

BUILDING HERITAGE

Brandbook



Forbes

GLOBAL PROPERTIES

Capitolo 1	Introduzione 1.1 Perchè questo Brandbook 1.2 La visione del Brand 1.3 Il nostro impegno
Capitolo 2	Chi siamo 2.1 La nostra storia 2.2 I nostri valori fondamentali 2.3 Il nostro Team
Capitolo 3	Cosa facciamo 3.1 Servizi offerti 3.2 Il nostro approccio 3.3 Clientela target
Capitolo 4	Forbes Global Properties 4.1 Forbes Global Properties 4.2 La partnership 4.3 Valore aggiunto per i clienti 4.4 Il potere del brand Forbes
Capitolo 5	Posizionamento 5.1 Cos'è il Posizionamento? 5.2 Perché è essenziale 5.3 Il Mercato 5.4 Il nostro differenziale
Capitolo 6	Gli Archetipi di brand 6.1 Cosa sono gli Archetipi 6.2 Perché sono importanti 6.3 I nostri Archetipi
Capitolo 7	I nostri valori 7.1 La Piramide dei Valori: Cosa rappresenta 7.2 La nostra Piramide dei Valori 7.3 L'impatto dei valori

Capitolo 8	Tone of Voice 8.1 Cos'è il Tone of Voice 8.2 Il Tone of Voice di Building Heritage 8.3 Linee guida per il team
Capitolo 9	La Vision e la Mission 9.1 Cos'è la Vision? 9.2 La Vision di Building Heritage 9.3 Cos'è la Mission? 9.4 La Mission di Building Heritage 9.5 Vision e Mission in azione
Capitolo 10	Identità Visiva 10.1 Concept 10.2 Palette Colori 10.3 Tipografia 10.4 Varianti di Logo
Capitolo 11	Narrazione del Brand 11.1 I nostri Pilastri della narrazione
Capitolo 12	Il Cliente ideale 12.1 Chi è il Cliente ideale? 12.2 Cosa desidera il Cliente ideale? 12.3 Come risponde Building Heritage a queste esigenze 12.4 Segmenti di clientela
Capitolo 13	Partnership e Collaborazioni 13.1 L'Importanza delle partnership 13.2 Come selezioniamo i Partner
Capitolo 14	Conclusione 14.1 Riassunto 14.2 Il nostro futuro



Introduzione



Non si tratta solo di vendere case, ma di celebrare l'Italia, la sua storia e il suo lifestyle.

Perchè questo Brandbook

Il brandbook di Building Heritage è un viaggio nella nostra anima. Non è solo un documento, ma una dichiarazione d'intenti che definisce chi siamo, cosa rappresentiamo e la visione che vogliamo realizzare. Ogni parola, immagine e valore contenuto in queste pagine racconta una storia: la nostra storia.

Questo brandbook è un compagno per chiunque entri in contatto con Building Heritage, sia come Cliente, partner o membro del nostro team. È un manifesto che celebra la nostra missione di custodire e promuovere il patrimonio immobiliare italiano, incarnando lusso, bellezza e innovazione.

Questo brandbook è il faro che ci guida nel posizionare Building Heritage come il partner ideale nel panorama dell'investimento immobiliare di lusso in Italia.

La visione del Brand

Immaginate un luogo dove la bellezza non conosce confini, dove la tradizione abbraccia l'innovazione, e ogni dimora racconta una storia. Questa è la visione di Building Heritage: trasformare il patrimonio immobiliare italiano in un'esperienza che incanta, ispira e stupisce.

Ogni proprietà selezionata è una finestra sull'anima dell'Italia. Dalle colline toscane ai laghi alpini, dalle ville affacciate sul mare ai palazzi storici, Building Heritage rappresenta la quintessenza dell'eccellenza italiana, presentata con raffinatezza e cura impeccabile.

1

Il nostro legame con il passato è il nostro dono per il futuro. Ogni dimora è un'opera d'arte che vive nel presente.

2

Il lusso non è solo un concetto materiale, ma un viaggio sensoriale verso l'eccellenza.

3

Con Building Heritage, l'Italia diventa un sogno accessibile ai Clienti più esigenti del mondo.



Con Building Heritage, ogni proprietà diventa la porta d'accesso all'Italia più autentica e affascinante.

Il nostro Impegno

Building Heritage non è solo un'azienda; è un custode della bellezza e dell'eccellenza italiana. Il nostro impegno va oltre la compravendita: è un atto di responsabilità verso la cultura, l'arte e il paesaggio che rendono l'Italia un simbolo universale di bellezza.

Collaboriamo con i migliori professionisti del settore per creare esperienze uniche e indimenticabili, che rispecchiano il valore inestimabile del patrimonio italiano. Con oltre 25 anni di esperienza e una rete globale di partner grazie a Forbes Global Properties, Building Heritage si posiziona come leader del mercato immobiliare di lusso.

1

Ogni transazione, ogni proprietà e ogni Cliente riceve un trattamento personalizzato.

2

Costruiamo rapporti duraturi basati su trasparenza, discrezione e rispetto.

3

Adottiamo le tecnologie più avanzate per offrire un servizio moderno e personalizzato, senza mai dimenticare le radici culturali che ci definiscono.



Il nostro impegno è rendere ogni esperienza memorabile, ogni proprietà un capolavoro da vivere, e ogni Cliente un portavoce dell'eccellenza italiana.

A wide-angle landscape photograph showing a modern villa with a large infinity pool on a hilltop. The pool's edge is a low stone wall, and the water extends to the horizon. In the foreground, a wooden pergola with a thatched roof stands on a stone terrace. A large, dark, bowl-shaped metal sculpture sits on the terrace. The background features a medieval town with a church spire, nestled in a valley between rolling green hills under a blue sky with light clouds.

2

Chi Siamo

La nostra Storia

Building Heritage è più di un'azienda: è la manifestazione di una passione, un viaggio iniziato oltre 25 anni fa nel cuore di Firenze. La nostra fondatrice, Cinzia Romanelli, ha trasformato un sogno in realtà, combinando intuizione, dedizione e una profonda conoscenza del mercato immobiliare di lusso.

Dal 1998, Building Heritage ha saputo crescere, affermandosi come una realtà di riferimento per chi desidera vivere l'Italia in modo autentico e raffinato. Oggi, con collaboratori nelle città più iconiche del Paese siamo l'anello di congiunzione tra il sogno di una vita e le proprietà più esclusive del mercato.

1

Oltre 25 anni di esperienza nel Real Estate di lusso.

2

Dal 2022, partner esclusivo di Forbes Global Properties, una rete globale che rappresenta l'eccellenza del settore immobiliare in 28 Paesi.

3

Un team di professionisti che gestisce un portfolio di circa 500 proprietà, per un valore complessivo di oltre 3 miliardi di euro.



La nostra storia è
intrecciata con quella
dell'Italia: ogni proprietà
è un capitolo, ogni
Cliente un protagonista.

I nostri Valori fondamentali

Alla base di Building Heritage ci sono valori che ci guidano ogni giorno. Sono i principi che determinano ogni scelta, ogni interazione e ogni progetto che portiamo avanti. Questi valori non sono solo parole, ma l'essenza del nostro impegno per creare esperienze straordinarie e rapporti di fiducia duraturi.

Valori primari

Innovazione

①

Guardiamo al futuro senza dimenticare il passato, utilizzando tecnologie per valorizzare il patrimonio immobiliare.

Eccellenza

②

Ogni dettaglio è curato con la massima attenzione, perché nulla può essere lasciato al caso.

Ambizione

③

Non ci accontentiamo di essere un riferimento: vogliamo continuare a elevare gli standard del lusso immobiliare.

Valori secondari

Collaborazione

①

Crediamo nella forza del team, sia all'interno dell'azienda che con i nostri partner.

Etica

②

Ogni nostra azione è guidata dall'integrità e dal rispetto verso Clienti, collaboratori e partner.

Autenticità

③

Ogni proprietà che trattiamo racconta una storia unica, profondamente radicata nella cultura e nella bellezza italiane.



Il nostro team

Dietro ogni grande risultato c'è un grande team. Building Heritage si avvale di un gruppo di professionisti, uniti da una visione comune: offrire eccellenza in ogni aspetto del Real Estate di lusso.

Ogni membro del nostro team porta con sé competenza, esperienza e una profonda conoscenza del mercato, creando un ecosistema di collaborazione e innovazione. Lavoriamo per anticipare le esigenze dei Clienti più esigenti, offrendo un servizio personalizzato e discreto.

Chi siamo:

Esperti di marketing immobiliare.

Consulenti immobiliari con una rete di relazioni internazionali.

Specialisti in negoziazione e investimento.

Collaboratori locali in posizioni strategiche per garantire presenza e reattività.



3

Cosa
facciamo

Servizi offerti

Dietro ogni grande risultato c'è un grande team. Building Heritage si avvale di un gruppo di professionisti, uniti da una visione comune: offrire eccellenza in ogni aspetto del Real Estate di lusso.

Ogni membro del nostro team porta con sé competenza, esperienza e una profonda conoscenza del mercato, creando un ecosistema di collaborazione e innovazione. Lavoriamo per anticipare le esigenze dei Clienti più esigenti, offrendo un servizio personalizzato e discreto.

Principali Servizi:

1

Private Sales

- Le vendite off-market sono gestite con massima riservatezza, dedicandosi a un numero selezionato di acquirenti qualificati.
- Sulla nostra piattaforma FGP e sul nostro sito è presente una sezione dedicata alle proprietà OFF Market a cui si accede solo con autorizzazione e un processo di verifica. Questo approccio garantisce un processo di vendita esclusivo e discreto, perfetto per chi cerca privacy e sicurezza.

2

Prime Investor/Opportunity

- Supportiamo investitori e sviluppatori immobiliari nella valorizzazione di proprietà complesse, offrendo analisi dettagliate su flussi di cassa, rendimenti attesi e rischi.
- Progetti di sviluppo, ristrutturazione e trasformazione immobiliare sono seguiti dal nostro team con l'ausilio di advisor e operatori internazionali.

Supporto Pre/Post Vendita

PRE-SALES

• Per chi vende

Il nostro team tecnico farà le dovute verifiche urbanistiche e catastali fornendo quello che noi chiamiamo "il passaporto immobiliare", il documento principe della compravendita senza il quale il venditore non sarà capace di accettare una proposta di acquisto in cui deve dichiarare che l'immobile è perfettamente a norma dal punto di vista urbanistico e catastale.

Non essere certi di ciò che si vende pone spesso in difficoltà il venditore e si ripercuote sul prezzo di vendita, sulle tempistiche e molto spesso fa saltare la vendita stessa.

• Per chi compra

Il nostro team tax & legal potrà predisporre il miglior percorso tailor-made per l'acquisto dell'immobile in Italia e saprà consigliare quale visto richiede, se accedere alla flat tax, se è più conveniente comprare come privato o se costituire una società in Italia o banalmente se acquistare come prima o seconda casa.

Il nostro servizio tecnico può verificare se il progetto dei sogni è realizzabile e in quali tempi.

POST-SALES

2 studi di progettazione interni e una rete di partnership con i migliori interior designers e aziende di manutenzione, ristrutturazione arredamento e traslochi garantisce la realizzazione del miglior progetto chiavi in mano in tempi rapidi. Possiamo pensare alla ristrutturazione chiavi in mano o all'ampliamento e la trasformazione di un'immobile in qualcosa di diverso. Esempio la trasformazione di un vecchio borgo in un hotel o una villa in una clinica privata..

Locazioni

Durante il periodo della ricerca o della ristrutturazione dell'immobile dei sogni pensiamo noi al periodo di locazione da pochi giorni attraverso la nostra rete di affitti turistici di lusso fino a locazioni lunghe di alcuni mesi o anni se l'immobile scelto richiede una profonda ristrutturazione.

Oltre al residenziale di lusso, Building Heritage supporta gli investitori nelle scelte di:

1

Capital Market e Hospitality

Con il servizio Capital Market, Building Heritage supporta i clienti nella gestione degli investimenti immobiliari di alto profilo, offrendo:

- **Analisi Finanziaria Avanzata**

Valutazione del rendimento atteso e gestione del flusso di cassa.

- **Accesso a Opportunità Esclusive**

Progetti immobiliari di prestigio e operazioni di valorizzazione di proprietà complesse.

- **Consulenza Strategica**

Collaborazione con operatori istituzionali e advisor internazionali per decisioni di investimento informate.

2

Wineries

Il servizio Wineries è dedicato a clienti che desiderano investire o vivere nell'eccellenza dell'enologia italiana. Grazie alla nostra conoscenza del settore e alle partnership strategiche, offriamo:

- **Selezione di Proprietà Vinicole**

Un'accurata ricerca di cantine storiche, vigneti di prestigio e tenute immerse nelle colline italiane.

- **Consulenza Strategica**

Supporto per l'acquisizione, gestione e valorizzazione di aziende vinicole.

- **Progetti di Sviluppo**

Consulenza per ampliare o migliorare la produzione vinicola e sviluppare esperienze legate all'enoturismo.

Principali Accessori:

1

Consulenza Personalizzata

Ogni Cliente riceve un'analisi su misura delle opportunità disponibili.

2

Ricerca e Selezione degli Immobili

Un processo meticoloso per individuare proprietà che rispondano alle preferenze specifiche del Cliente.

3

Valutazioni e Analisi di Mercato

Offriamo una comprensione profonda del mercato per decisioni informate e strategiche.

4

Marketing e Promozione

Campagne mirate e sofisticate che massimizzano la visibilità delle proprietà.

5

Gestione delle Trattative

Esperienza e discrezione per negoziare i migliori termini per Clienti esigenti.

6

Supporto Legale e Amministrativo

Assistenza a tutto tondo per ogni aspetto legale e normativo.

7

Post-Vendita

Dai traslochi alla progettazione di interni, fino alla gestione della proprietà.

8

Privacy e Discrezione

Un pilastro del nostro approccio, per garantire serenità e sicurezza a ogni Cliente.



Ogni Cliente è diverso,
ma tutti condividono lo
stesso desiderio: vivere
il lifestyle italiano
nella sua forma più
autentica e sublime.

Il nostro approccio

Il lusso non si limita alla qualità delle proprietà: è il modo in cui ci prendiamo cura dei nostri Clienti, curando ogni dettaglio con attenzione e passione. Building Heritage opera con un approccio che unisce empatia, professionalità e un'incessante ricerca dell'eccellenza.

Pilastri del nostro approccio:

1

Ogni interazione è curata nei minimi dettagli, garantendo un servizio impeccabile in tutte le fasi della trattativa.

2

Usiamo tecnologie all'avanguardia per analisi di mercato, selezione delle proprietà e promozione degli immobili.

3

La riservatezza è fondamentale per i nostri Clienti, che possono contare su un partner affidabile e riservato.

4

Non esiste un cliente uguale all'altro. Ogni relazione è costruita su misura.

Clientela target

I Clienti di Building Heritage condividono un unico denominatore: coronare un sogno. Persone sofisticate, ambiziose e visionarie che desiderano più di una proprietà: vogliono possedere un pezzo della storia e della bellezza italiana.

Profili Ideali:

Privati e Famiglie Altospendenti

- Alla ricerca di residenze esclusive nei luoghi più iconici d'Italia.

Investitori Internazionali

- Visionari che vedono nelle proprietà italiane un'opportunità di valore e prestigio.

Aziende e Corporate

- Realtà che necessitano di immobili di rappresentanza o destinati a ospitare progetti di alto livello.

A scenic view of a luxury property. In the foreground, a wooden deck with horizontal planks leads to a stone archway. To the left of the archway, there are two white lounge chairs and a small black table. In the center, a small, manicured tree with two rounded tops stands in a bed of white gravel. The background features a calm blue sea with a white yacht and a small boat. The sky is clear and blue. The entire scene is framed by a stone archway.

4

Forbes Global
Properties

Forbes Global Properties

Forbes Global Properties è il network immobiliare di lusso di fama mondiale, creato dalla celebre Forbes, leader globale nei media e nell'editoria per gli alti standard di eccellenza. Questo esclusivo network collega le migliori aziende di Real Estate di lusso in tutto il mondo, garantendo ai suoi membri visibilità, credibilità e una rete globale di contatti.

Forbes Global Properties rappresenta l'élite del mercato immobiliare internazionale, offrendo ai suoi membri l'accesso a una piattaforma globale unica per promuovere proprietà esclusive e connettersi con una clientela selezionata.

1

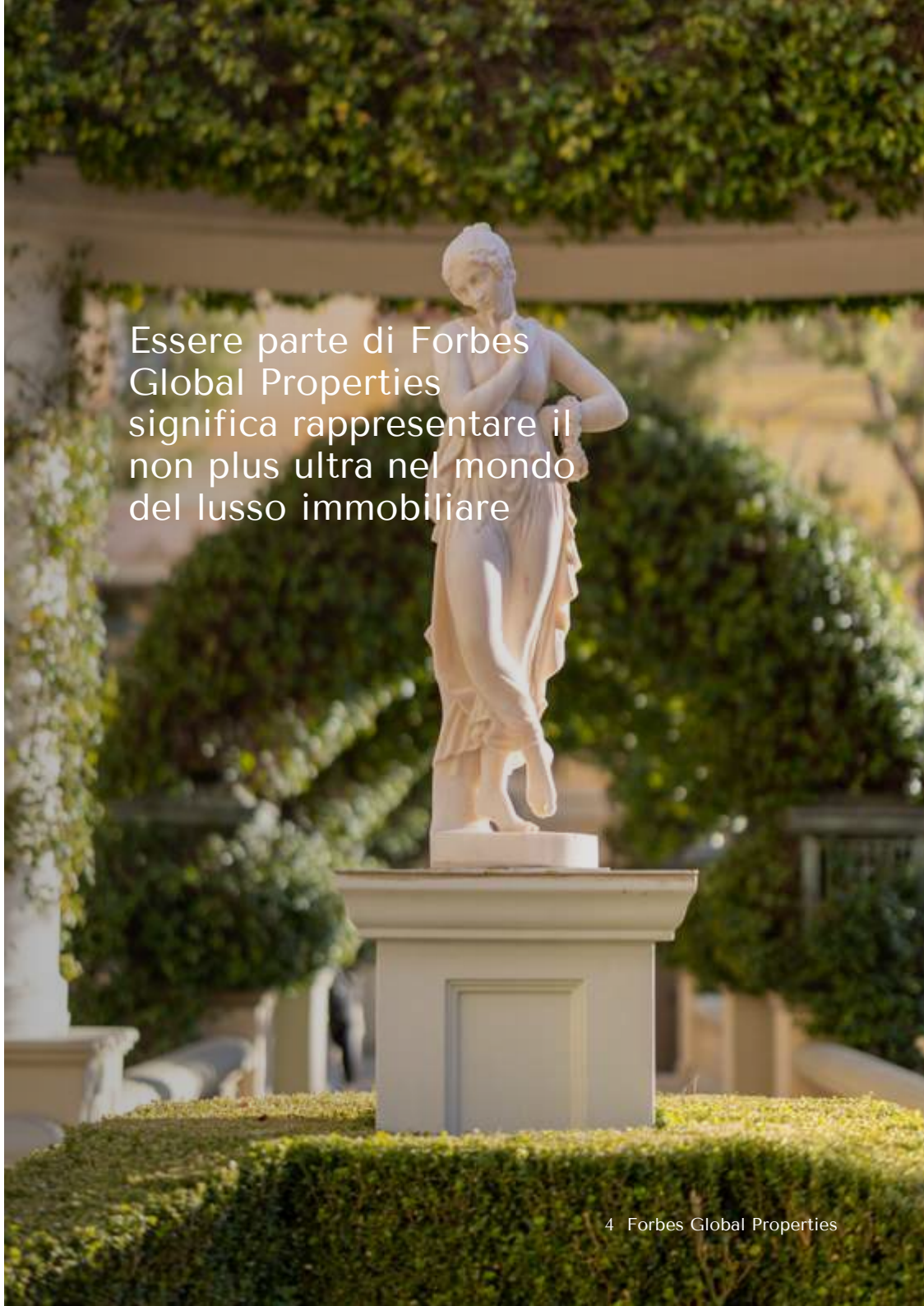
Solo le aziende che dimostrano un alto livello di competenza e reputazione possono entrare a far parte di Forbes Global Properties.

2

L'associazione con Forbes è sinonimo di qualità, lusso e affidabilità.

3

Con un pubblico di oltre 140 milioni di persone, Forbes offre una visibilità senza pari nel settore immobiliare.



Essere parte di Forbes Global Properties significa rappresentare il non plus ultra nel mondo del lusso immobiliare

La Partnership

Dal 2022, Building Heritage è partner di Forbes Global Properties. Questa collaborazione non solo rafforza la nostra posizione di leadership nel Real Estate di lusso, ma ci consente di offrire ai nostri Clienti un accesso esclusivo al mercato internazionale.

I vantaggi per Building Heritage:

- L'appartenenza a Forbes Global Properties posiziona Building Heritage come un attore chiave nel mercato globale del lusso.
- Collaborazioni con i migliori agenti immobiliari in tutto il mondo per offrire opportunità uniche ai Clienti.
- La partnership con un marchio di fama mondiale eleva ulteriormente la nostra reputazione.

Valore aggiunto per i clienti

Essere parte di Forbes Global Properties ci consente di offrire ai nostri Clienti un valore ineguagliabile. Non si tratta solo di visibilità, ma di creare opportunità che altrimenti non sarebbero possibili.

Vantaggi per i nostri clienti:

- La rete Forbes Global Properties garantisce che ogni proprietà venga promossa al pubblico giusto, ovunque nel mondo.
- Solo le proprietà che rispecchiano i più alti standard di qualità entrano nel circuito Forbes, aumentando il loro prestigio e valore percepito.
- Le campagne mirate e il supporto di Forbes offrono una visibilità senza precedenti alle proprietà di lusso italiane.

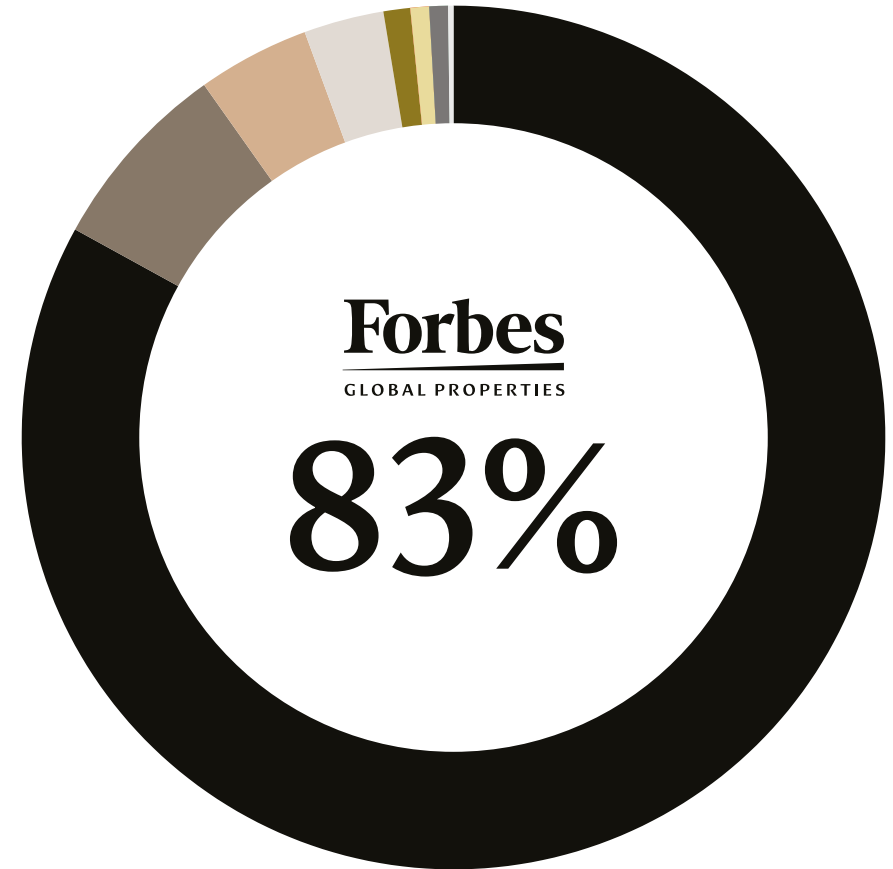
Il potere del brand Forbes

Nessuna altra piattaforma immobiliare può vantare la stessa portata globale o l'influenza mediatica di Forbes. Forbes Global Properties si rivolge a un pubblico di consumatori esigenti, presentando le proprietà più prestigiose al mondo insieme a un'analisi di mercato affidabile e approfondimenti forniti dai nostri esperti del settore.



Il marchio Forbes detiene l'83% della visibilità globale nel settore immobiliare di prestigio. Le proprietà inserite tramite Forbes Global Properties raggiungono un vasto pubblico internazionale. Gli acquirenti che collaborano con i nostri agenti accedono a una selezione esclusiva di immobili di alta gamma, molti dei quali non disponibili sulle piattaforme tradizionali. I venditori possono contare sulla vasta copertura mediatica e canali esclusivi offerti da Forbes, che assicurano alle loro proprietà una visibilità senza pari sui principali media e pubblicazioni di prestigio

Maggiore visibilità
mediatica guadagnata
rispetto a qualsiasi
altro brand nel settore
immobiliare di lusso.



83% Forbes / Forbes Global Properties	1% Coldwell Banker
7.2% Berkshire Hathaway / BHHS	0.7% Savills
4.2% Sotheby's / Sotheby's Int. Real Estate	0.7% Knight Frank
3% Christie's / Christie's Int. Real Estate	0.2% Engel & Völkers

In tutto il mondo,
Forbes è sinonimo
di successo.

Sostenendo la missione di Forbes di celebrare chi ha raggiunto il successo e supportare chi aspira a raggiungerlo, offriamo una prospettiva unica. Mettiamo in contatto acquirenti, venditori e appassionati di immobili con una selezione esclusiva di proprietà ricercate, presentate nel contesto di dati di mercato aggiornati, contenuti editoriali di qualità e approfondimenti degli esperti.



A large, multi-story brick building with a central arched entrance and a balcony, surrounded by a green lawn and a stone path. The building is constructed of reddish-brown brick and features several windows, including a large arched window above the entrance and a balcony with a flower box. A stone path leads from the foreground towards the building, flanked by a green lawn on the left and a hedge on the right. A large white number '5' is overlaid on the right side of the image.

5

Posizionamento

Cos'è il Posizionamento?

Il posizionamento è il cuore pulsante di un brand: è il modo in cui un'azienda si distingue nella mente dei suoi Clienti e nel mercato in cui opera. Non si tratta solo di ciò che offriamo, ma di come vogliamo essere percepiti.

Per Building Heritage, il posizionamento non è solo un aspetto strategico: è un'arte. È il ponte tra la nostra identità, i nostri valori e le aspettative di una clientela esigente, sofisticata e internazionale.

Perché è importante:

Definisce
chi siamo



Comunica chiaramente la nostra identità e il nostro scopo.

Crea una
connessione
emotiva



Crea una connessione emotiva: Non vendiamo solo immobili, offriamo esperienze che risuonano con il cuore e l'immaginazione dei nostri Clienti.

Differenzia
nel mercato



In un settore competitivo come il Real Estate di lusso, il posizionamento ci permette di emergere e attrarre il Cliente ideale.

Perché è essenziale

Un posizionamento chiaro e definito è la bussola che orienta tutte le decisioni aziendali. Dalla selezione delle proprietà alla comunicazione, ogni azione deve essere coerente con il nostro posizionamento per costruire un'identità forte e riconoscibile.

Benefici di un posizionamento forte:

1 Coerenza

Ogni messaggio, visivo o verbale, riflette la nostra essenza.

2 Attrattività

Attiriamo il pubblico giusto, il Cliente che condivide i nostri valori e aspira a ciò che rappresentiamo.

3 Fiducia

Un brand ben posizionato trasmette sicurezza, autorevolezza e competenza.

Il nostro posizionamento si basa
su tre pilastri fondamentali:

Eccellenza italiana

- Incarnare il lusso e la bellezza che rendono l'Italia unica.

Accesso Esclusivo

- Fornire esperienze immobiliari irripetibili, grazie alla nostra rete globale e alla collaborazione con Forbes Global Properties.

Lifestyle

- Offrire non solo immobili, ma la possibilità di vivere il meglio dello stile di vita italiano.

Un posizionamento
chiaro non è solo
una strategia: è una
promessa mantenuta
ogni giorno.



Il Mercato

Con un focus sul Real Estate di fascia alta, il nostro obiettivo è attrarre tutta la clientela sofisticata e altospendente, offrendo loro un accesso privilegiato alle proprietà più esclusive d'Italia.

Elementi chiave:

Proprietà
iconiche



Ville storiche, appartamenti di lusso e tenute immerse nella natura, posizionate in località di prestigio in tutta Italia.

Clientela
internazionale



Investitori e privati provenienti da Stati Uniti, Europa, Asia e Medio Oriente, attratti dall'autenticità e dal fascino italiano.

Trend di
mercato



Una crescente domanda di immobili esclusivi che combinano estetica, storia e innovazione.

Il nostro differenziale

Cosa rende Building Heritage diversa da qualsiasi altra realtà del Real Estate? È la nostra capacità di combinare un know-how senza pari con una visione innovativa, il tutto radicato nell'amore per l'Italia e il suo patrimonio.

1

Ogni Cliente riceve un'esperienza su misura, curata nei minimi dettagli.

2

Il legame con Forbes Global Properties è un sigillo di qualità che ci posiziona tra i migliori operatori immobiliari del mondo.

3

Ogni proprietà visitata con i nostri specialisti farà vivere un'esperienza in cui si coglie l'essenza della storia e dello stile di vita italiano, offrendo un valore aggiunto che va oltre il mero investimento.

L'Italia non è solo
una destinazione: è
un'esperienza che i nostri
clienti vogliono vivere.



A modern living room with a large, light-colored stone fireplace. The fireplace has a glass front showing a fire burning. To the left of the fireplace is a white leather sofa with a brown throw blanket. In front of the sofa is a low, round, dark wood coffee table with a vase of white flowers. The room has large windows and a view of a terrace with outdoor furniture and a mountain landscape in the background.

6

Gli Archetipi
di Brand

Cosa sono gli Archetipi

Gli archetipi di brand sono modelli universali che rappresentano comportamenti, desideri e tratti condivisi dall'umanità. Sono strumenti potenti che aiutano i brand a creare connessioni emotive profonde con il loro pubblico, attraverso una narrazione coerente e riconoscibile.

Ogni archetipo incarna valori specifici e comunica un messaggio chiaro. Scegliere gli archetipi giusti per un brand permette di raccontare una storia potente e coerente, capace di ispirare e attrarre il pubblico ideale.

Perché utilizzare gli archetipi?

1

Gli archetipi attingono a emozioni e bisogni profondi, rendendo il brand più vicino al Cliente.

2

Definiscono un linguaggio e uno stile univoco che guida ogni interazione del brand.

3

Posizionano il brand in modo unico rispetto alla concorrenza, comunicando con chiarezza chi siamo e cosa rappresentiamo.

Perché sono importanti

In un settore come il Real Estate di lusso, dove emozione, fiducia e aspirazione sono elementi chiave, gli archetipi permettono a Building Heritage di costruire un'identità chiara e coinvolgente.

1

Dalla selezione delle proprietà alla comunicazione, gli archetipi assicurano coerenza.

2

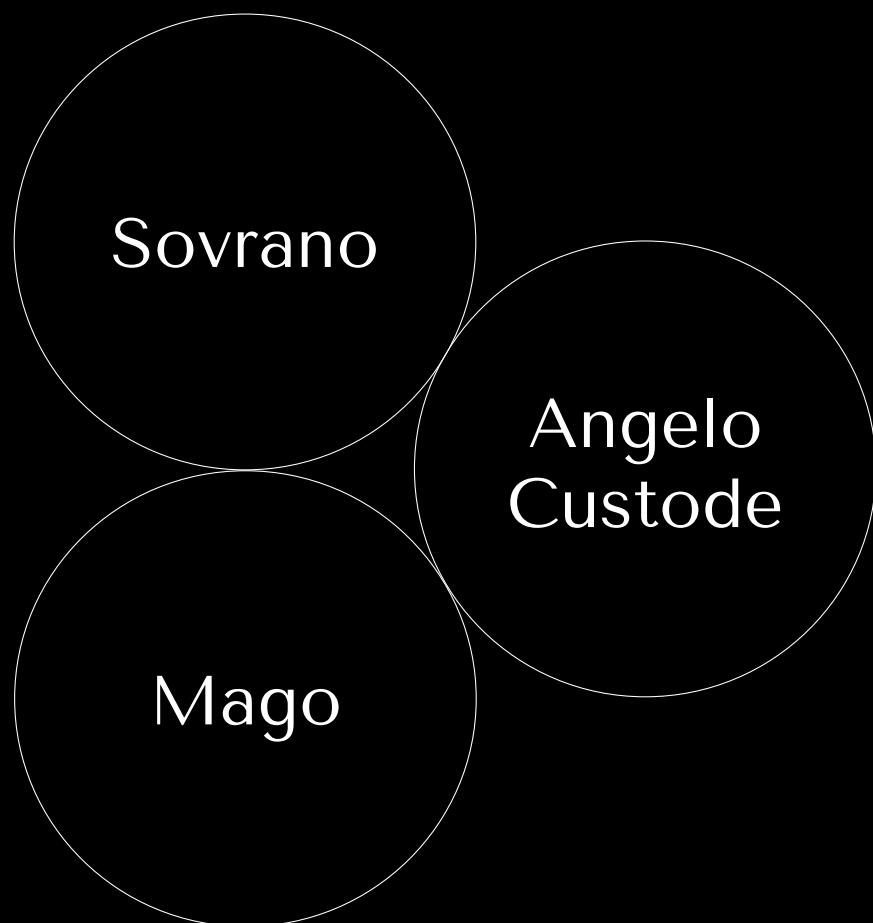
Un brand con un'identità archetipale ben definita è percepito come più autentico e affidabile.

3

Gli archetipi rafforzano il messaggio che Building Heritage vuole trasmettere: eccellenza, sicurezza ed emozione.

I nostri Archetipi

Building Heritage è guidata da tre archetipi principali, che definiscono la sua essenza e il modo in cui si relaziona con i Clienti e il mercato.



I nostri archetipi non sono solo un concetto: sono il nostro modo di essere, il nostro modo di creare valore.

- L'archetipo del Sovrano
- L'archetipo dell'Angelo Custode
- L'archetipo del Mago

50%

Sovrano

CARATTERISTICHE

Autorità, controllo, eccellenza.

- Posizionamento come punto di riferimento del Real Estate di lusso italiano.
- Comunicazione istituzionale e autorevole.
- Promessa di valore attraverso la perfezione in ogni dettaglio.

25%

Angelo Custode

CARATTERISTICHE

Cura, protezione, empatia.

- Esperienze personalizzate che mettono il cliente al centro.
- Discrezione e protezione in ogni interazione.
- Assistenza post-vendita che trasforma un acquisto in una relazione di lungo termine.

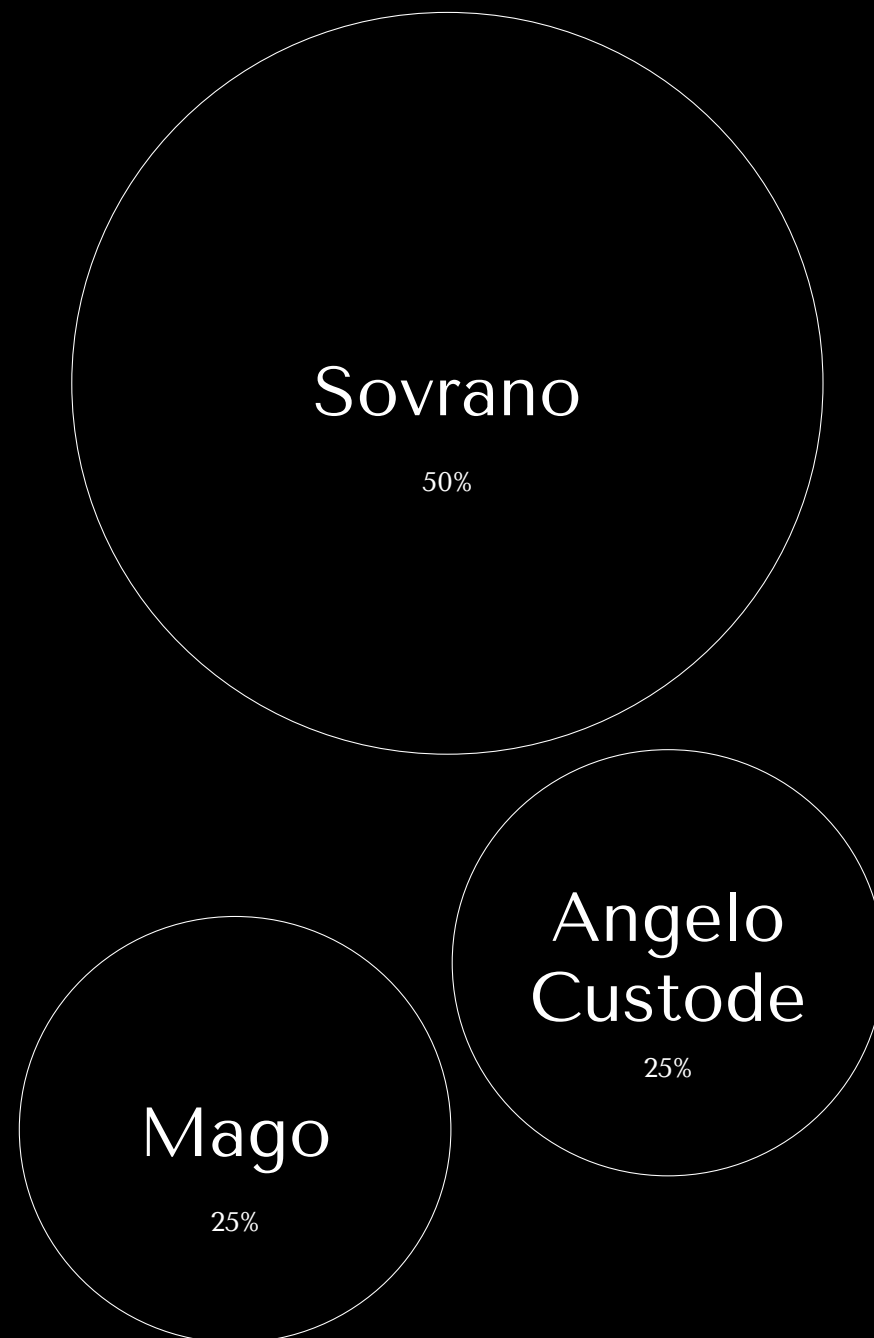
25%

Mago

CARATTERISTICHE

Visione, trasformazione, meraviglia.

- Valorizzazione delle proprietà con creatività e innovazione.
- Comunicazione che ispira e incanta, evocando il fascino dell'Italia.
- Esperienze immobiliari che trascendono l'ordinario.





7

I nostri
Valori

La Piramide dei Valori

Cosa rappresenta?

La Piramide dei Valori è la struttura fondante di Building Heritage, una guida che orienta ogni decisione, ogni interazione e ogni progetto. Come una piramide, i valori si stratificano, partendo da una base solida per raggiungere un vertice che rappresenta l'essenza del nostro brand.

Perché è importante?

Definisce
l'identità
del brand



I valori sono il nostro biglietto da visita, ciò che ci distingue e ci rende riconoscibili.

Orienta le
decisioni
aziendali



Ogni scelta strategica è coerente con i nostri valori, garantendo autenticità e trasparenza.

Ispira
fiducia



Un brand con valori chiari trasmette sicurezza ai clienti, ai partner e al proprio team.

La nostra Piramide dei Valori

La Piramide dei Valori di Building Heritage è composta da tre livelli, ciascuno dei quali riflette un aspetto fondamentale del nostro approccio al Real Estate di lusso.



La base solida

① Innovazione

Il Real Estate è in continua evoluzione, e così siamo noi. Investiamo in tecnologie all'avanguardia e in idee innovative per anticipare i trend e offrire soluzioni uniche.

② Eccellenza

Nulla è lasciato al caso. Ogni dettaglio, grande o piccolo, è curato con la massima precisione per garantire un'esperienza perfetta.

③ Ambizione

Non ci accontentiamo mai. Puntiamo sempre a superare le aspettative, alzando costantemente gli standard di qualità e servizio.

Il legame

④ Collaborazione

Crediamo che il lavoro di squadra sia la chiave per il successo. Collaboriamo con clienti, partner e colleghi per costruire relazioni solide e proficue.

⑤ Etica e Rispetto

L'integrità è alla base di ogni nostra azione. Operiamo con trasparenza e rispetto, sia nei confronti dei Clienti che del patrimonio immobiliare che rappresentiamo.

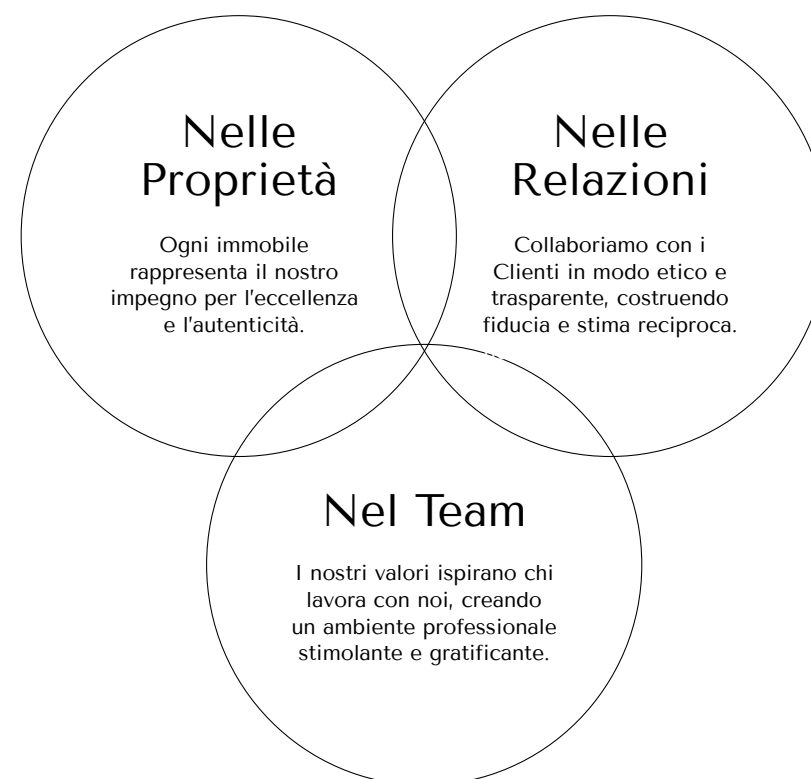
La punta

⑥ Autenticità e fiducia

Ogni proprietà racconta una storia, e così facciamo noi. Promuoviamo un lusso autentico, radicato nella cultura e nella bellezza italiane, evitando l'omologazione. Ogni negoziazione sarà guidata nell'interesse esclusivo del cliente.

L'impatto dei valori

I valori di Building Heritage non sono semplicemente una dichiarazione d'intenti: sono il motore di ogni attività. La Piramide dei Valori garantisce che la nostra visione aziendale sia condivisa e compresa da tutti, dai Clienti al team interno.



A large, rectangular outdoor swimming pool is illuminated with a vibrant turquoise light. The pool is surrounded by a wooden deck and a paved area. In the background, a stone wall and a large white umbrella are visible. The pool is situated on a hillside with lush greenery and tall cypress trees. In the distance, a city with lights is visible through the haze of the night. The sky is a deep blue, and the overall atmosphere is serene and luxurious.

8

Tone of
Voice

Cos'è il Tone of Voice

Il tone of voice (tono di voce) è molto più di uno stile di scrittura: è la personalità di un brand tradotta in parole e azioni. Comprende non solo la comunicazione verbale (ciò che viene detto), ma anche quella paraverbale (il modo in cui viene detto) e non verbale (immagini, gesti, atmosfera). È la coerenza tra parole, tono e contesto che costruisce la percezione del brand.

Perché è importante?

Costruisce identità	●	Rende il brand riconoscibile e distintivo.
Crea coerenza	●	Ogni messaggio, sia scritto che parlato, riflette un'identità unica.
Trasmette emozioni	●	Il modo in cui comunichiamo influisce profondamente sulle emozioni e sulle esperienze dei Clienti.

Il Tone of Voice di Building Heritage

Il tone of voice di Building Heritage riflette l'essenza del nostro brand: esclusività, eleganza e autorevolezza. È il ponte tra i nostri valori e il modo in cui ci presentiamo al mondo.



Caratteristiche principali:

Istituzionale ma Empatico

Comunichiamo con autorevolezza, ma sempre con un tocco umano che mette il cliente al centro.

Ritmato e Sostenuto

Ogni frase ha un ritmo preciso, che cattura l'attenzione senza risultare troppo formale o rigida.

Deciso ed Educato

Ogni parola trasmette sicurezza e rispetto, bilanciando assertività e raffinatezza.

Elegante e Sofisticato

Il nostro linguaggio è raffinato, rispecchiando la bellezza e il lusso delle proprietà che rappresentiamo.

Linee guida per il Team

Per garantire coerenza e qualità, il tone of voice deve essere rispettato da ogni membro del team. Queste linee guida coprono tutti gli aspetti della comunicazione verbale, paraverbale e non verbale.

- ✓ Usare un linguaggio positivo
Trasmettere fiducia e ottimismo in ogni comunicazione.
- ✓ Mantenere coerenza
Tutti i materiali devono seguire lo stesso stile, indipendentemente dal canale di comunicazione.
- ✗ Evitare il linguaggio troppo complesso
Eleganza non significa complessità; il messaggio deve essere chiaro e accessibile.
- ✗ Evitare di usare un linguaggio non coerente al contesto
Il tono può essere modulato per adattarsi al pubblico (es. più formale con investitori, più empatico con famiglie).

- Linguaggio raffinato e preciso, che trasmette sicurezza e competenza.

- Frasi ritmate e ben bilanciate, capaci di catturare attenzione senza appesantire.

- TONO: Caldo e rassicurante, ma deciso e autorevole.

- VELOCITÀ: Moderata, per garantire chiarezza e comprensione.

- INTONAZIONE: Elegante, con accenti che enfatizzano le emozioni positive e il lusso.

- IMMAGINI: Ogni visual deve riflettere il lusso e l'autenticità delle proprietà rappresentate.

- GESTUALITÀ: Approccio composto e accogliente, per trasmettere professionalità e attenzione.

- DESIGN GRAFICO: Linee pulite, eleganza visiva e cura per ogni dettaglio.

Comunicazione Verbale

- Usare un linguaggio positivo e inclusivo.

- Preferire chiarezza ed eleganza alle complessità inutili.

Comunicazione Paraverbale

- Parlare con tono rassicurante e autorevole.

- Modulazione della voce per enfatizzare i punti chiave senza eccessi.

Comunicazione Non Verbale

- Presentarsi sempre in modo composto e professionale.

- Mantenere un contatto visivo gentile e rispettoso durante le interazioni dirette.

A large white number 9 is overlaid on the right side of the image, partially obscuring the house and trees. The background is a photograph of a two-story stone house with a tiled roof, surrounded by lush greenery and a lawn. The house has several windows with dark shutters and a small arched entrance. The garden features a large bush with pink flowers in the foreground and a well-manicured lawn with a path leading to the house. The sky is blue with some clouds.

9

Mission
e Vision

Cos'è la Vision?

La vision è il sogno che guida un'azienda, la sua stella polare. È ciò che Building Heritage vuole diventare nel lungo termine e l'impatto che desidera avere sul mercato e sui suoi Clienti. La vision va oltre il presente, delineando un futuro ideale che ispira e motiva l'intero team.

Perché la vision è importante?

1

Fornisce uno scopo più grande, che unisce e motiva tutti i collaboratori.

2

Ogni scelta strategica è orientata a raggiungere la vision aziendale.

3

Mostra ai Clienti e ai partner dove l'azienda vuole arrivare, rafforzando la fiducia nel brand.

La Vision di Building Heritage

La vision di Building Heritage è diventare il punto di riferimento globale per il Real Estate di lusso in Italia con speciale riferimento alla Toscana, offrendo esperienze immobiliari che non solo soddisfano le aspettative, ma le superano, trasformandole in autentiche emozioni.

1

Ogni proprietà rappresenta il meglio del lusso e della bellezza italiana.

2

Building Heritage preserva e promuove l'unicità del patrimonio culturale e artistico italiano.

3

Non vendiamo solo proprietà: coroniamo sogni e indirizziamo investimenti.

Cos'è la Mission?

La mission è la dichiarazione pratica di ciò che Building Heritage fa ogni giorno per realizzare la sua vision. È il nostro impegno quotidiano, il modo in cui trasformiamo i nostri valori in azioni concrete.

Perché la mission è importante?

1

Spiega cosa facciamo e perché lo facciamo.

2

Mostra ai Clienti che abbiamo un piano chiaro per soddisfare i loro bisogni.

3

La mission rende tangibili i principi che guidano il brand.

La Mission di Building Heritage

La mission di Building Heritage è connettere persone e luoghi straordinari, garantendo eccellenza in ogni fase del processo. Attraverso un approccio personalizzato, ci impegniamo a creare valore per i nostri Clienti, preservando al contempo la bellezza e l'autenticità del patrimonio immobiliare italiano.

1

Mettiamo in relazione proprietari e acquirenti, unendo sogni e opportunità.

2

Ogni Cliente è unico e riceve un'assistenza su misura, che rispetta le sue esigenze e aspirazioni.

3

Operiamo con rispetto e cura per preservare il valore culturale e storico delle proprietà che rappresentiamo.



Offrire non solo proprietà, ma esperienze di vita straordinarie, radicate nella bellezza dell'Italia.

Vision e Mission in azione

La vision e la mission di Building Heritage si riflettono in ogni aspetto della nostra attività:

Nelle
proprietà che
selezioniamo

Ogni immobile rispecchia la nostra promessa di eccellenza.

Nelle
relazioni che
costruiamo

Trattiamo ogni Cliente come un partner, con empatia e attenzione.

Nell'impegno
del nostro
team

Ogni membro del team è ambasciatore della nostra vision e mission.

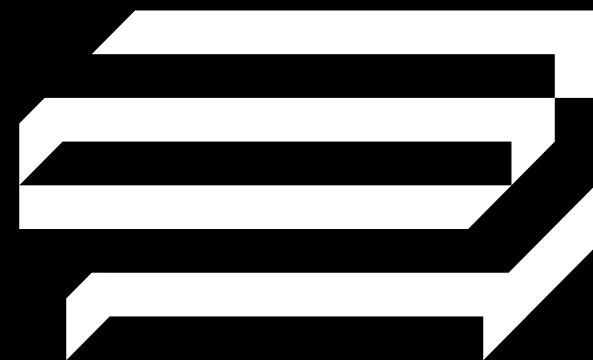


10

Identità
Visiva

Concept

Il logo raffigura una scala, simbolo di elevazione e progresso. Rappresentando una via che conduce a un livello superiore di prestigio e raffinatezza. La struttura della scala è studiata per mostrare tra le sue linee le iniziali "B" e "H", che si fondono in modo discreto ma riconoscibile, come un invito a chi ambisce a un mondo di lusso e autenticità.



Palette Colori

#000000

RGB 0 0 0

CMYK 0 0 0 100

BLACK

#CDAA8B

RGB 205 170 139

CMYK 0 17 32 20

GOLD

#7C6E65

RGB 124 110 101

CMYK 0 11 19 51

DARK GREY

#FFFFFF

RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0

WHITE

#D9D1CA

RGB 217 209 202

CMYK 0 4 7 15

LIGHT GREY

#B0A298

RGB 176 162 152

CMYK 0 8 14 31

MID GREY

Tipografia

Tenor Sans

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Varianti di Logo



Logo Verticale



Icona

BUILDING  HERITAGE

Logo Orizzontale versione 2



Logo Orizzontale

A photograph of a lush, manicured garden courtyard. In the foreground, a dark blue swimming pool with two small fountains is visible. A light-colored stone patio surrounds the pool, featuring a lounge chair with a blue cushion on the left and a dark wooden bench with a blue cushion on the right. A stone balustrade separates the patio from a central stone staircase that leads to a building in the background. The garden is filled with dense greenery, including tall hedges, various shrubs, and large trees. A large white number '11' is superimposed over the upper right portion of the image. The building in the background has a light-colored facade, a circular window, and a balcony with a black railing.

11

Narrazione
del Brand

I nostri Pilastri della narrazione

La nostra narrazione si basa su tre pilastri fondamentali della nostra Etica:

- 1 Fiducia
- 2 Rispetto
- 3 Attenzione

I pilastri sui quali si costruiscono relazioni durature nel tempo e che sono per noi imprescindibili come in una vera famiglia. Speriamo ogni volta che il cliente si fidi e si affidi e ci faccia lavorare nel suo esclusivo interesse. Quando questo accade succedono cose meravigliose che fanno scaturire amicizie e bei ricordi che durano nel tempo.

Noi da parte nostra ripaghiamo mettendo il massimo impegno nel rispetto delle esigenze del cliente e lo curiamo con la massima attenzione.



12

Il Cliente
ideale

Chi è il Cliente ideale?

Il Cliente ideale di Building Heritage non è solo qualcuno che cerca una proprietà: è un sognatore che aspira a vivere l'autenticità e la bellezza italiana attraverso il lusso e l'investimento in Italia. È un individuo che apprezza i dettagli, l'eccellenza e la discrezione, e che vede nell'acquisto di una proprietà non solo un investimento, ma una scelta di vita.

Caratteristiche del Cliente ideale:

1

Clienti con la capacità di investire in proprietà di lusso.

2

Individui che richiedono discrezione e riservatezza in ogni fase del processo.

3

Clienti che cercano servizi su misura e soluzioni personalizzate per proprietà esclusive.

4

Persone che riconoscono e apprezzano l'unicità del patrimonio artistico, architettonico e paesaggistico italiano.

Cosa desidera il Cliente ideale?

Il Cliente ideale di Building Heritage desidera molto più di una semplice proprietà:

- Vuole sentirsi accompagnato in ogni fase del processo, dall'acquisto alla personalizzazione.
- Cerca luoghi unici che rispecchino l'eccellenza italiana, lontani dall'ordinario.
- Esige che ogni aspetto del servizio sia pensato su misura per le sue esigenze.
- Cerca investimenti sicuri che combinino bellezza, funzionalità e rendimento.

Come risponde Building Heritage a queste esigenze

Building Heritage si distingue per la sua capacità di soddisfare e superare le aspettative del Cliente ideale, grazie a:

1

Ogni Cliente è accompagnato da un team di esperti che comprende appieno le sue esigenze a 360 gradi dal visto al codice fiscale alla flat tax.

2

Ogni proprietà rappresenta il meglio del Real Estate di lusso italiano, scelto con cura e attenzione ai dettagli.

3

Le transazioni e le interazioni sono gestite con la massima riservatezza, rispettando la privacy del cliente e assistite da legali e tax experts in lingua.

4

Dal design degli interni alla gestione della proprietà, Building Heritage garantisce assistenza completa anche dopo la vendita.



Ogni Cliente è unico,
ma tutti condividono
un desiderio comune:
vivere l'Italia attraverso
il lusso.

Segmenti di clientela

Per comprendere meglio le diverse tipologie di Clienti, Building Heritage ha identificato segmenti chiave:

1 Investitori internazionali

- PROFILO: Individui e famiglie alla ricerca di proprietà di prestigio per diversificare i propri investimenti.
- INTERESSE: Valorizzazione del patrimonio immobiliare, con un occhio alle opportunità di redditività.

2 Amanti dell'Italia

- PROFILO: Clienti che desiderano vivere l'esperienza italiana attraverso residenze esclusive.
- INTERESSE: Location uniche, come proprietà nella campagna toscana, appartamenti nei centri storici o ville sui laghi e fronte mare

3 Professionisti e famiglie benestanti

- PROFILO: Coloro che cercano un equilibrio tra lusso, funzionalità e lifestyle.
- INTERESSE: Residenze di prestigio che combinano comfort e raffinatezza.

A photograph of a modern, multi-story building with large glass windows and a flat roof. The building is situated next to a body of water, and its reflection is visible in the calm water. In the background, there is a large, rugged mountain with a peak that is illuminated by the warm light of a sunset. The sky is a mix of blue and orange. The overall scene is peaceful and scenic.

13

Partnership
e Collabora-
zioni

L'Importanza delle partnership

Le partnership e le collaborazioni rappresentano un pilastro fondamentale per Building Heritage, contribuendo a garantire un servizio d'eccellenza e una rete di supporto che valorizza ogni aspetto dell'esperienza del Cliente. Attraverso una selezione attenta e strategica dei nostri partner, possiamo offrire soluzioni su misura e una qualità senza compromessi in ogni fase del processo.

Perché sono importanti?

1

Collaboriamo con esperti qualificati per coprire ogni esigenza del Cliente, dalla consulenza fiscale alla ristrutturazione.

2

Ogni partnership è pensata per migliorare l'esperienza del Cliente e garantire risultati eccellenti.

3

Lavorare con partner d'élite rafforza l'immagine di Building Heritage come leader nel Real Estate di lusso.

Come selezioniamo i Partner

La scelta dei partner non è casuale: ogni collaborazione è il risultato di un processo rigoroso e selettivo che garantisce il massimo livello di qualità e affidabilità.

Criteri di selezione:

Reputazione e affidabilità



Collaboriamo solo con professionisti riconosciuti per la loro eccellenza e integrità

Esperienza nel Lusso



I nostri partner condividono la nostra comprensione delle esigenze di una clientela sofisticata e internazionale.

Allineamento con i nostri valori



Ogni partner opera in armonia con i nostri principi di innovazione, etica ed eccellenza.



14

Conclusione

Riassunto

Building Heritage non è solo un'azienda: è un simbolo di eccellenza, eleganza e innovazione nel mondo del Real Estate di lusso. Attraverso ogni capitolo di questo Brandbook, abbiamo delineato chi siamo, cosa facciamo e come lo facciamo. Ogni dettaglio riflette la nostra missione di offrire non solo proprietà, ma esperienze che ispirano e trasformano supportate dai migliori professionisti del settore.

1

Siamo custodi del lusso e dell'autenticità italiana, guidati dai nostri valori di eccellenza, rispetto e attenzione.

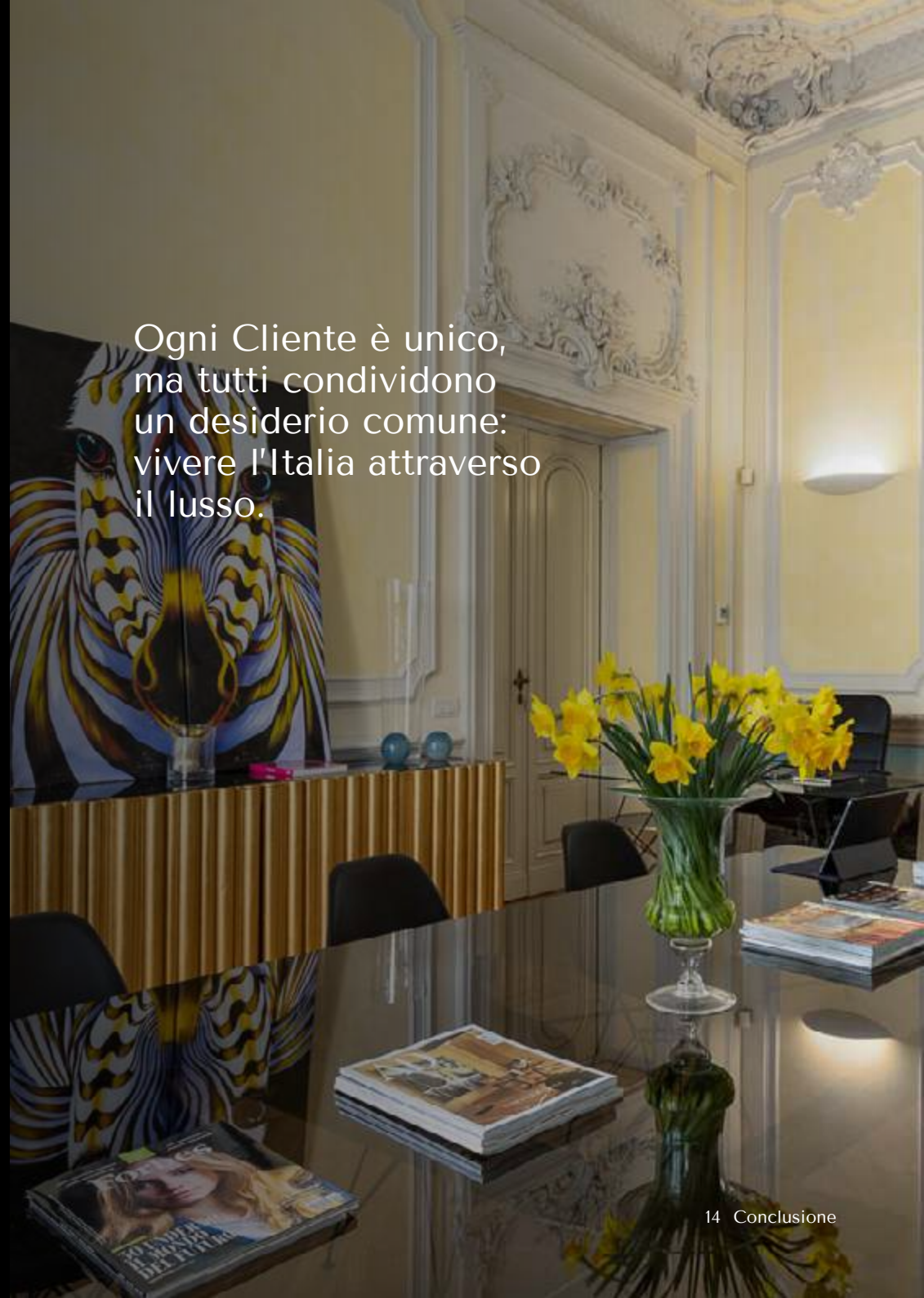
2

Ogni interazione con i nostri Clienti è un'opportunità per creare qualcosa di unico, un senso di fiducia e di "famiglia".

3

Grazie alla partnership con Forbes Global Properties, portiamo l'Italia al centro del mercato immobiliare internazionale.

Ogni Cliente è unico, ma tutti condividono un desiderio comune: vivere l'Italia attraverso il lusso.



Il nostro futuro

Il viaggio di Building Heritage è da poco iniziato. Guardiamo al futuro con l'ambizione di diventare il migliore e più attrattivo punto di riferimento per chiunque cerchi il meglio del Real Estate in Italia. La nostra crescita non è solo misurata dai risultati, ma dalla capacità di continuare a innovare, ispirare e superare le aspettative dei nostri Clienti.

Obiettivi futuri:

1

Ampliare la nostra presenza nelle destinazioni più iconiche d'Italia e della Toscana.

2

Integrare tecnologie avanzate per migliorare l'esperienza del Cliente e la gestione delle proprietà.

3

Promuovere progetti immobiliari che rispettino il territorio e il patrimonio culturale.



"Per chi cerca un'esperienza che vada oltre il semplice acquisto immobiliare, Building Heritage è qui per voi.

Costruiamo un'eredità che durerà nel tempo: insieme."

Cinzia Romanelli
CEO AND FOUNDER DI BUILDING HERITAGE

building-heritage.com

info@building-heritage.com

+39 0550162537

Lungarno Amerigo Vespucci, 28, Firenze

BUILDING  HERITAGE