

COMUNICARE MontEspertOlio

Intervento realizzato con il cofinanziamento FEASR del Piano di Sviluppo Rurale 2014-2022 della Regione Toscana Progetto "MontEspertOlio Valorizzazione qualitativa e merceologica dell'olio extravergine di oliva e processi di territorial branding nel comune di Montespertoli". Sottomisura 16.2 CUP Artea 1073869

SANDRA SALVATO | SALVATO COMUNICAZIONE

parte 1

MontespertOlio: l'eccellenza in bottiglia.

Primi step comunicativi

OBIETTIVI

OBIETTIVO DEL PROGETTO

Valorizzare l'olio extravergine di oliva di Montespertoli attraverso branding territoriale e comunicazione integrata.

FOCUS INIZIALE

Creazione di una brand identity forte e coinvolgente.

VISIONE A LUNGO TERMINE

Posizionare l'olio di Montespertoli come prodotto di riferimento nel mercato nazionale e internazionale.

AZIONI

COMUNICARE

a livello locale, nazionale, internazionale

l'ALTA QUALITÀ dell'olio che vede nella **BOTTIGLIA** il portale per la valorizzazione sia delle aziende che lo hanno prodotto sia del **TERRITORIO** al quale esse appartengono.

ORGANIZZARE

le **INFORMAZIONI** relative al territorio e al prodotto olio EVO.

OFFRIRE

un'idea dei **SERVIZI** a supporto del potenziale **CONSUMATORE** che Montespertoli può mettere a disposizione e veicolare attraverso i propri canali di comunicazione.

TARGET

- **CONSUMATORE**

Estimatore produzione locale, alta qualità, salutisti, etc.

- **TURISTA (ENOGASTRONOMICO) IN AREE RURALI**

- ✓ Turismo di prossimità

- ✓ Turismo straniero

- **RISTORATORI**

Capacità del territorio di esprimere tutte le proprie potenzialità e di dare visibilità all'offerta nella sua completezza.

- **OPERATORI DELL'OSPITALITÀ**

Comprendere le potenzialità del settore oleario significa innovare l'offerta e l'accoglienza turistica (espositori dedicati, Oil box di welcome/linea cortesia, incontri e degustazioni, laboratori, educazione al consumo, presentazioni, etc.).

Comunicare MontespertOlio | L'eccellenza in bottiglia |

VALORI



ACCOGLIENZA

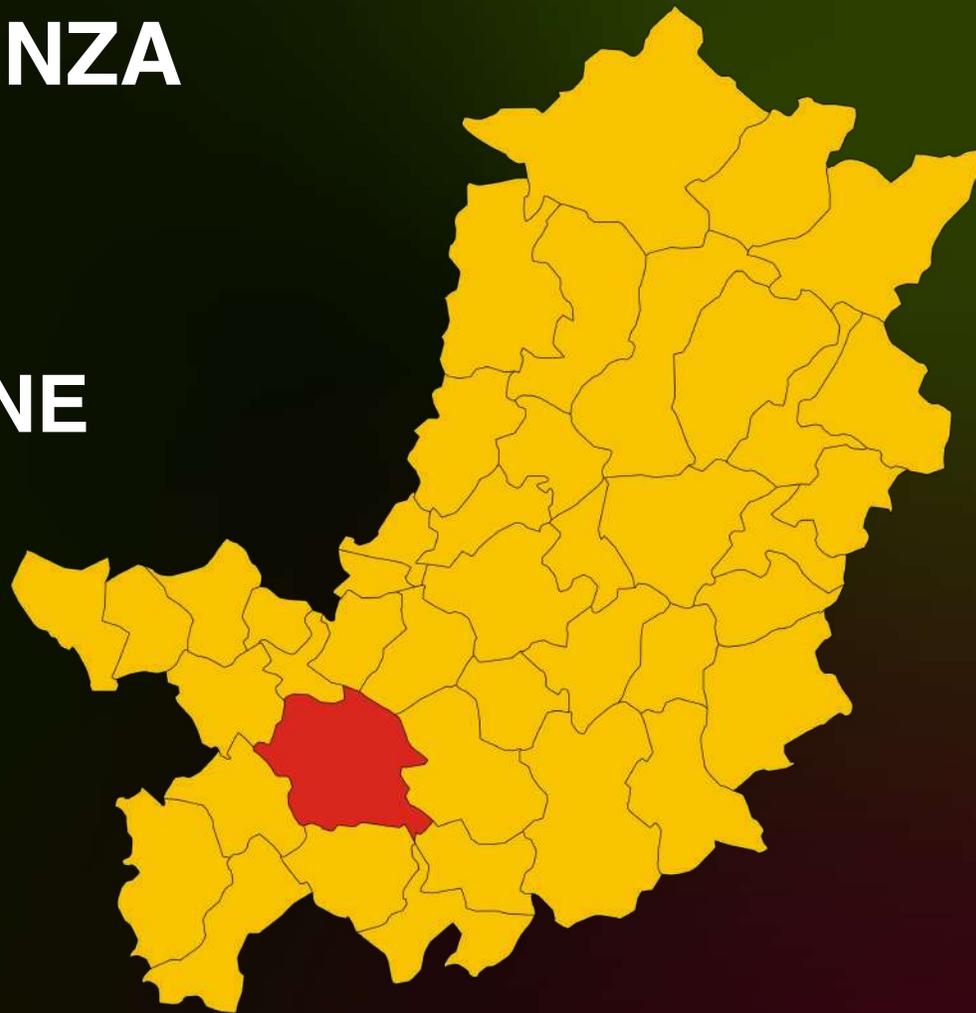
AUTENTICITÀ

TRADIZIONE

VICINANZA

INNOVAZIONE

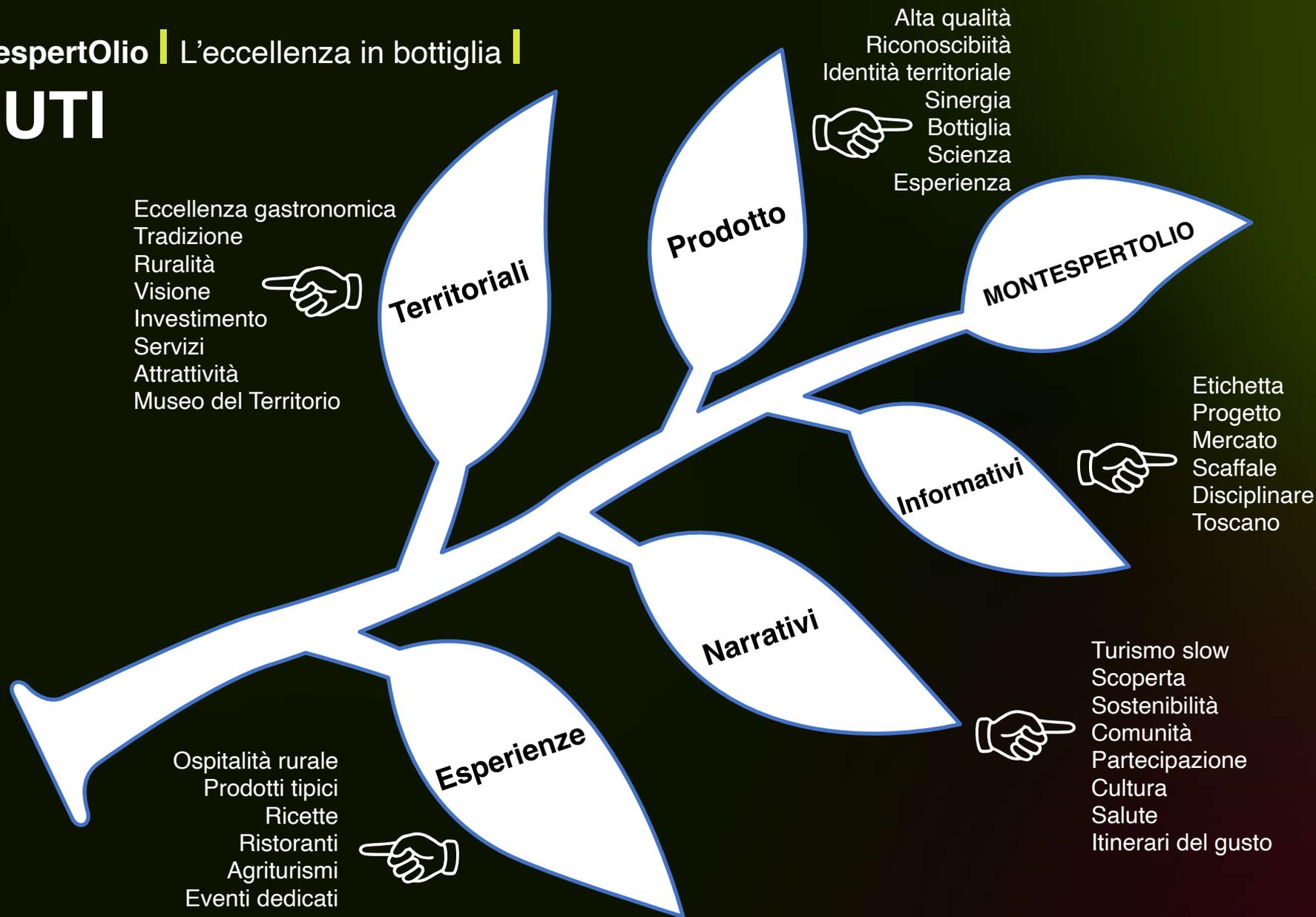
SINERGIA



CONTENUTI

- **TERRITORIALI**
- **LEGATI AL PRODOTTO**
- **LEGATI ALLE ESPERIENZE E AGLI EVENTI**
- **NARRATIVI E PROMOZIONALI**
- **INFORMATIVI E DESCRITTIVI**

CONTENUTI



PAROLE CHIAVE

#RICONOSCIBILITÀ

#TERRITORIO

#ALTAQUALITÀ

SVILUPPO DELLA BRAND IDENTITY

OBIETTIVO

Costruire un'identità riconoscibile.



NAMING

Ideazione di nomi rappresentativi che richiamano il territorio, la qualità, tradizione e innovazione.



VISUAL IDENTITY: LOGO DESIGN

Creazione di un logo distintivo, che comunica modernità e tradizione, con richiami alla natura e al territorio.



ETICHETTA SMART

Coerenza grafica con l'immagine del progetto. Uso di QR code per collegare i consumatori a video, schede tecniche e storytelling.

NAMING

MONTESPERT...OLIO

NAMING STUDIO

Per l'olio di Montespertoli ho proceduto, per il documento su cui annotare i parametri che la voce dovrebbe integrare: "popolare senza essere banale", "non sofisticato", "semplice", "innovativo e al tempo stesso", "valore percepito di quello che si produce da un territorio" e di cui ho inteso debba rappresentare una voce quanto posizionato su uno scaffale superiore.

Un nome che "un tocco d'oro", che può stare nella grafica e che è giusto per sottolineare il peso di questo territorio e l'eleganza che, anche nel suo "vestito" deve avere.

Un nome che, unitamente alle prime prove grafiche, mi ha permesso di esprimere le aspettative sulla "prestazione" del brand, di portare avanti la narrazione di un territorio - oltre che alla viticoltura -, un territorio da cui si può ottenere la migliore qualità dei suoi nettari. In tal senso, il nome è un invito verso questa esperienza, che contempla tanto il territorio quanto il contesto nel quale si realizza.

Come detto tante volte, un nome "giusto" produce dei benefici di ritorno, come il contribuire a chiarire il significato di un "brand", dei valori sui cui si fonda, e dell'infinito sottotesto a cui rimanda: dal processo produttivo all'identità di ogni produttore, dalla incredibile diversità del terreno, fino alla crescita di un intero territorio.

Un nome azzeccato, insomma, è già la promessa di un viaggio verso molte destinazioni.



NAMING



SVILUPPO DELLA BRAND IDENTITY

OBIETTIVO

Costruire un'identità riconoscibile.



NAMING

Ideazione di nomi rappresentativi che richiamano il territorio, la qualità, tradizione e innovazione.



VISUAL IDENTITY: LOGO DESIGN

Creazione di un logo distintivo, che comunica modernità e tradizione, con richiami alla natura e al territorio.



ETICHETTA SMART

Coerenza grafica con l'immagine del progetto. Uso di QR code per collegare i consumatori a video, schede tecniche e storytelling.

Comunicare MontespertOlio | L'eccellenza in bottiglia |

LOGO DESIGN

Design process | Label | elegante 1

Label | elegante



Label | informale



STORYTELLING E COMUNICAZIONE

IL RACCONTO DEL PROGETTO



VIDEO PROMOZIONALE

Video emozionale per veicolare la qualità del prodotto e il legame con il territorio.



FOTOREPORTAGE

Un racconto per immagini di tutte le fasi di produzione di MontespertOlio e dei suoi attori principali.



PRESENTAZIONE

Conferenza stampa di presentazione dell'olio Evo di Montespertoli e follow up.



FIERE ED EVENTI

Nel 2025 partecipazione a fiera di settore, B2B, B2C.

Comunicare MontespertOlio | L'eccellenza in bottiglia |

STORYTELLING E COMUNICAZIONE

VIDEO PROMO



Comunicare MontespertOlio | L'eccellenza in bottiglia |

STORYTELLING E COMUNICAZIONE

**SITO MONTESPERTOLI /
OLEA PROJECT**

MUSEO DEL TERRITORIO

STAND E FIERE AGROALIMENTARI

PORTALI TURISTICI TOSCANA

SOCIAL MEDIA

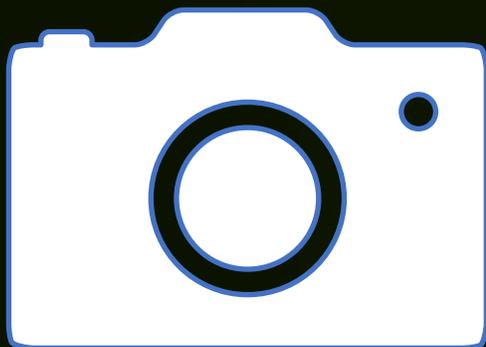
CANALI COMUNICAZIONE AZIENDE

CORNER STAZIONI E AEROPORTI

Comunicare MontespertOlio | L'eccellenza in bottiglia |

STORYTELLING E COMUNICAZIONE

FOTOREPORTAGE



PROSSIMI STEPS - COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E MEDIA RELATIONS

FINALIZZAZIONE IDENTITÀ VISIVA:

Scelta del nome e del logo.

VIDEO PROMO:

Finalizzazione e diffusione.

FIERA 2025

Pianificazione e comunicazione.

LANCIO CAMPAGNA MEDIA

Press conference istituzionale, follow up, media training, Adv (eventuale), rassegna stampa.

MICROMARKETING

Acquisition: studio grafico per una Fidelity card.

COMUNICAZIONE DIGITALE



LANCIO CAMPAGNA SOCIAL

Comunicare on line per coinvolgere.



CONTENUTI E PIANO EDITORIALE

Content strategy ed elaborazione del piano editoriale per SN progetto.



SITO WEB

Sito web progetto.



DEM / NEWSLETTER

Creazione layout e contenuti.

SALVATO
comunicazione
PRESSOFFICE/MEDIARELATIONS

grazie