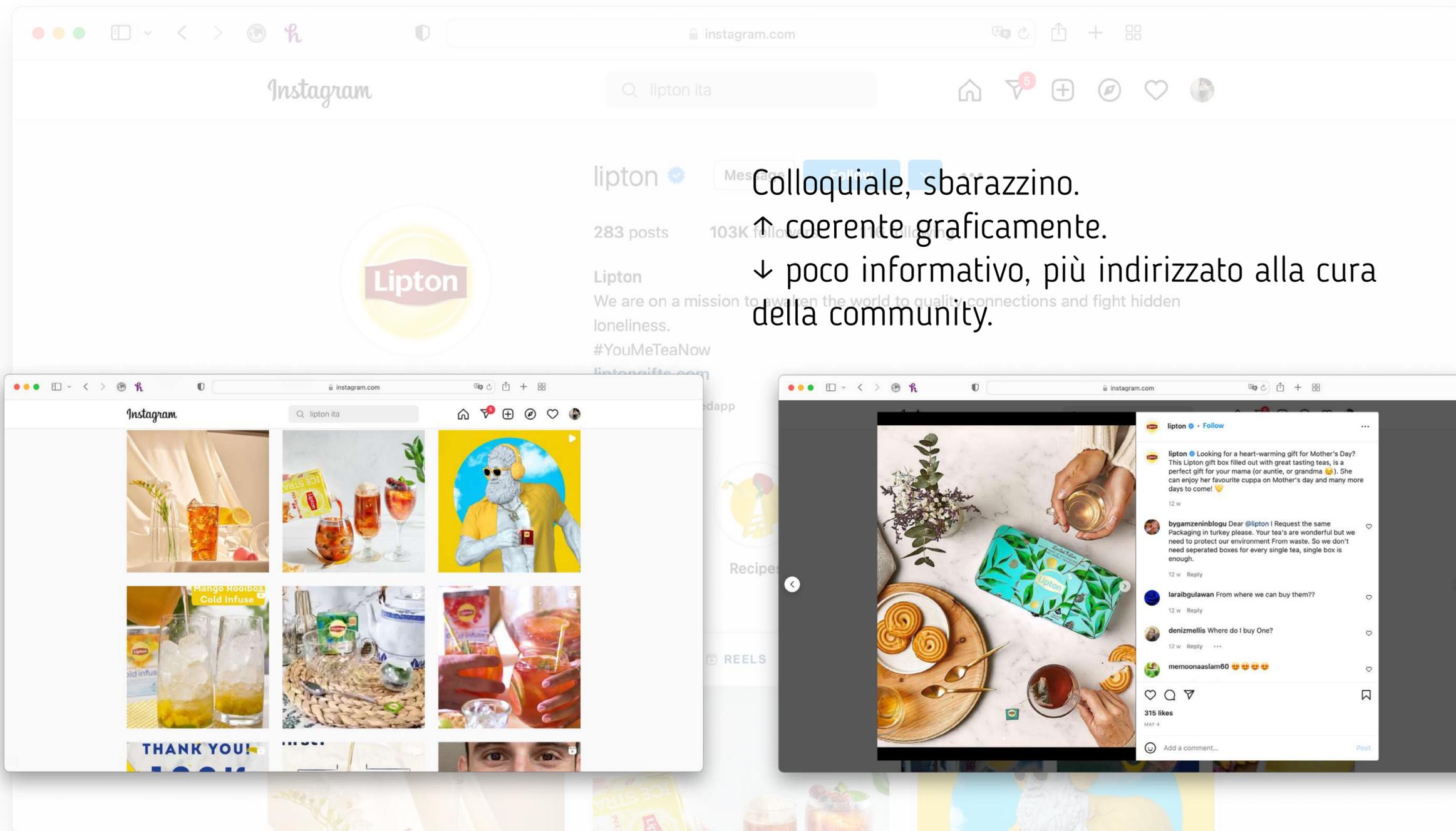
sito web



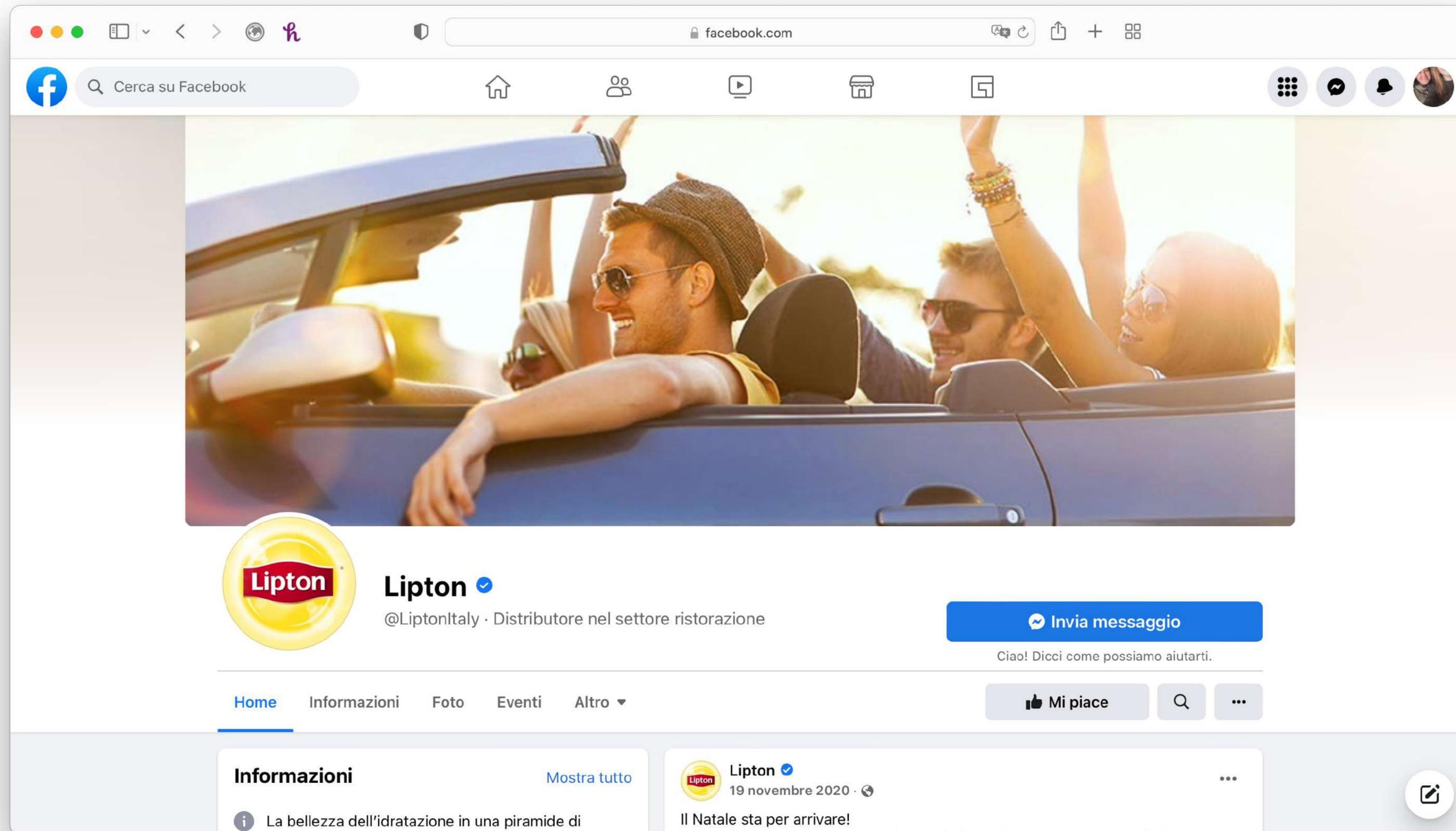
instasgram



instasgram



facebook



The screenshot shows the Facebook interface for the Lipton Italy page. At the top, there's a browser address bar with 'facebook.com' and navigation icons. Below that is the Facebook search bar and navigation menu. The main content area features a large photo of four people in a blue convertible car, smiling and with their arms raised. Below the photo is the Lipton logo and the page name 'Lipton' with a verified badge. The bio reads '@LiptonItaly · Distributore nel settore ristorazione'. To the right, there's a blue 'Invia messaggio' button and a text prompt 'Ciao! Dicci come possiamo aiutarti.'. Below the bio are tabs for 'Home', 'Informazioni', 'Foto', 'Eventi', and 'Altro'. A 'Mi piace' button is also visible. At the bottom, there's an 'Informazioni' section with a 'Mostra tutto' link and a post from Lipton dated 19 novembre 2020 with the text 'Il Natale sta per arrivare!'.

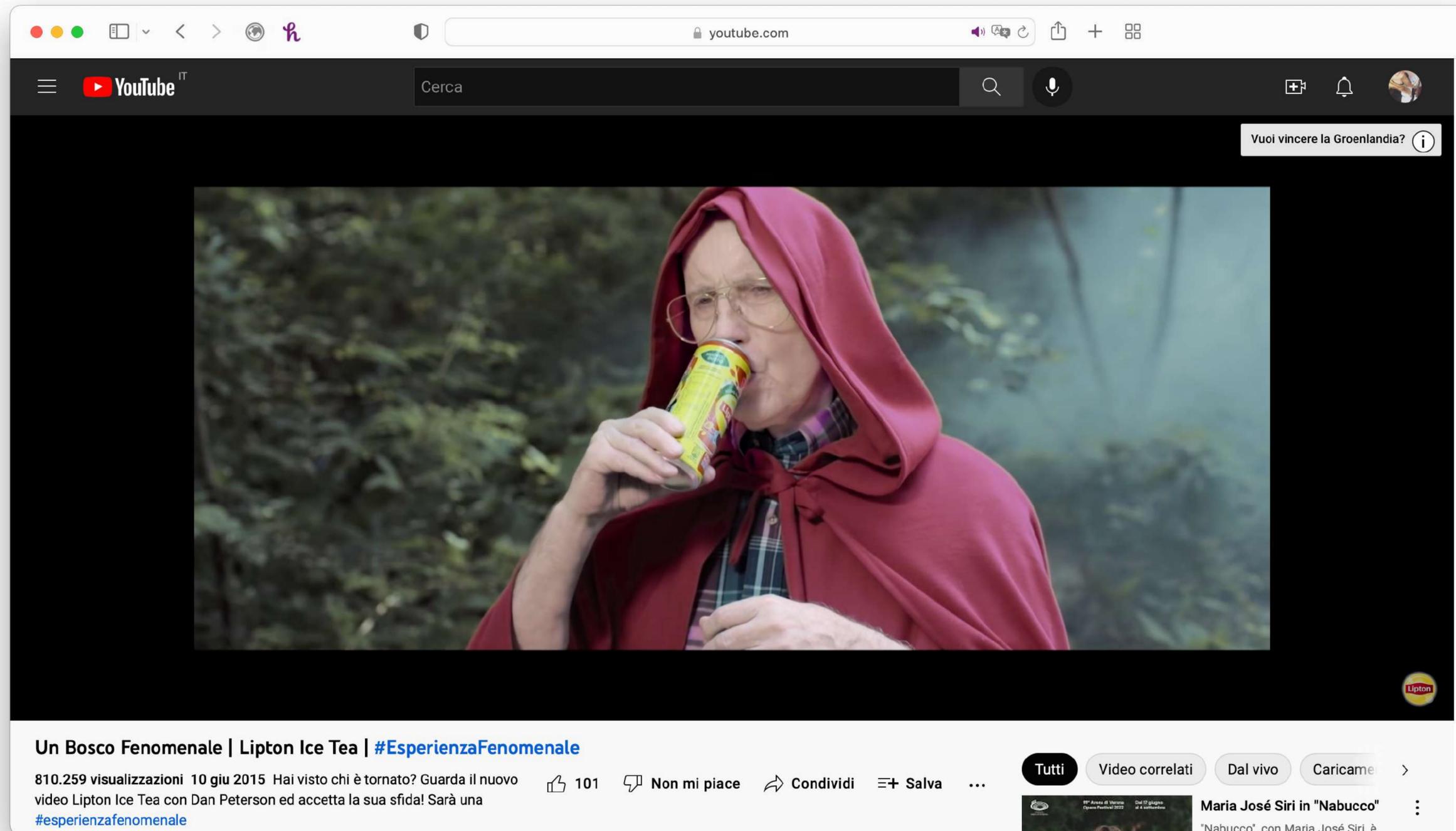
facebook

Informativo, con utenza più adulta.
↑ coerente, comunica i propri valori efficacemente.
↓ meno identitario.

Lipton
8 giugno 2020 ·
La versione analcolica e perfetta per gli amanti del tè di uno dei cocktail più amati, lo Spritz!
Gusta il tuo tè nero Lipton Yellow Label in modo originale e rinfrescante, in questo video Lello di **Chef in Camicia** ci mostra come prepararlo in pochi e semplici passi:
Ingredienti per 2 cocktail... Altro...

Lipton
8 aprile 2020 ·
In smart working o passando il tempo a casa in altri modi, è difficile stare lontano dal frigo! Perché invece non godersi una deliziosa tazza di tè verde Lipton?

ads



The screenshot shows a YouTube video player interface. The browser address bar at the top displays "youtube.com". The YouTube logo and search bar are visible in the header. The video content shows a man wearing a red hood and glasses, drinking from a yellow Lipton can. Below the video, the title "Un Bosco Fenomenale | Lipton Ice Tea | #EsperienzaFenomenale" is displayed. The video has 810,259 views and was uploaded on June 10, 2015. The description reads: "Hai visto chi è tornato? Guarda il nuovo video Lipton Ice Tea con Dan Peterson ed accetta la sua sfida! Sarà una #esperienzafenomenale". Interaction buttons for likes (101), dislikes, share, and save are present. A notification banner at the top right asks "Vuoi vincere la Groenlandia?". A Lipton logo is in the bottom right corner of the video frame. Below the video, there are filter buttons for "Tutti", "Video correlati", "Dal vivo", and "Caricame...". A video recommendation for "Maria José Siri in 'Nabucco'" is visible at the bottom right.

ads

Catchy, ritmato, gioviale.
↑ alto valore promozionale, presenza di testimoni storici (es. Dan Peterson testimonial degli anni 80).
↓ poco catchy.

Un Bosco Fenomenale | Lipton Ice Tea | #EsperienzaFenomenale

810.259 visualizzazioni 10 giu 2015 Hai visto chi è tornato? Guarda il nuovo video Lipton Ice Tea con Dan Peterson ed accetta la sua sfida! Sarà una #esperienzafenomenale

Tutti Video correlati Dal vivo Caricame

Maria José Siri in "Nabucco"

Star Tea

Primo tè in filtri lanciato in Italia, che a partire dagli anni '60 ha contribuito alla diffusione del tè nel territorio italiano, permettendo la sua distribuzione a un pubblico più vasto.



valori che comunica

fiducia e
qualità

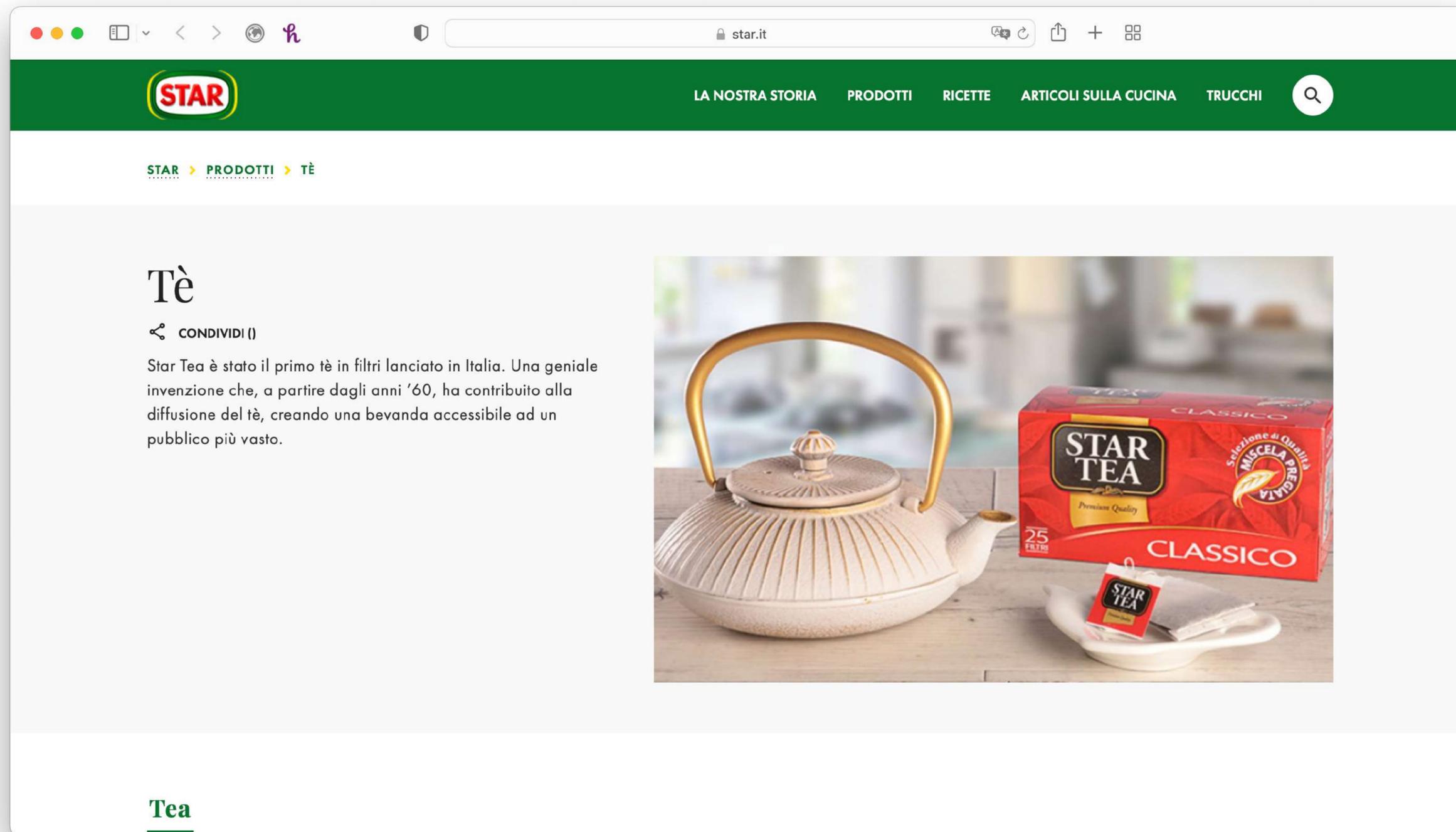
tradizione e
semplicità

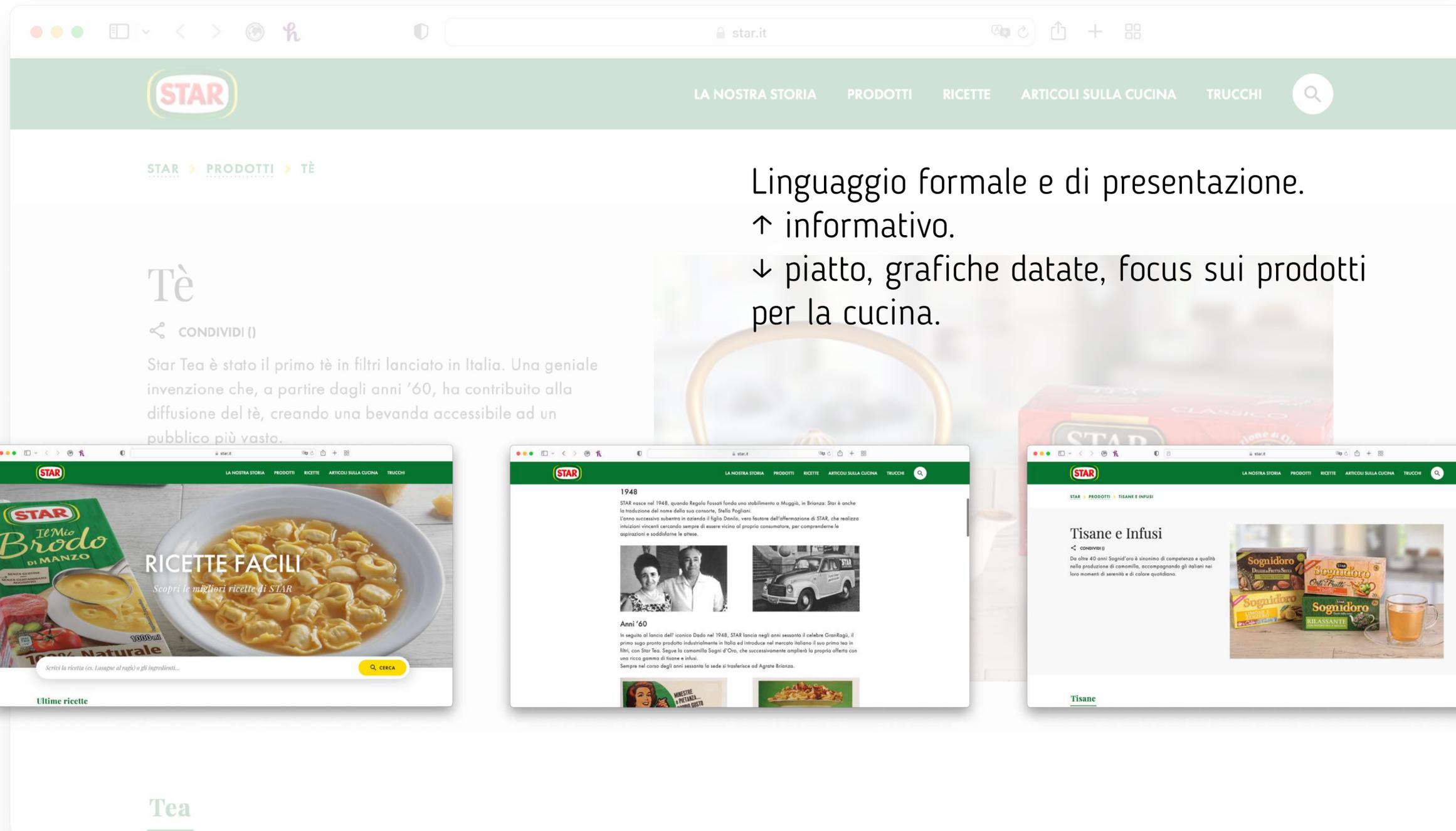
benessere ed
equilibrio

Star Tea

canali di comunicazione





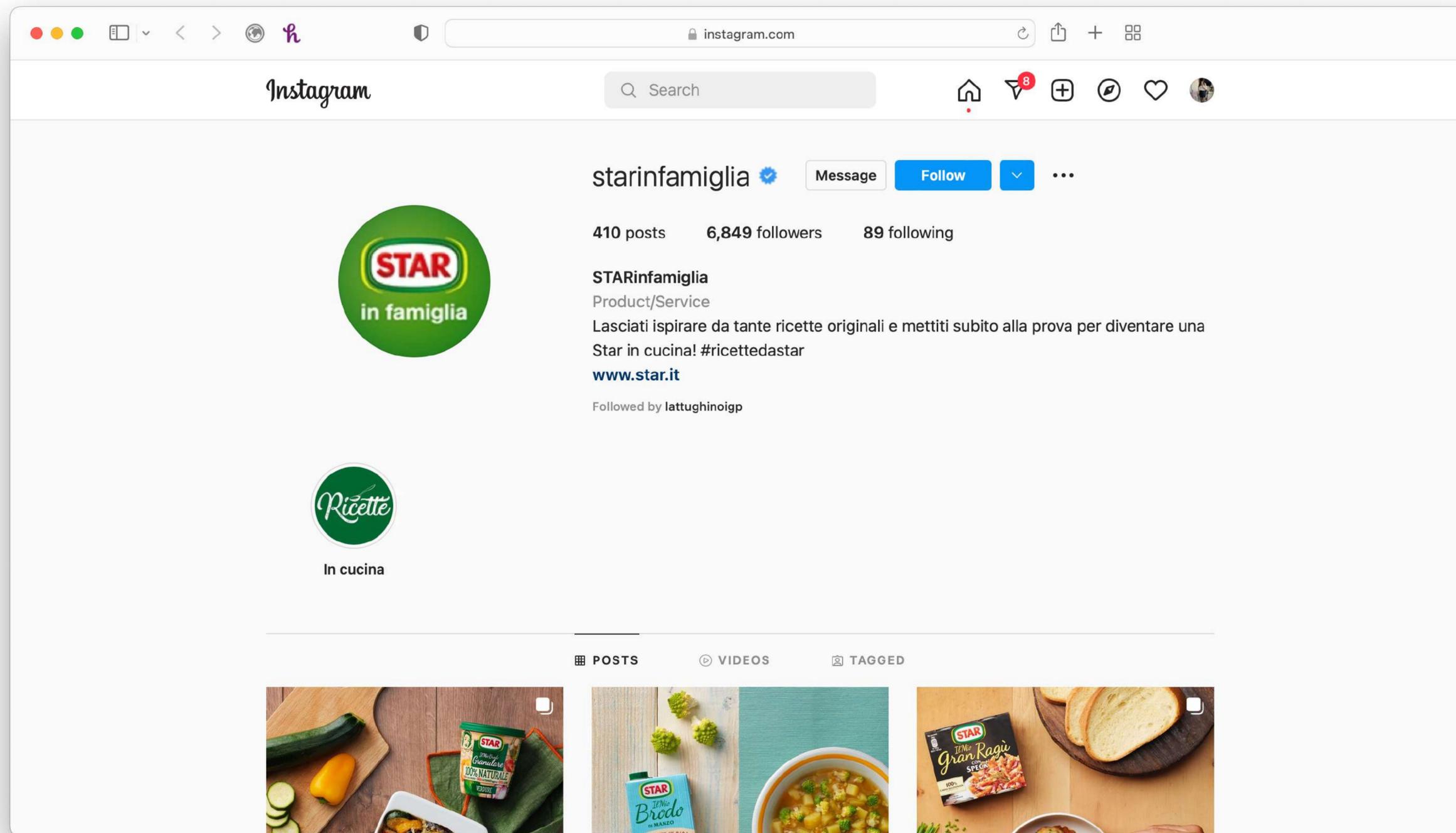


Linguaggio formale e di presentazione.

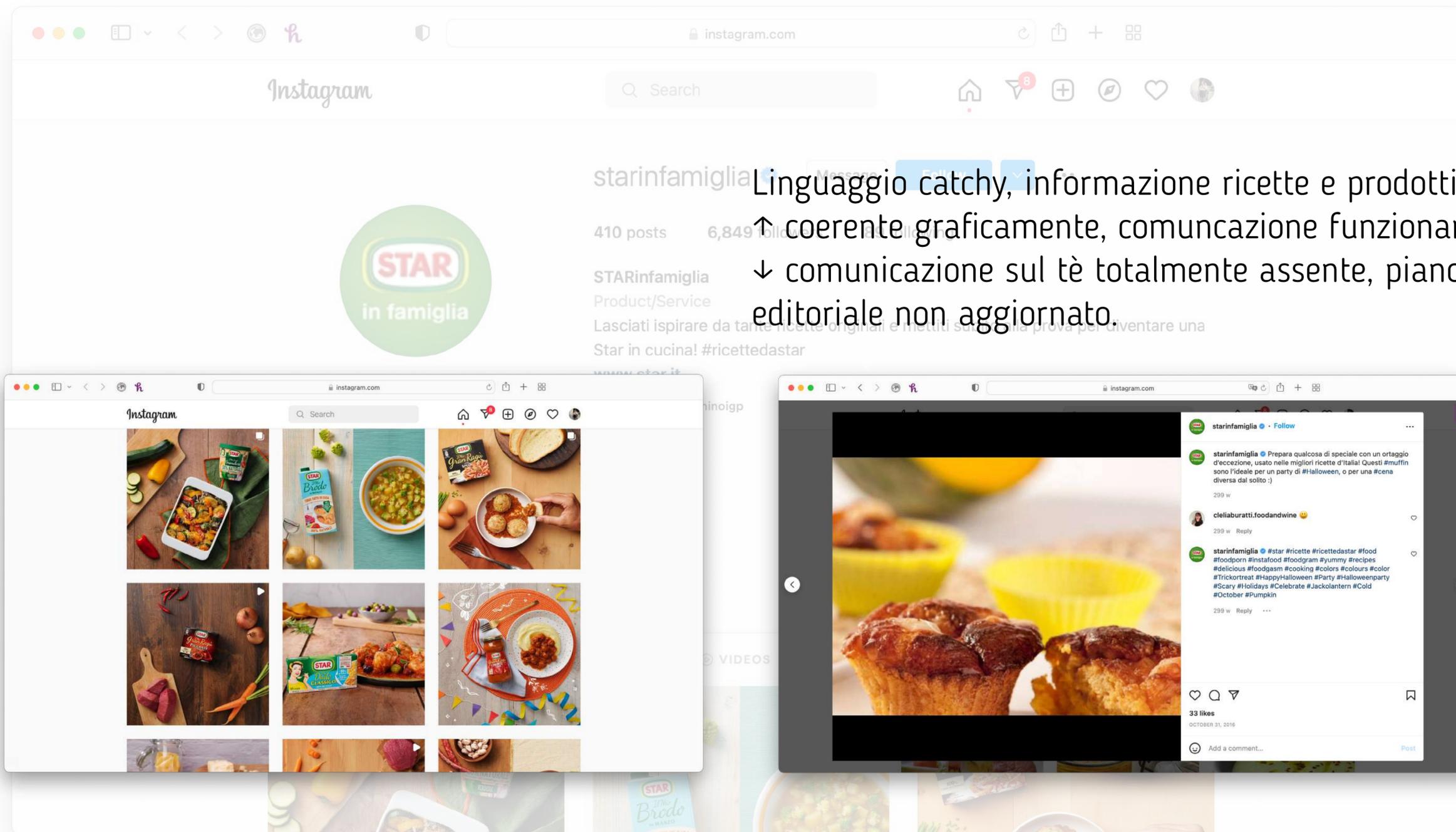
↑ informativo.

↓ piatto, grafiche datate, focus sui prodotti per la cucina.

instasgram



instasgram



facebook

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for 'Star in famiglia'. The browser address bar shows 'facebook.com'. The profile picture is a green circle with the 'STAR in famiglia' logo. The cover photo features a bowl of pasta, a carton of 'STAR Il Mio Brodo DI MANZO' (100% NATURALE), and a plate of soup. The profile name is 'Star' with a verified badge, and the bio reads '@StarInCucina · Azienda di cibo e bevande'. A blue button says 'Scopri di più' with the website 'star.it'. Navigation tabs include Home, Video, Foto, Informazioni, and Altro. Interaction buttons for 'Mi piace', 'Messaggio', and a search icon are visible. The 'Informazioni' section is partially visible, showing 'STAR in famiglia.' and a description starting with 'Star è da sempre sinonimo di aiuto in cucina...'. A 'Crea un post' button is at the bottom, with options for 'Foto/video', 'Registrati', and 'Tagga i tuoi amici'.

facebook

Promozionale, utenza affezionata.
↑ coerente, comunica i propri valori efficacemente.
↓ scarsissima comunicazione sul tè.

STAR
20 aprile 2020
In cucina, nelle vostre ricette e nei momenti di condivisione ci siamo sempre stati. Ci saremo anche questa volta per ripartire insieme!
#StarInFamiglia #StarAiTuoFianco

319 Mi piace 107 Commenti 29 Condivisioni

STAR TEA
Benessere con gusto
TÈ VERDE
CLASSICO

27 Commenti: 4 Condivisioni: 2

Antonio Aiello
tè verde
Mi piace Visualizza traduzione 9 a

Marco Sillani
the verde forever!
Mi piace 9 a

Nicola Guarino
preferisco il classico!
Mi piace 9 a

Eusebio Golub
A chi ama il tè, questo è da sconsigliare. Ho comprato una scatola di Classico: all'apertura nessun aroma, pessimo segno! La prima bustina dopo un soggiorno di più di dieci minuti nell'acqua bollente, da un liquido inodore colore "pipi de chat" (pipi... Altro...
Mi piace 9 a

ads

youtube.com

Cerca

Sognid'oro Senna

Sognid'oro Tarassaco

Sognid'oro Regolarità

669 visualizzazioni 15 mar 2022 Dalle proprietà di Senna e Tarassaco nasce la tisana Sognid'oro Regolarità per una efficace regolarità del ...altro

StellaCucina

2 Non mi piace Condividi Salva

ads

Utenza storica e affezionata, promozionale.
↑ aggiornato rispetto agli altri canali, attuale con comunicazione efficiente.
↓ //

Sognid'oro Regolarità
669 visualizzazioni 15 mar 2022 Dalle proprietà di Senna e Tarassaco nasce la tisana Sognid'oro Regolarità per una efficace regolarità del ...altro

Pompadour

Nasce a Bolzano nel 1964 sotto il nome di Teekanne, dal tedesco “teiera”. Adotta il nome di Pompadour per una maggiore idoneità al mercato italiano, ispirato alle borsette rococò che somigliavano alle bustine di tè da loro create.



valori che comunica

innovazione
e scelta

responsabilità
individuale e
sociale

ricerca

Pompadour

canali di comunicazione



[AZIENDA](#) [L'ARTE DELL'INFUSIONE](#) [CLUB](#) [FOODSERVICE](#) [SHOP](#) [SOSTENIBILITÀ](#)

[NamasTe®](#) [Infusi Frutta](#) [Infusi Erbe](#) [Tisane](#) [Infusione a Freddo](#) [Camomilla](#) [Organics](#) [Sir Winston Tea](#)

Fai il pieno di freschezza

Con la nuova scorta estate che contiene 6 Freddi Infusioni e 3 Tè Freddi per dissetarti sempre con naturalezza e senza zuccheri

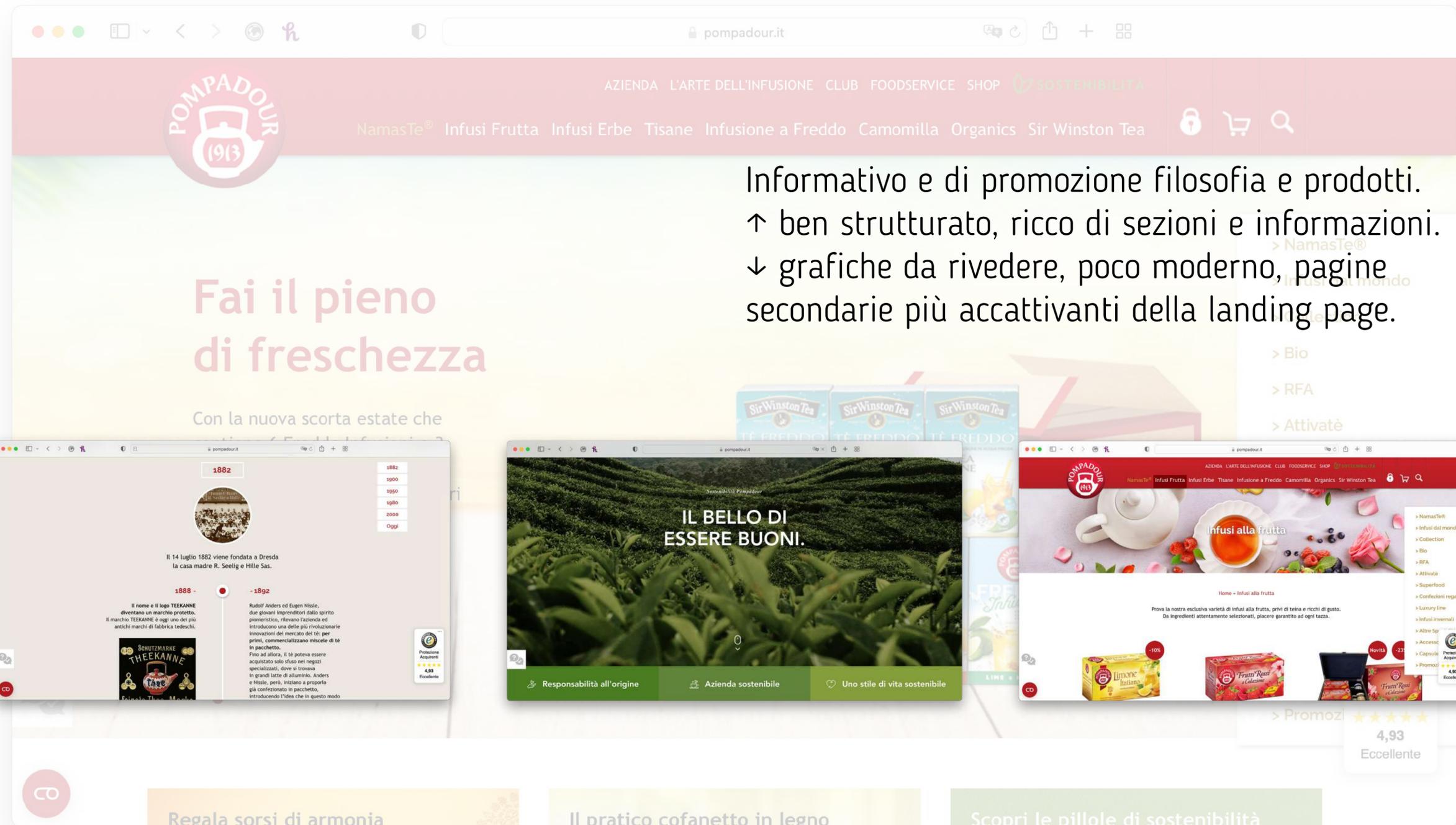
[Scopri](#)

- > NamasTe®
- > Infusi dal mondo
- > Collection
- > Bio
- > RFA
- > Attivatè
- > Superfood
- > Confezioni regalo
- > Luxury line
- > Infusi invernali
- > Altre Sp...
- > Access...
- > Capsule
- > Promozi...

TRUSTED SHOPS
 e
 GARANTEE
 Protezione Acquirenti
 ★★★★★
4,93
 Eccellente

[Regala sorsi di armonia](#) [Il pratico cofanetto in legno](#) [Scopri le pillole di sostenibilità](#)

sito web



Informativo e di promozione filosofia e prodotti.
↑ ben strutturato, ricco di sezioni e informazioni.
↓ grafiche da rivedere, poco moderno, pagine secondarie più accattivanti della landing page.

instagram

The screenshot shows the Instagram profile page for 'pompadour_official'. At the top, the browser address bar shows 'instagram.com'. The Instagram logo is on the left, and a search bar is in the center. On the right, there are navigation icons for home, activity (with a red notification badge '7'), add, explore, heart, and profile. The profile header includes the name 'pompadour_official', a 'Message' button, a blue 'Follow' button, and a dropdown menu. Below the name, it shows '667 posts', '30.1K followers', and '56 following'. The bio reads: 'Tisane, infusi e tè 🍵', 'Shopping & retail', 'Pompadour e Sir Winston Tea 🍵', 'Per i tuoi momenti di benessere 😊', and includes hashtags '#unsorsomigliore #perituoimomentidipausa #unmomentotuttopena' and a link 'www.pompadour.it/it/seonewslabel/shopping-sostenibile-e-second-hand-con...'. A grid of seven category icons is shown: 'NamasTe' (hands in prayer), 'Sir Winsto...' (teacup), 'Infusi' (teacup), 'Tisane' (teacup), 'FreddeInf...' (iced drink), 'unsorsomi...' (tea leaf), and 'CARE's' (tea bag). Below the categories are tabs for 'POSTS', 'REELS', 'VIDEOS', and 'TAGGED'. The 'POSTS' tab is active, showing three images: a couple with drinks, a woman with pink hair and watermelon, and a box of 'FREDE infusioni'.

instasgram

The image displays the Instagram profile of 'pompadour_official'. The profile header includes the brand's logo, a circular emblem with a teapot and the year '1913', and statistics: 667 posts, 30.1K followers, and 56 accounts followed. The bio describes the brand as 'Tisane, infusi e tè' (Herbs, infusions, and tea) in the 'Shopping & retail' category, mentioning 'Pompadour e Sir Winston Tea' and 'Per i tuoi momenti di benessere' (For your moments of well-being). The main post shown is a vibrant image of a glass of green mint lemonade with a cinnamon stick and fresh lemons, set against a beach background. The caption for this post reads: 'pompadour_official Sabbia fine, acqua cristallina 🌊 e un bicchiere del nostro infuso Menta Piperita, lasciato raffreddare e arricchito con ghiaccio e succo di limone 🍋 E la vostra? La nostra idea di fresco relax è racchiusa qui 📄 E la vostra? #pompadour_official #perituoimomentidipausa'. The post has 466 likes and was posted on July 8. A grid of other posts is visible in the background, featuring various lifestyle and product images.

Render e fotografie, promozione lifestyle salutare e detox.
↑ grafiche moderne, palette colori coerente.
↓ //

facebook.com

Cerca su Facebook

Tu che gusto sei?

Pompadour
@pompadouofficialIT · ★ 4,8 50 recensioni · Impresa locale

Visualizza shop

Home Recensioni Foto Shop Altro

Mi piace Messaggio

Informazioni [Mostra tutto](#)

Dal 1913 POMPADOUR è sinonimo di tisane e

Crea un post

Foto/video Registrati Tagga i tuoi amici

facebook

The image displays a Facebook interface with two main components. The top component is a large banner for Pompadour featuring a vibrant illustration of citrus slices, raspberries, and a butterfly. The text on the banner reads "Tu chi gusto sei?" in a stylized font. Below the banner, there are three smaller screenshots of the Pompadour Facebook page. The leftmost screenshot shows the profile header with navigation options like "Visualizza shop", "Mi piace", and "Messaggio". The middle screenshot shows a product image of Pompadour "FREDE Infusioni" (Cold Infusions) in a box, with a man and a woman sitting on a bench in a park-like setting. The rightmost screenshot shows a post for Pompadour "Karkadé" (Raspberry Hibiscus Tea) featuring a glass of the drink with a lemon slice and a hibiscus flower, set against a beach background. The post includes a description in Italian, hashtags like #pompadour_official and #periuoimomentidipausa, and a list of comments from users like Fernanda Garletti and Eugenia Corvaglia.

Comunicazione efficace per il target.
↑ grafiche e render moderni, tone of voice catchy,
target variabile.
↓ //

ads

The screenshot shows a YouTube video player interface. The browser address bar displays 'youtube.com'. The YouTube header includes the logo, a search bar with the text 'Cerca', and navigation icons. The video content features four Pompadour tea boxes on a wooden surface. The boxes are labeled: 'POMPADOUR INFUSO Canapa Cacao con Arancia', 'POMPADOUR INFUSO Frutti di Bosco e VITAMINE', 'POMPADOUR INFUSO Zenzero Limone AROMATICO e SPEZIATO', and 'POMPADOUR INFUSO Finocchio AROMATICO e DIGESTIVO'. A glass of red tea is positioned to the right. A green leaf graphic at the bottom left contains the text '#unsorsomigliore confezioni 100% riciclabili'. Below the video, the title 'Infusi POMPADOUR - Spot TV 2021' is shown, along with view statistics '54.539 visualizzazioni' and upload information 'Trasmesso in anteprima il giorno 3 nov 2021'. Interaction buttons for likes (4), dislikes, shares, and saves are visible. A chat box on the right contains the message 'La riproduzione chat è disattivata per questa premiere.'.

ads

Promozionale e moderno.
↑ catchy e ben ritmato, ottimo montaggio.
↓ poco informativo, troppo visivo.

Infusi POMPADOUR - Spot TV 2021

54.539 visualizzazioni Trasmesso in anteprima il giorno 3 nov 2021
Fruttati, golosi e speziati. I tuoi momenti di pausa sono racchiusi ne ...altro

4 Non mi piace Condividi Salva ...

La riproduzione chat è disattivata per questa premiere.

Impoκτεηs

mercato: γλι “ιμποκτατοκι”

cosa sono gli **Importers?**

Il termine importers si riferisce agli *importatori*, ovvero società (di brokeraggio o non) che si occupano di comprare direttamente dal produttore.

Vengono quindi acquistate quantità di tè sfuso senza marchio e rivendute allo stesso modo. La vendita del prodotto avviene dunque senza un processo di branding e unicamente per le qualità di questo. Gli acquirenti sono rivenditori, e si dividono in comuni e di nicchia.

Importers

rivenditori comuni

erboristerie | ...

Importers

rivenditori di nicchia

negozi specializzati | ...

ερborιστεριε

Le erboristerie in generale si occupano di piante da infusione e di tè, concentrandosi più sull'aspetto benefico che questi hanno e riuscendo a vendere proprio grazie al valore salutista che attribuiscono ai propri prodotti. Oltre che a concentrarsi sul tè in sé vendono soprattutto molte erbe da infusione o benefiche.

Non si può attribuire un brand specifico a questa categoria di negozi.



valori che comunica

biologicità
e natura

benessere e
medicina naturale

κίεηα

negozi specializzati

I negozi specializzati, come i dettaglianti, si occupano di rivendere i propri prodotti senza marchio. Acquistano le merci per le loro caratteristiche e le loro qualità, rivendendoli per tipologia e andando a valorizzarne le caratteristiche: processi di produzione, tipologia di materia prima, eccetera.

Anche in questo caso non si può attribuire un brand specifico a questa categoria di negozi.



valori che comunica

originalità

qualità

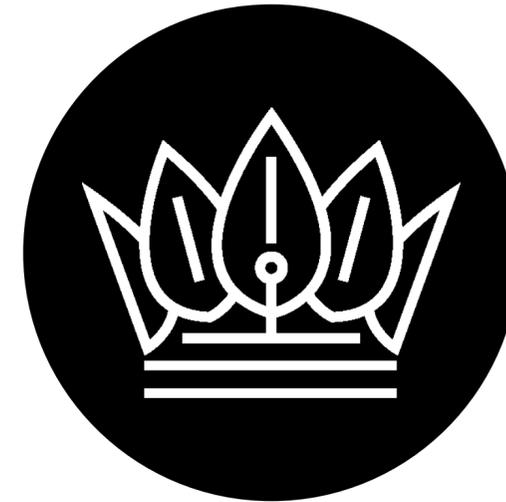
ricerca del
prodotto

associazioni equivalenti

analisi casi studio associazioni internazionali del tè

European Speciality Tea Association

È un'associazione no-profit con sede a Londra che vuole promuovere la cultura del tè tramite l'apprendimento, i contatti sociali e l'innovazione. Facilita le connessioni tra professionisti artigiani e specialisti nella distribuzione, organizza eventi, webinar e corsi con rilascio di certificazioni.



valori che comunica

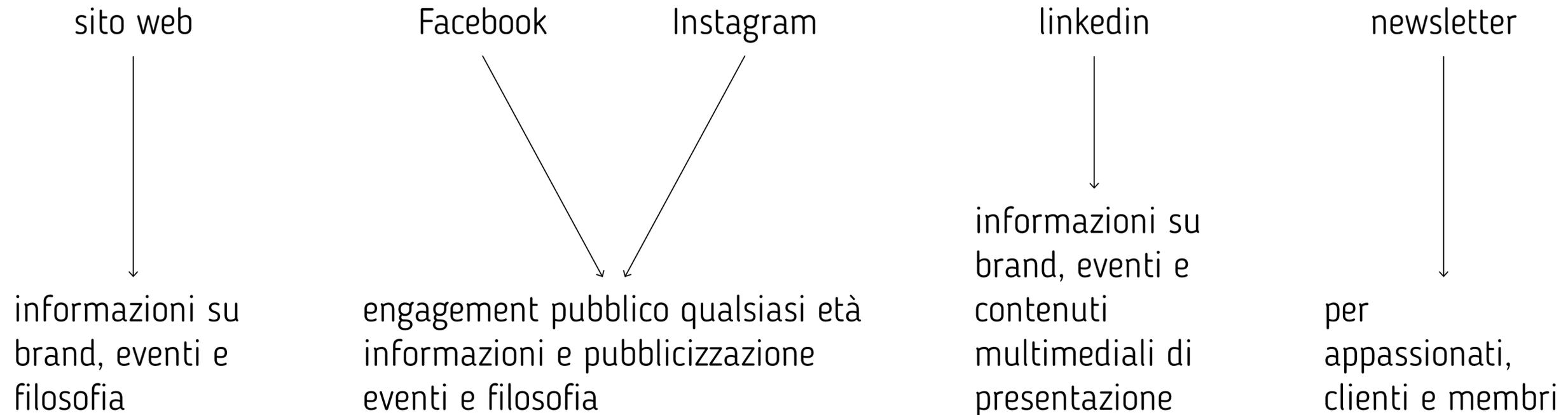
inclusività e
networking

modernità e
tradizione

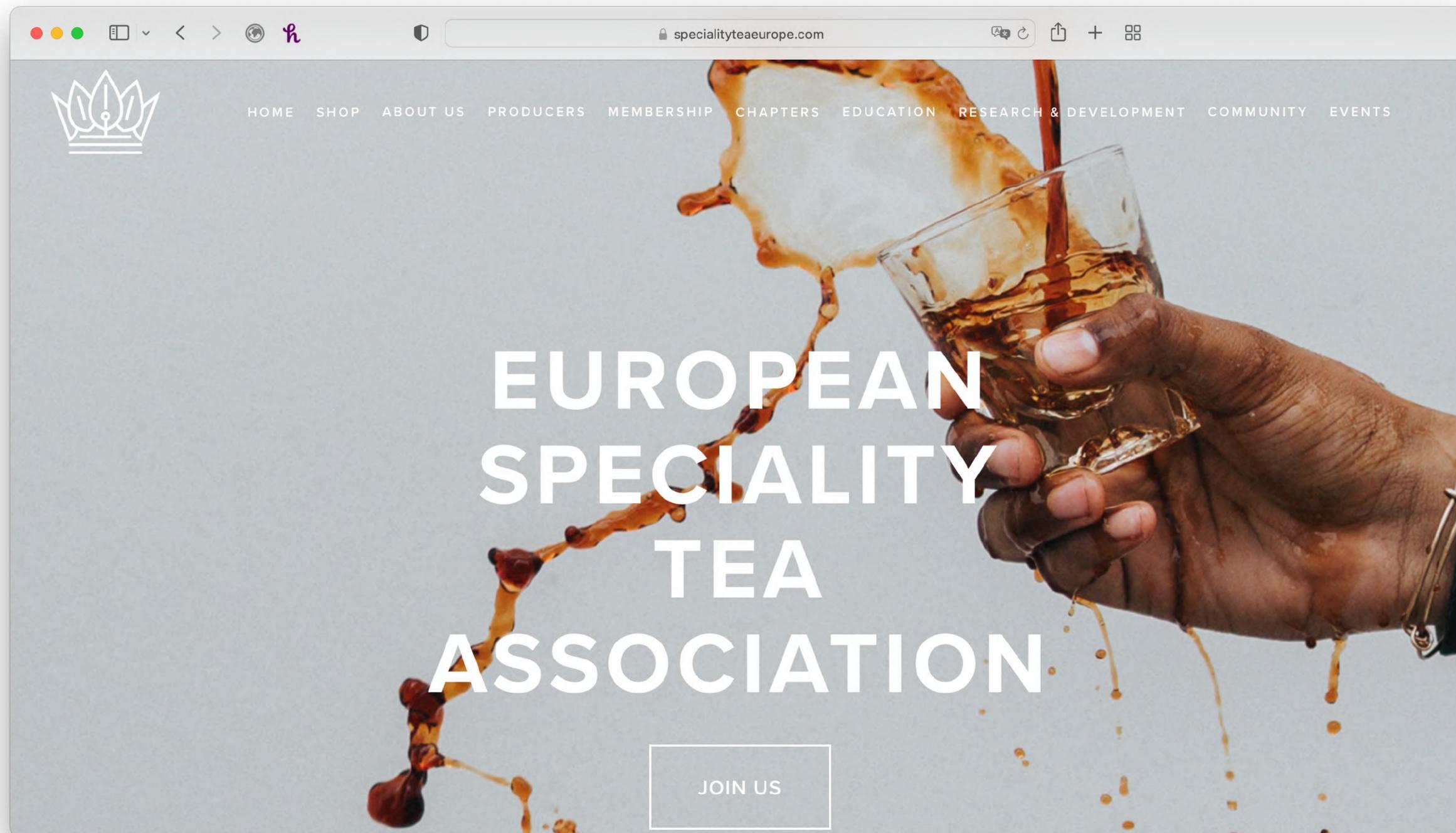
innovazione e
ricerca

European Speciality Tea Association

canali di comunicazione



sito web



sito web

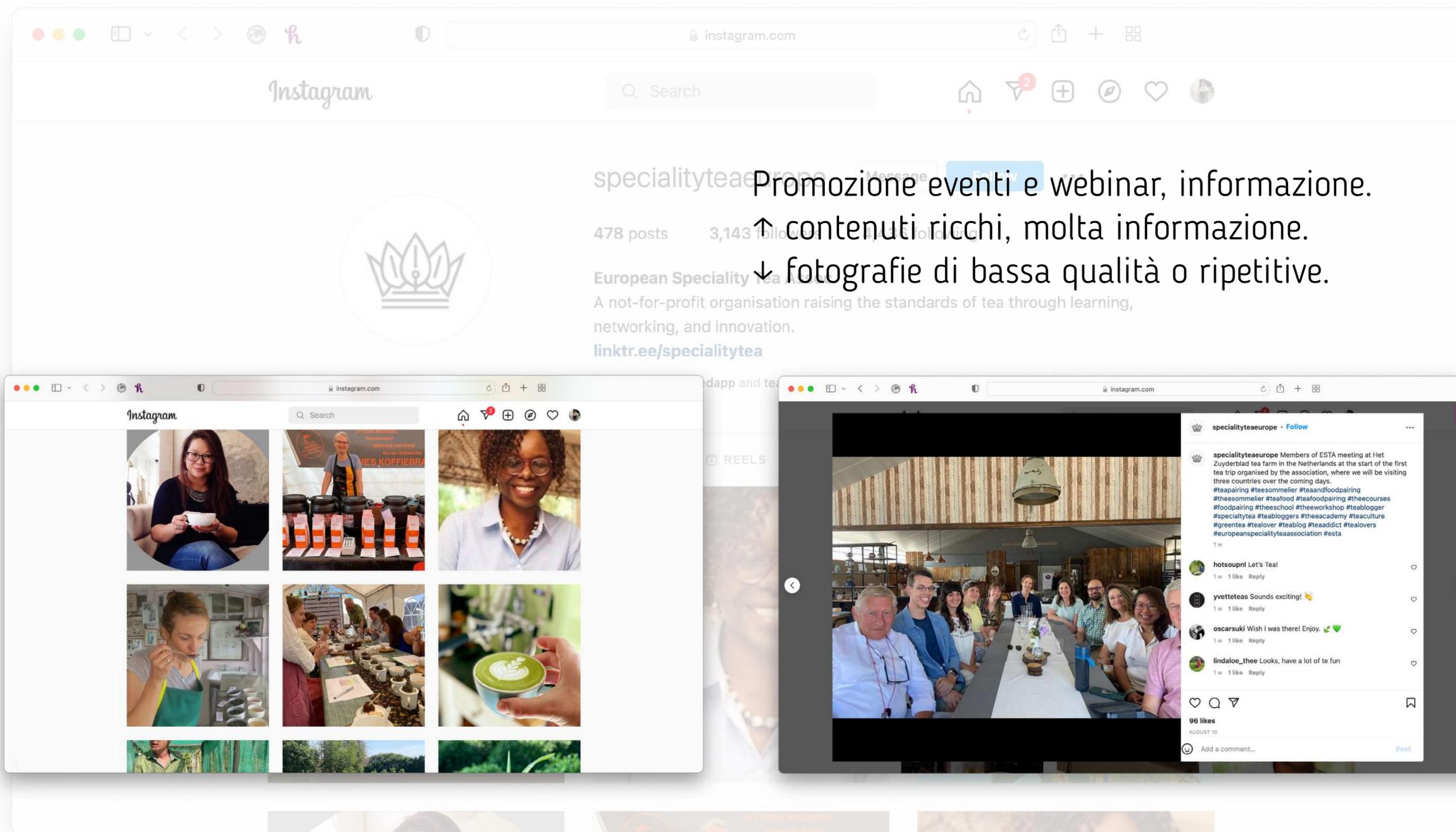


Informativo e di promozione filosofia e prodotti.
↑ ben strutturato, ricco di sezioni e informazioni;
chiaro negli intenti, ricco di eventi.
↓ //

Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'specialityteaurope'. The browser address bar displays 'instagram.com'. The profile header includes the Instagram logo, a search bar, and navigation icons for home, activity (with a red notification badge), post, explore, heart, and profile. The profile name is 'specialityteaurope', with 'Message' and 'Follow' buttons. Statistics show 478 posts, 3,143 followers, and 4,436 following. The bio identifies the account as the 'European Speciality Tea Assoc.', a not-for-profit organization, and includes the website 'linktr.ee/specialitytea'. Below the bio, it notes that the account is followed by 'steepedapp' and 'teasting_hi'. The main content area is set to 'POSTS' and features three visible posts: an aerial view of a city with a large white building, a portrait of a smiling woman with glasses, and a map of tea-producing regions in Asia.

instasgram



facebook

facebook.com

Cerca su Facebook

Home

European Speciality Tea Association

@specialityteaeurope · ★ 53 recensioni · Organizzazione no-profit

Scopri di più

europeanteasociety.org

Home Informazioni Eventi Foto Altro

Mi piace Invia messaggio

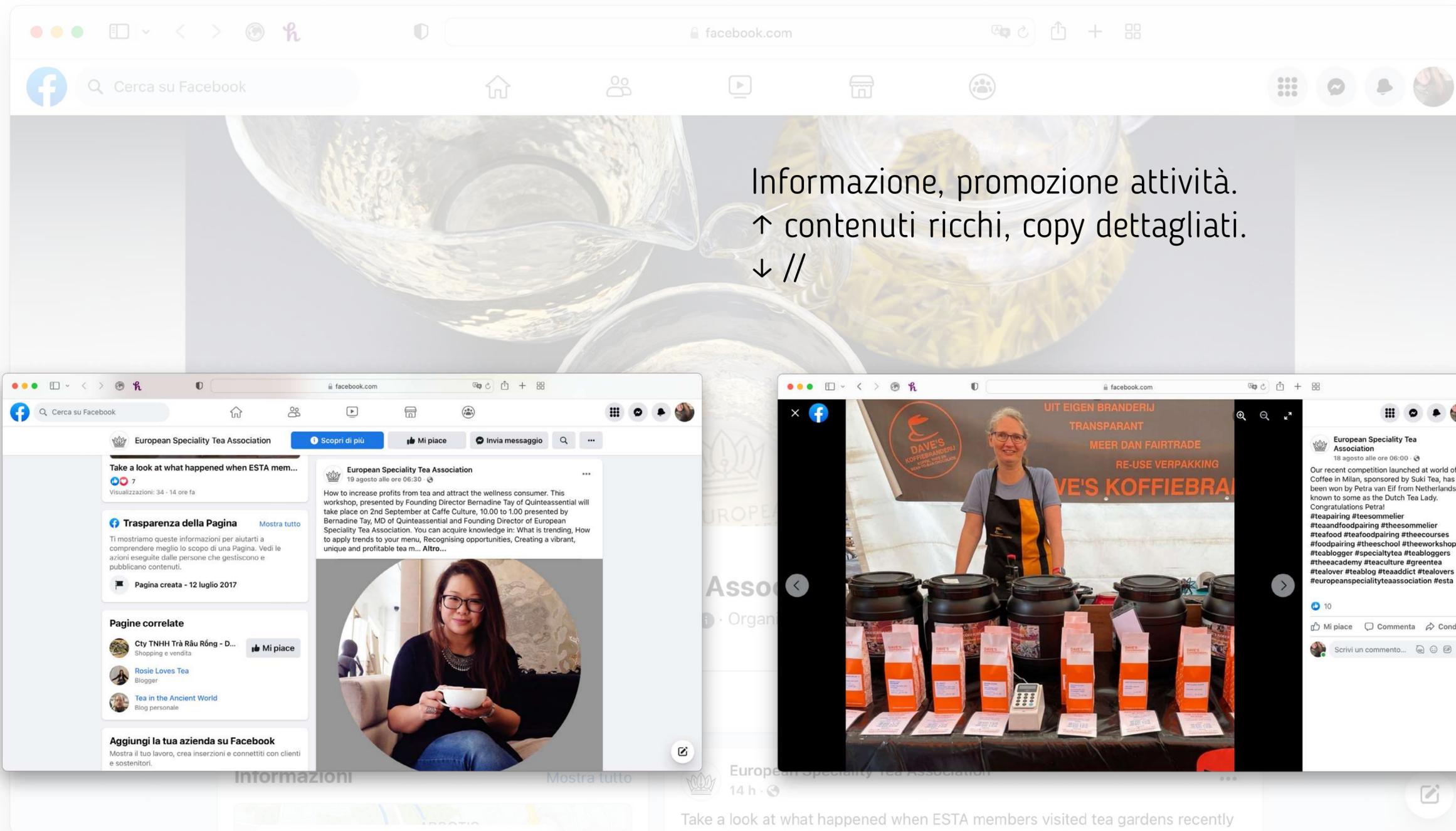
Informazioni [Mostra tutto](#)

European Speciality Tea Association

14 h ·

Take a look at what happened when ESTA members visited tea gardens recently

facebook



The screenshot shows the LinkedIn profile of the European Speciality Tea Association. The header includes the LinkedIn logo, a search bar, and navigation icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, Me, and Work. A 'Try Premium for free' link is also visible. The main profile section features a banner image with the text 'TEA PEOPLE' and the association's logo. Below the banner, the name 'European Speciality Tea Association (European Tea Society)' is displayed, along with a description: 'A not-for-profit organisation raising the standards of tea through learning, networking, and innovation. Join us.' It also lists the location as 'Food and Beverage Services · Aston Road, Chester' and shows '1,768 followers'. There are buttons for '+ Follow', 'Learn more', and 'More'. A navigation menu below the profile includes 'Home', 'About', 'Posts', 'Jobs', 'People', and 'Videos'. The 'About' section contains text: 'Do you work with tea? Join the European Speciality Tea Association for education, news and research from the tea industry, plus gain access to a growing network of industry professionals and tea enthusiasts. Help us raise the standards of specialty tea by joining today. Visit our website for a full list of membership options. ... see more'. A 'See all details' link is at the bottom of the 'About' section. On the right side, there is a promotional card for 'See who's hiring on LinkedIn' and a 'People also follow' section listing 'Kenya Tea Packers Limited' (4,474 followers) and 'UK Tea & Infusions Association' (726 followers), both with '+ Follow' buttons. A 'Messaging' button is visible at the bottom right of the page.

LinkedIn

The image displays a screenshot of the LinkedIn website. At the top, the navigation bar includes the LinkedIn logo, a search bar, and icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, Me, and Work. A banner for the European Speciality Tea Association (ESTA) is visible, featuring the text "Promozione attività e soci, ↑ contenuti ben curati, testi e multimediali." and a downward arrow with double slashes. Below the banner, the page layout shows the "About" section for the European Speciality Tea Association (European Tea Society), including a "Recently posted videos" section and "Page posts". A video player is shown in the foreground, displaying a video titled "The European Speciality Tea Association welcomes new members from the Benelux region, its great to have you on-board and welcome to the ESTA family." The video shows two women, one in a red jacket and one in a black jacket, sitting at a table with tea. The video player includes a play button, a progress bar, and a "View post" button.

AssoTè Infusi

analisi comunicativa

cos'è

AssoTè Infusi?

Associazione Italiana Tè & Infusi, abbreviata AssoTè Infusi, è un'Associazione Professionale Nazionale di Categoria.

Fondata nel 2004, è la prima e più vecchia associazione del tè in Italia. Nasce come ADeMaThè e grazie ai propri successi contribuisce ad incrementare significativamente il consumo procapite del tè in Italia fino al punto più alto nella sua storia.

Dal 2020 adotta il naming AssoTè Infusi per seguire il trend internazionale che coinvolge le più importanti associazioni nazionali, aggiungendo infatti il termine “infusi”.

AssoTè Infusi

come comunica?

sito web

newsletter

sito web



newsletter



storia dell'associazione



come si presenta al pubblico?

La partecipazione a fiere gioca un ruolo molto importante nella presentazione dell'associazione al pubblico, il suo obiettivo è infatti quello della promozione della cultura e del consumo del tè in Italia. Questi eventi trattano solitamente di tematiche alimentari, olistiche, orientali, salutistiche, sul benessere. È proprio qui che ci si avvicina al massimo all'utenza interessata: tramite dimostrazioni, presentazioni, workshop l'associazione si fa conoscere e attira nuovi utenti e potenziali membri.

proprietario

roll-up 1

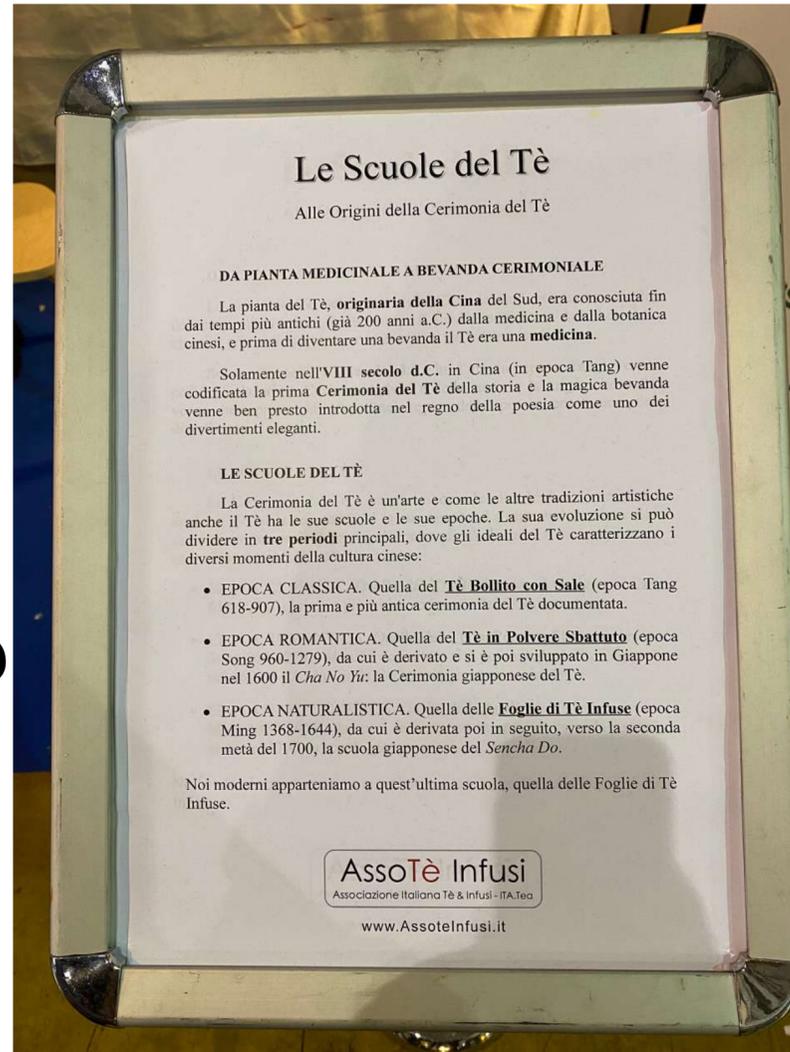


roll-up 2



proprietà terapeutico

infuso



volantino



dimostrazione / workshop



i tè

tè verde

tè bianco



soluzioni grafiche

brand identity

Rebranding di tutta l'identità dell'associazione.

web design

Progettazione o correzione dell'interfaccia del sito.

packaging design

Redesign packaging prodotti.

newsletter design

Progettazione o correzione dell'interfaccia della newsletter.

visual communication

Studio dei migliori metodi di comunicazione (roll-up, volantini, ads, ...).

redesign materiale per corsi

Redesign materiale per i corsi per professionisti e appassionati.

AssoTè Infusi

rebranding e piano comunicativo

immagine coordinata

logotipo

**ASSOTÈ
INFUSI**

immagine coordinata

logotipo con griglia

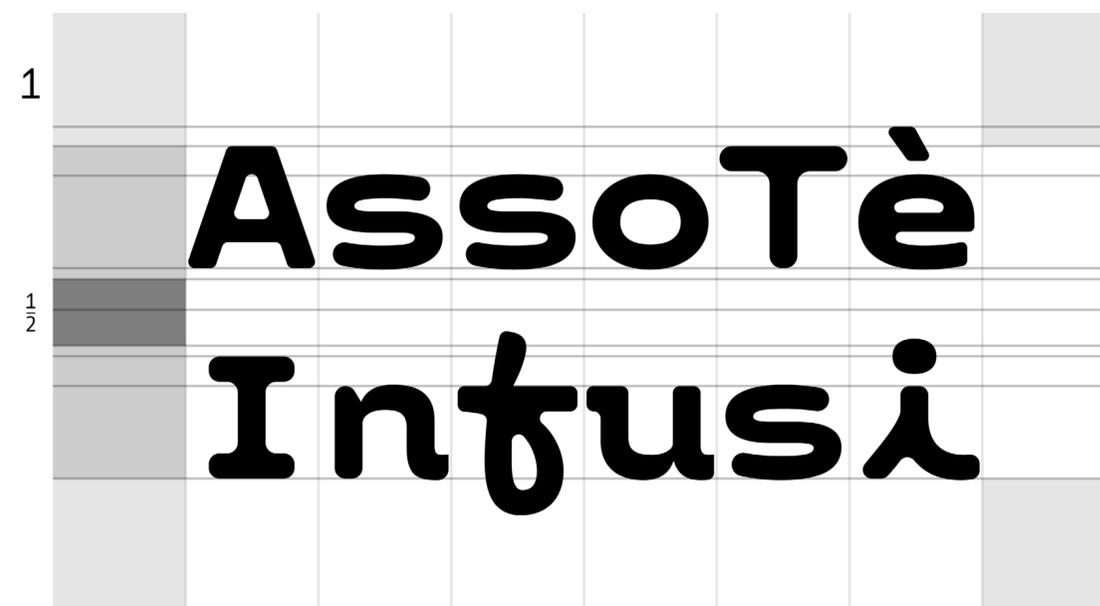


immagine coordinata

πίττογραμμα



immagine coordinata

rittogramma con logotipo e griglia



AssoTè
Infusi

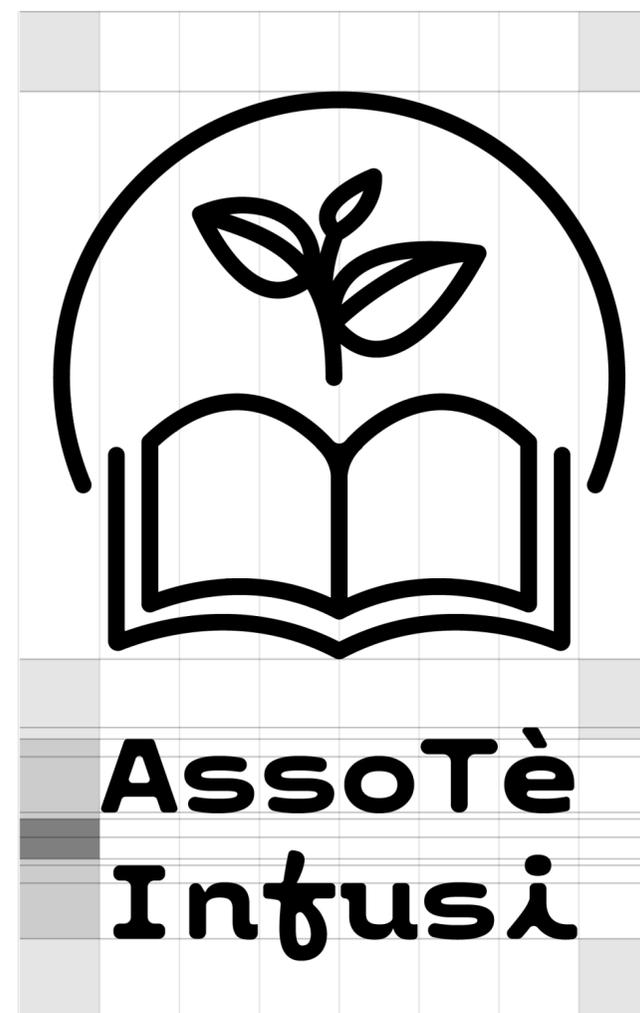


immagine coordinata

volantino

fronte



**AssoTè
Infusi**

Associazione Italiana
Tè & Infusi

La prima e più vecchia associazione del tè in Italia,
oggi unica Associazione Professionale di Settore.

AssoTè, associazione culturale non a scopo di lucro.
Attività riservate ai soci.

retro

I professionisti del Tè

Gli unici corsi per entrare a pieno titolo nel settore professionale del Tè e delle Erbe Infusionali.

Servizi professionali Consulenze e servizi professionali per aziende e operatori del comparto Tè e Infusi

Tea Banqueting esclusivi e raffinati per eventaziendali, pubblici e occasioni private

Organizzazione eventi

Corsi di formazione Per le specializzazioni di Tea Taster, Tea Blender, Tea Trader, Tea Sommelier e Maestro di Cerimonia

Inoltre...

- Cerimonie del Tè
- Degustazioni guidate
- Tea Party & Afternoon Tea
- Attività culturali promozionali

per piccoli gruppi o grandi eventi a livello nazionale.

Contatti

Segreteria nazionale +39 351 6088 281	Whatsapp e mobile +39 355 6611 662
Email info@assoteinfusi.it	Sito web www.assoteinfusi.it

**AssoTè
Infusi**



AssoTè Infusi

Associazione Italiana
Tè & Infusi

La prima e più vecchia associazione del tè in Italia,
oggi unica Associazione Professionale di Settore.

AssoTè, associazione culturale non a scopo di lucro.
Attività riservate ai soci.

I professionisti del Tè

Gli unici corsi per entrare a pieno titolo nel settore professionale
del Tè e delle Erbe Infusionali.

Servizi professionali Consulenze e servizi professionali
per aziende e operatori del
comparto Tè e Infusi

Tea Banqueting esclusivi e raffinati
per eventaziendali, pubblici e
occasioni private

Organizzazione eventi

Corsi di formazione Per le specializzazioni di Tea
Taster, Tea Blender, Tea Trader, Tea
Sommelier e Maestro di Cerimonia

Inoltre...

Cerimonie del Tè
Degustazioni guidate
Tea Party & Afternoon Tea
Attività culturali promozionali

per piccoli gruppi o grandi eventi a livello nazionale.

Contatti

Segreteria nazionale +39 351 6088 281	Whatsapp e mobile +39 355 6611 662
Email info@assoteinfusi.it	Sito web www.assoteinfusi.it

**AssoTè
Infusi**

portfolio

immagine coordinata

prima versione

The first version of the logo features a white line-art icon of a tea plant growing from an open book, set against a background of a tea plantation with a small house in the distance. The text 'AssoTè Infusi' is centered below the icon, with the website 'www.assoteinfusi.it' underneath. The services list includes 'Consulenze', 'Corsi di formazione', 'Organizzazione eventi', and 'Cerimonie del tè'. Contact information and the full name 'Associazione Italiana Tè & Infusi' are at the bottom, along with a disclaimer.

www.assoteinfusi.it

Consulenze

Corsi di formazione

Organizzazione eventi

Cerimonie del tè

Segreteria nazionale +39 351 6088 281
Whatsapp e mobile +39 355 6611 662
info@assoteinfusi.it

Associazione Italiana
Tè & Infusi

Associazione a carattere professionale ai sensi della legge 4/2013.
AssoTè, associazione culturale non a scopo di lucro.
Attività riservate ai soci.

seconda versione

The second version of the logo features the same white line-art icon, but the background is a close-up, top-down view of tea plantation rows. The text 'AssoTè Infusi' and 'www.assoteinfusi.it' are centered. The services list includes 'Corsi di formazione per', 'Tea Taster', 'Tea Sommelier', 'Tea Blender', 'Tea Trader', and 'Maestro di cerimonia'. Contact information and the full name 'Associazione Italiana Tè & Infusi' are at the bottom, along with a disclaimer.

www.assoteinfusi.it

Corsi di formazione per

Tea Taster Tea Sommelier

Tea Blender Tea Trader

Maestro di cerimonia

Segreteria nazionale +39 351 6088 281
Whatsapp e mobile +39 355 6611 662
info@assoteinfusi.it

Associazione Italiana
Tè & Infusi

Associazione a carattere professionale ai sensi della legge 4/2013.
AssoTè, associazione culturale non a scopo di lucro.
Attività riservate ai soci.

rollup



strategia comunicativa

Per trasmettere i valori del tè e raggiungere più persone è necessario sviluppare una strategia comunicativa che coinvolga più generi di utenti sfruttando diversi canali. Associazioni di altri paesi ed altri prodotti utilizzano principalmente Facebook e Instagram, talvolta anche piattaforme per condivisione video come YouTube e TikTok.

facebook

Età media: 22 - 44 anni.
Utenti: 2.7 milioni.
Più adatto per contenuti informativi.

Facebook consente di pubblicare contenuti di natura diversa come testi, video, album, e molto altro. Questo rende la piattaforma utilizzata da utenti che ci dedicano una fruizione più approfondita.

instagram

Età media: 18 - 24 anni.
Utenti: 1 milione.
Più adatto per contenuti visivi.

Instagram consente di pubblicare solamente materiale visivo e non testuale. Questo rende la piattaforma molto più utilizzata da giovani e fornisce una fruizione più immediata e veloce.

piano editoriale instagram

1. presentazione

Post di presentazione dell'associazione.

Linguaggio / formale.

Tipo di contenuto visivo / materiale ufficiale dell'associazione, branding.

2. promozionale

Post su eventi e attività dell'associazione.

Linguaggio / formale.

Tipo di contenuto visivo / grafiche su eventi in collaborazione con l'associazione.

3. informativo

Post informativi sul tè e sulla cultura del tè.

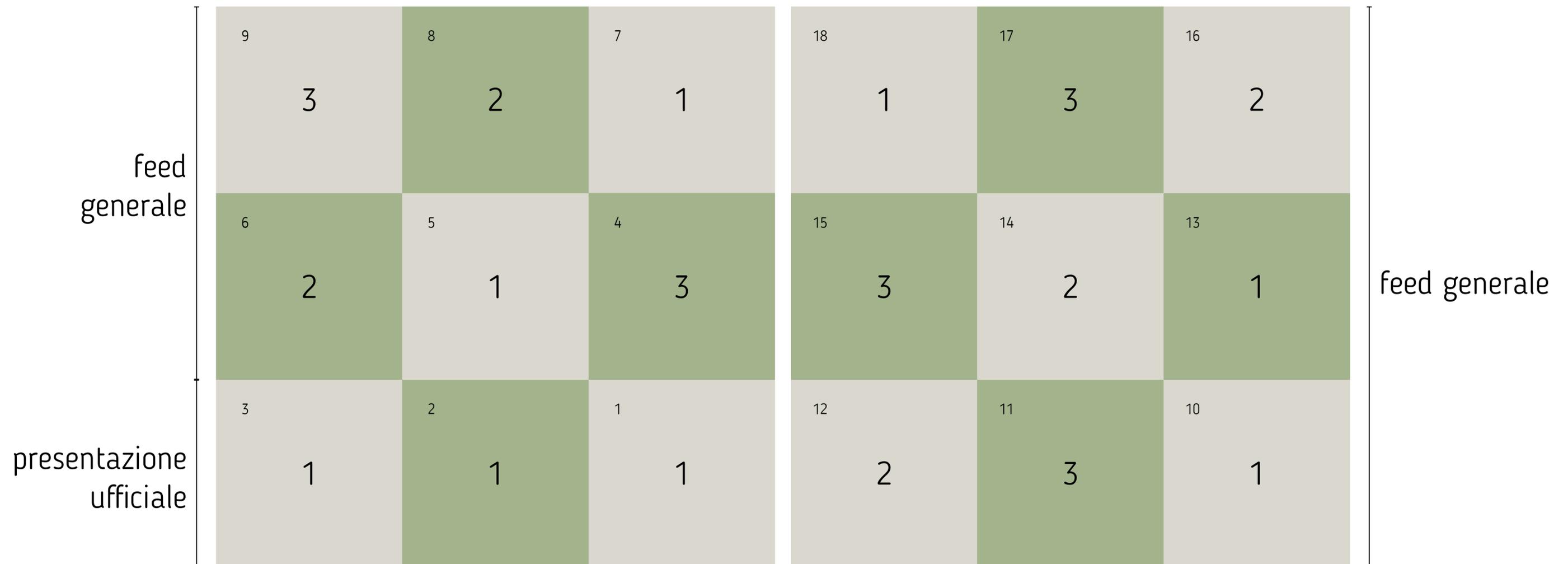
Linguaggio / informale, di engagement.

Tipo di contenuto visivo / grafiche informative su qualità e caratteristiche di tè e infusi.

piano editoriale instagram

Legenda

- 1 / presentazione
- 2 / promozionale
- 3 / informativo



piano editoriale instagram

Legenda

- 1 / presentazione
- 2 / promozionale
- 3 / informativo

feed
generale

presentazione
ufficiale



feed generale

piano editoriale instagram

presentazione

**AssoTè
Infusi**

Consulenze

Cerimonie del tè

Corsi di formazione

Organizzazione eventi



piano editoriale instagram presentazione

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Fondata nel 2004, AssoTè Infusi (abbreviazione di Associazione Italiana Tè & Infusi) è la prima e più vecchia associazione del tè in Italia e oggi unica Associazione Professionale di Categoria: nazionale, culturale, senza scopo di lucro, indipendente, libera.

Copy /

Le attività dell'associazione sono dedicate sia ad operatori professionali che ad amanti del tè e delle erbe enfusionali: contattaci per farne parte!

Corsi di formazione

Organizzazione eventi

Copy /

Da oltre 18 anni facciamo formazione e siamo stati i primi in Italia a farlo. Abbiamo un'esperienza d'insegnamento nel settore del tè e delle erbe infusionali come pochi altri nel panorama formativo internazionale!

piano editoriale instagram feed

Un italiano consuma in media
0,07 kg di tè all'anno.

AssoTè
Infusi

Siamo riusciti a portare il consumo
procapite di tè nel nostro paese al
punto più alto della sua storia.

AssoTè
Infusi

NAPOLI



AssoTè
Infusi

piano editoriale instagram feed

Hashtag possibili /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Lo sapevi che il consumo di tè in Italia è ancora considerato “di nicchia”? Solo 0,07 kg di tè vengono consumati da una persona annualmente, mentre in Regno Unito ben 2,2 kg!

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Grazie all'attività dell'associazione, negli ultimi 18 anni siamo riusciti a portare il consumo procapite di tè nel nostro paese a livelli mai visti prima, oltre ad aver avvicinato migliaia di consumatori ai tè di qualità.

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

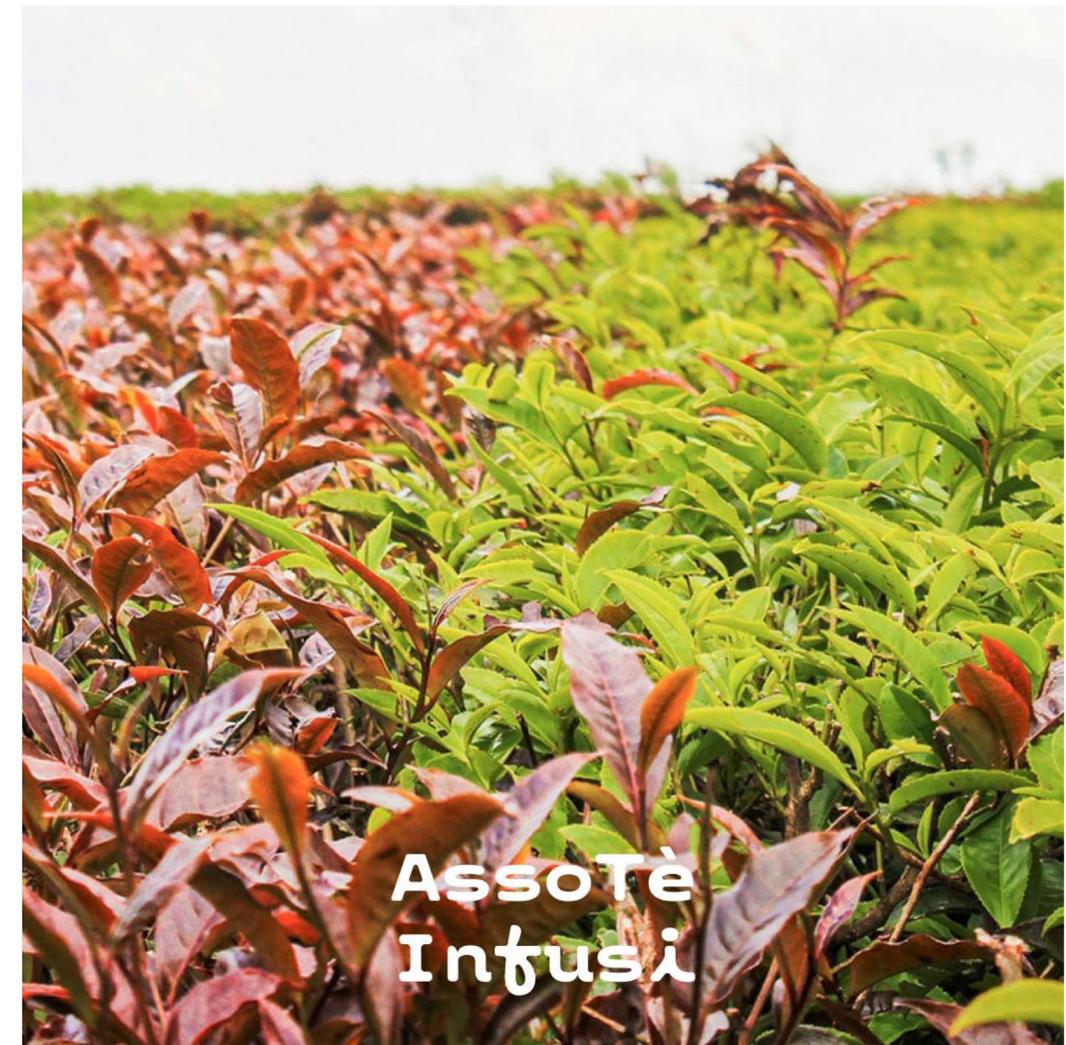
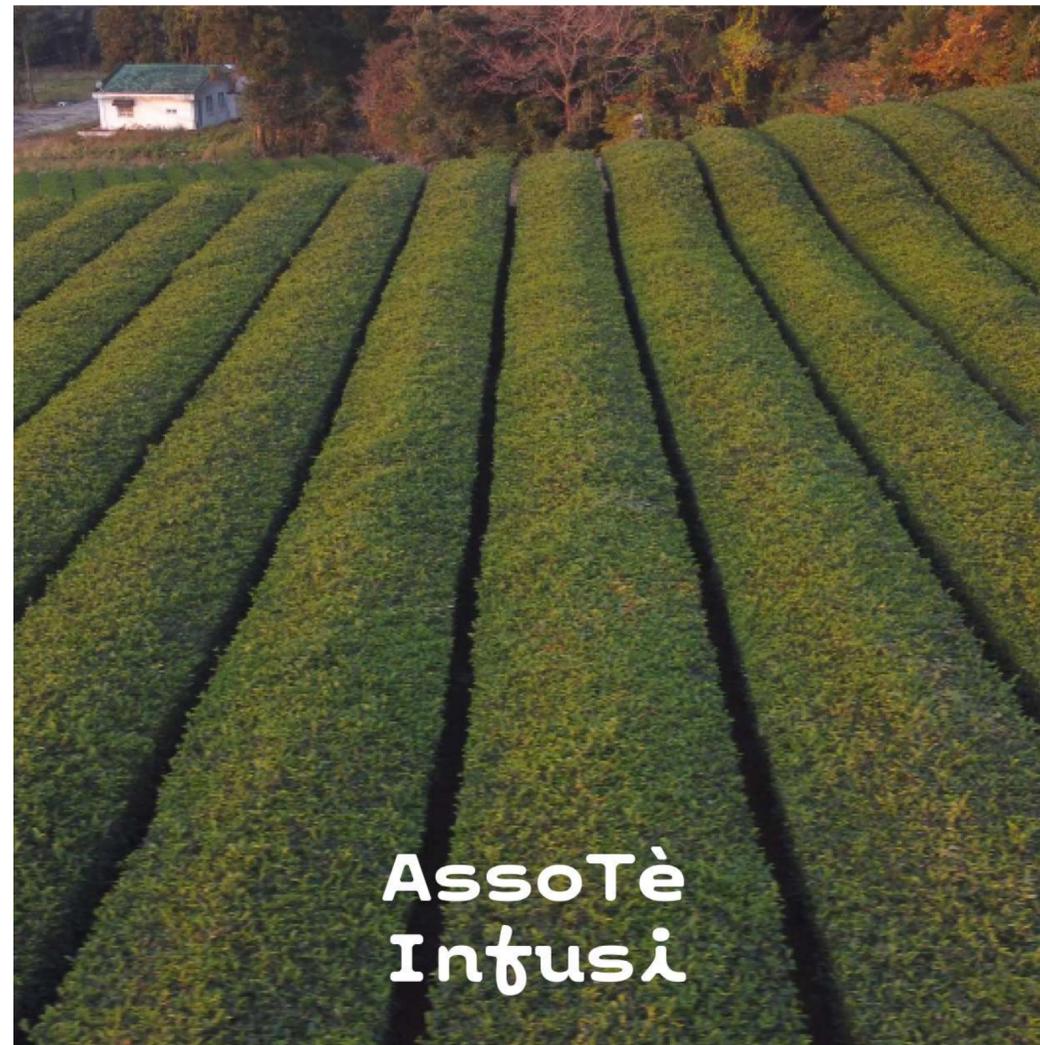
Parteciperemo al Festival dell'Oriente a Napoli i giorni 10-11 e 17-18 settembre. Vieni a trovarci!

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

AssoTè
Infusi

πλano editoπιαλε Instagram feed



piano editoriale instagram feed

Hashtag possibili /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Lo sapevi che ad AssoTè Infusi produciamo annualmente un tè che rendiamo omaggio ai nostri membri? Quest'anno abbiamo creato il Tè Verde del Lago Maggiore con una lavorazione manuale, basata sul metodo tradizionale cinese per la lavorazione dei tè verdi da piante selvatiche.

AssoTè
Infusi

Copy /

Il tè è un prodotto che deriva dalla stessa pianta a prescindere dalla sua tipologia: tè nero, verde, bianco, giallo, blu e fermentato vengono dalla stessa pianta, la Camellia sinensis.

→ Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Le foglie del tè possono avere diversi colori, dal verde chiarissimo a un verde profondo, fino ad arrivare al porpora.

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

AssoTè
Infusi

πλano editοπιαλε Instagram feed



piano editoriale instagram feed

Hashtag possibili /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Il Tè Bianco del Verbano è un tè tutto italiano, completamente raccolto e lavorato a mano e prodotto secondo il metodo tradizionale cinese di lavorazione del tè bianco Bai Mu Dan (Pai Mu Tan). Inoltre è il Primo Tè italiano ad essere commercializzato e con: - indicazione di origine territoriale, - periodo di raccolto dichiarato in etichetta, - nutraceutico, artigianale, a filiera corta.

AssoTè
Infusi

Copy /

Il tè bianco è quello che subisce il minor numero di lavorazioni tra i 6 della classificazione cinese. L'ossidazione è minima e viene controllata meticolosamente, quello che lo differenzia dagli altri è la raccolta. Seguici per saperne di più!

→ Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy /

Negli alimenti l'ossidazione si definisce anche imbrunimento e avviene in presenza di ossigeno. Avviene in presenza di enzimi (proteine) che agiscono come catalizzatori. Nel tè sono i polifenoli a giocare il ruolo centrale in questo processo.

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

πλano editoπιαλε

Instagram

feed



piano editoriale instagram feed

Hashtag possibili /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy / Tea Taster

Il Tea Taster è un tecnico altamente specializzato nella valutazione organolettica del tè. Si specializza con lo studio e con il lavoro pratico e con l'affiancamento a un altro professionista. Vieni a scoprire il nostro corso per diventare Tea Taster Professionista!

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy / PERUGIA

I giorni 24-25 settembre e 01-02 ottobre saremo presenti al Festival dell'Oriente a Perugia, Umbria Fiere. Vieni a trovarci!

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

AssoTè
Infusi

Copy /

Evidenze scientifiche dimostrano che il consumo di caffeina proveniente da tè invecchiati o del caffè protegge dalla progressione della demenza o dell'Alzheimer.

Hashtags /

#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

πλano editoπιαλε Instagram feed

CAGLIARI



AssoTè
Infusì



AssoTè
Infusì

Tea Trader



AssoTè
Infusì

piano editoriale instagram feed

Hashtag possibili /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

Copy / **CAGLIARI**
Vieni a trovarci i giorni 15-16 e 22-23 ottobre: saremo presenti al Festival dell'Oriente a Cagliari, Fiera della Sardegna!

Hashtags /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #teataster #teatrader
#teasommelier #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

AssoTè
Infusi

Copy /
Etimologicamente il tè si divide in tre sottogruppi: tea, cha e chai. Storicamente, cha viene adottato dai portoghesi, tea dai tedeschi e chai dai cinesi del nord.

Hashtags /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

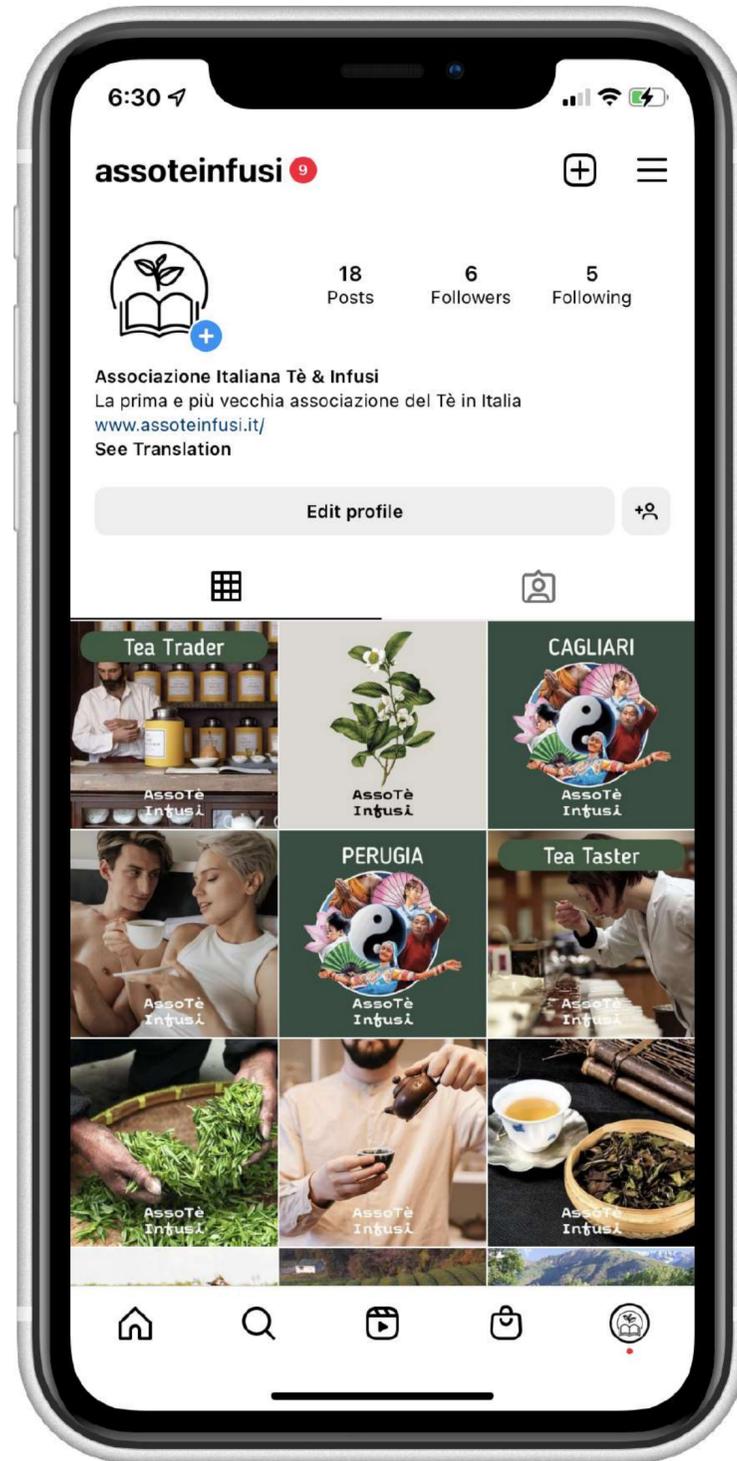
AssoTè
Infusi

Copy / **Tea Trader**
Il Tea Trader è una figura specializzata sulla parte commerciale e sulla vendita dei prodotti del tè. Dettaglio, ingrosso, importazione sono i campi in cui esercita.

Hashtags /
#assoteinfusi #tè #tea #cupoftea
#teacommunity #knowledge
#teaknowledge #tealover #tealovers
#teatime #timefortea #tealife

AssoTè
Infusi

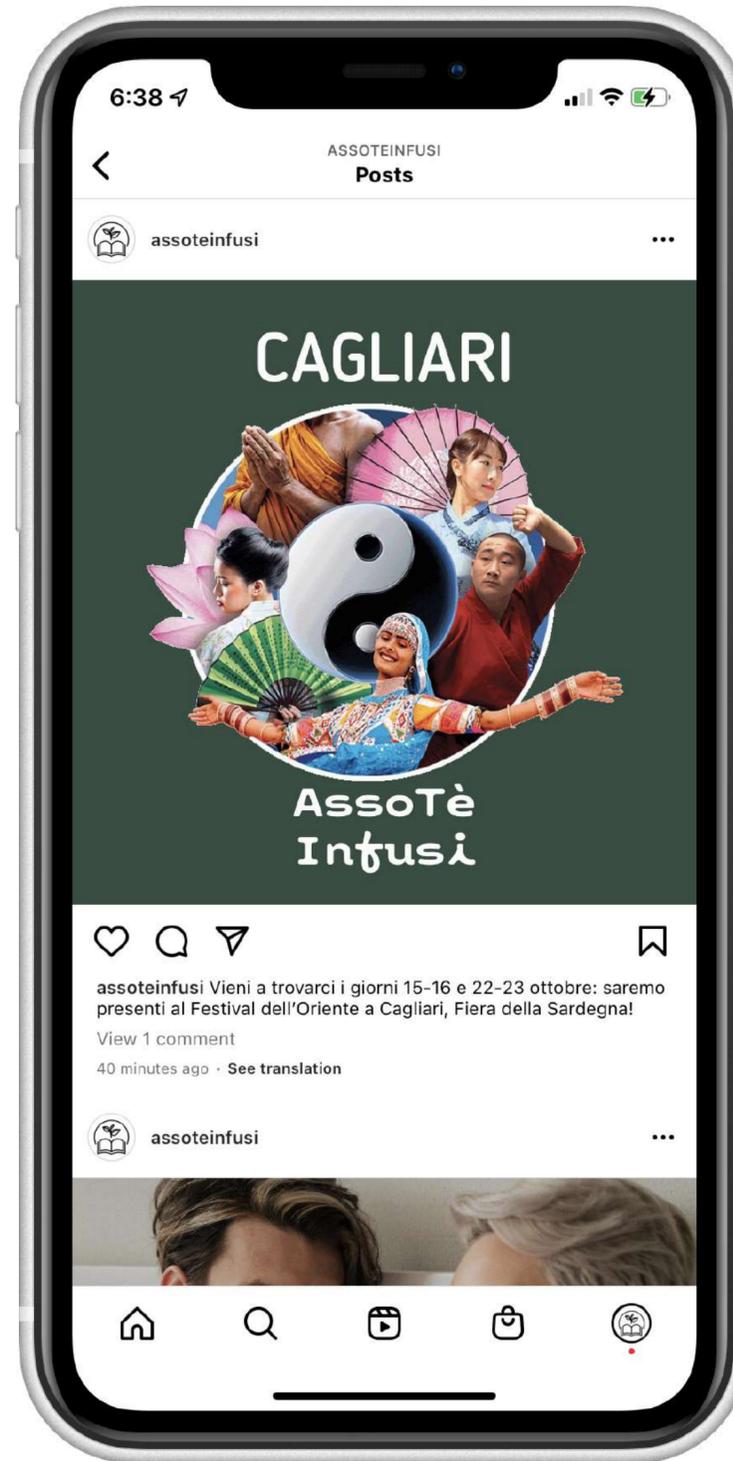
mockup



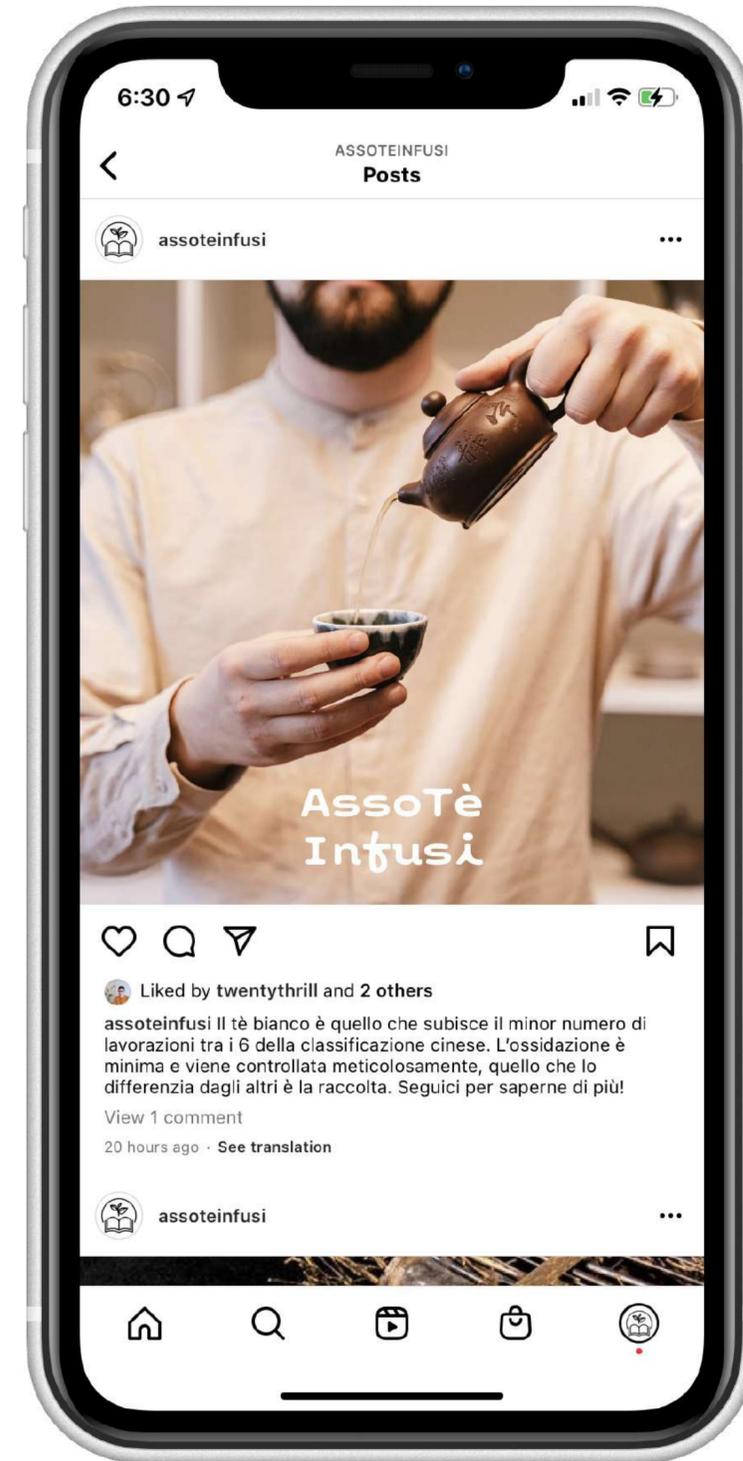
mockup



presentazione



promozionale



informativo

piano editoriale facebook

Il piano editoriale di Facebook seguirà gli stessi contenuti di Instagram, con copy più ampi e dettagliati, un tone of voice più serio e informativo per attirare un'utenza dall'età media più alta rispetto a quella di Instagram. La fruizione dei contenuti su questo social è infatti meno immediata e meno visiva rispetto a quello che avviene su Instagram, dando la possibilità e lo spazio di approfondire diverse tematiche. Oltre ai contenuti originali prodotti vi sarà anche lo spazio di postare informazioni, link e post promozionali.

contenuti aggiuntivi

The screenshot shows the Facebook profile of 'AssoTè Infusi'. The page header includes navigation icons and a search bar. The profile information on the left lists 205 likes, 225 followers, and contact details: website (<http://www.assoteinfusi.it/>), phone number (351 608 8281), email (info@assoteinfusi.it), and categories (Community, Scuola superiore, Organizzatore di eventi). A 'Suggerisci modifiche' section asks if the phone number is correct, with the input field containing '+393516088281' and buttons for 'Sì', 'Non saprei', and 'No'. The main content area features a post from May 27th with the text: 'Ancora pochi giorni per ricevere in omaggio il Tè Verde del Lago Maggiore. Maggiori info sul prodotto e sulle modalità per ricevere il Tè Verde del Lago Maggiore, a questo link <https://www.assoteinfusi.it/te-verde-del-lago-maggiore/>'. The post includes three images: a product tin labeled 'TÈ VERDE del lago Maggiore', a pile of dried tea leaves, and a tray of tea leaves. The post has 5 likes and interaction buttons for 'Mi piace', 'Commenta', and 'Condividi'. A comment box is visible below the post. At the bottom, a 'Foto' section is partially visible with a 'Mostra tutto' link.

contenuti aggiuntivi

The screenshot shows the Facebook profile of AssoTè Infusi. At the top, there are navigation icons for home, friends, videos, marketplace, and groups, along with a search bar and notification icons. The profile header includes the page name, a WhatsApp button, and buttons for 'Ti piace' and 'Invia messaggio'. The main content area is divided into several sections:

- Trasparenza della Pagina:** A section explaining page transparency, stating that it helps users understand the page's purpose and the actions of those who manage and publish content. It notes the page was created on February 18, 2020.
- Pagine correlate:** A list of related pages, including 'Giusmin - Tea Lab Milano' (Shopping e vendita), 'Torna A Splendere' (Sito web di salute e benessere), and 'Associazione Italiana Cultur...' (Organizzazione no-profit).
- Aggiungi la tua azienda su Facebook:** A prompt to show work, create ads, and connect with clients and supporters, with a 'Crea una Pagina' button.
- Live Broadcast:** A live video announcement for 'Celebrazione Giornata Mondiale del Tè' on Monday, May 23. The video features a can of 'TÈ VERDE del Lago Maggiore' and a hand holding a tea branch. The broadcast is titled 'AssoTè Infusi ha in programma di trasmettere in diretta.' and includes a 'Mi interessa' button.

At the bottom of the page, there are links for 'Informazioni sui dati di Insights della Pagina', 'Privacy', 'Condizioni', 'Pubblicità', 'Scegli tu!', 'Cookie', and 'Altro', along with a copyright notice for Meta © 2022.

**alla prossima
tazza di tè!**

**teodora isvanca
s272599**