

MONTESPERTOLIO

Naming e mix comunicativo

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

COSA POSSIAMO FARE NOI

Pianificazione strategica ed esecutiva: il mix comunicativo

Definizione degli strumenti

Naming

Progetto grafico e coordinamento della brand identity (*dal logo al labelling, brand e pack design*)

Comunicazione e Media Relations

Media Training

Social Media Strategy e Content

Coordinamento partners di progetto

Coordinamento fornitori per materiale promozionale

Coordinamento video e foto

Promozione eventi e prodotti via DEM

Ideazione e realizzazione spot promozionale (trailer, coda e spot)

Museo del Territorio

I CAMPAGNE COMUNICAZIONE 2024/2025

Prima campagna di comunicazione: Olea 2024

- Divulgazione primi step comunicativi
- Realizzazione trailer video promo
- Social Media content

Seconda campagna di comunicazione: SOL2, Verona 2-4 marzo 2025

- Content Strategy definizione e realizzazione content materiale promo off e on line
- Press kit e media relations
- Realizzazione video promo versione trailer e coda
- Media training
- Social Media Content
- Talk e moderazione dibattito

Terza campagna di comunicazione: conferenza stampa conclusiva, 12 maggio 2025, Regione Toscana

- Organizzazione conferenza stampa
- Media training
- Press Kit
- Presentazione spot commerciale e canali distribuzione
- Degustazione olio con stampa di settore
- DEM
- Rassegna stampa
- Kit strumenti per imprese

Creazione di un'identità visiva forte e coerente

NAMING

LOGO

PACKAGING

NAMING STUDIO

Nella ricerca del nome per l'olio di Montespertoli ho proceduto, per prima, a creare un documento su cui annotare i parametri che la denominazione avrebbe dovuto integrare: "popolare senza essere banale", "raffinato ma non sofisticato", "semplice", "innovativo e al contempo fedele al valore percepito di quello che si produce da sempre a Montespertoli" e di cui ho inteso debba rappresentare una sorta di *continuum*, per quanto posizionato su uno scaffale superiore.

Piace - è emerso - anche "un tocco d'oro", che può stare nella grafica quanto nel naming, giusto per sottolineare il peso di questo "lingotto" della Toscana e l'eleganza che, anche nel suo "vestito" (packaging), è giusto che abbia.

I risultati del questionario, unitamente alle prime prove grafiche, mi hanno posto il problema delle aspettative sulla "prestazione" del nuovo olio, che deve portare avanti la narrazione di un territorio vocato all'olivicoltura - oltre che alla viticoltura -, un territorio da scoprire attraverso la migliore qualità dei suoi nettari. In tal senso, il nome doveva avviarmi verso questa esperienza, che contempla tanto il bene di consumo 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.



ORO DI MONTESPERTOLI

MONTOLIO

OLEA FIORENTINA

COLLE NOSTRO

OLIVA MADRE

DICIANNOVE

NAMING STUDIO

Oro di Montespertoli	Montolio	Olea Fiorentina	Collenostro	Oliva Madre	Diciannove
		2° Preferenza		1° Preferenza	3° Preferenza
1° Preferenza			3° Preferenza		2° Preferenza
			1° Preferenza	3° Preferenza	2° Preferenza
1° Preferenza				2° Preferenza	3° Preferenza
		3° Preferenza		2° Preferenza	1° Preferenza
3° Preferenza				2° Preferenza	1° Preferenza
2° Preferenza			3° Preferenza		1° Preferenza
	1° Preferenza	3° Preferenza		2° Preferenza	
3° Preferenza	2° Preferenza				1° Preferenza
2° Preferenza	3° Preferenza				1° Preferenza
		2° Preferenza	3° Preferenza		1° Preferenza
		3° Preferenza	2° Preferenza		1° Preferenza
	3° Preferenza		2° Preferenza		1° Preferenza
			3° Preferenza	1° Preferenza	2° Preferenza
		3° Preferenza		2° Preferenza	1° Preferenza

DICIANNOVE



NAMING STUDIO

DICIANNOVE

- Un numero per raccontare, *sic et simpliciter*, il progetto dell'olio di Montespertoli. L'oro verde nasce dal felice incontro di più competenze, appunto 19. Diciannove, tuttavia, non si limita a definire, ma instilla nel consumatore la domanda: a cosa è riferito il nome, forse a un anno, un evento, a soggetti, alle cultivar?
- A ben guardare, questo ultimo decennio ha dato vita a un trend - che non riguarda solo il mercato agroalimentare - per cui il nome del prodotto contiene numeri o si limita a questi per ragioni di brevità e facile memorizzazione. Definire l'olio "Diciannove", non risponde a un desiderio di stilosità, né rappresenta una scorciatoia in mancanza di fantasia: il numero ha un grande potenziale in termini di valore di differenziazione.

Parole chiave:

innovativo, contemporaneo, di alta qualità

DICIANNOVE

- Diciannove racconta di una complessità: far lavorare molte aziende, diverse per filosofia e offerta produttiva, verso un medesimo obiettivo - "liquefatto" nella bottiglia e pronto a farsi apprezzare per le sue qualità organolettiche - portato alla sua massima espressione anche grazie ad altre professionalità, tutte convergenti e complementari.
- Da un punto di vista grafico, Diciannove propone una "forma" fisica del prodotto, lo rende riconoscibile nella sua composizione, essendo che le predominanti grafiche del *lettering* si associano più facilmente alla rotondità, quindi all'armonia del nettare, a un gusto accogliente. Anche la pronuncia, del resto, va nella stessa direzione.

PRO&CONTRO:

- **Facile da ricordare, di tendenza, moderno e concettuale come la grafica**
- **Da decodificare, da spiegare con il giusto storytelling**

Posizionamento del territorio attraverso il prodotto



SLOGAN / CLAIM

DICIANNOVE, Un olio, diciannove storie di gusto. Per chi sceglie l'eccellenza.

LEGAME CON IL TERRITORIO

Valorizzazione delle collaborazioni



LE IMPRESE

L'UNIVERSITÀ (Ricerca scientifica e qualità)

LE ISTITUZIONI (Sostegno e sviluppo)



COSA POTETE FARE VOI

Comunicazione off e on line

PR e MEDIA RELATIONS >

Generalisti, media settore, press trip mirati (anche One2One)

Influencer Marketing > Food Blogger

Campagne ADV (Budget):

***On line* > Google Ads, Fb/Insta Ads con targeting Geo e interesse, banner, landing page, DEM, SEM, Whatsapp, Telegram, Focus Group**

***Off Line* > Media: ADS, pubbliredazionali, Spot Radio-Tv/ banner, roll up, flyer, permanente, semipermanente, etc.**



Campagne promo e storytelling

Video Promo

DICIANNOVE, Un olio, diciannove storie di gusto. Per chi sceglie l'eccellenza.

On line > Canali digitali, YouTube, sito web Comune e progetto, DEM, Piattaforme, Social

Off Line > Media, Cinema, Rete distributori, Eventi, Info Point, Museo del Territorio

Social Strategy

Facebook e Instagram (Comune di Montespertoli e singole imprese): strategia e redazione contenuti (interviste, post e dietro le quinte)

Storytelling sito/i web

Sezione dedicata a DICIANNOVE

Mappa interattiva aziende partners e istituzioni

Blog con focus su follow up, sostenibilità, produzione e distribuzione



Eventi e oil tasting

Locali

Olea 2025: campagna mirata e laboratori

Feste e mercati del territorio > B2C

Menù dedicati in collaborazione con Ristoranti e Agriturismi (co-branding)

Cene con degustazione

Regionali/Nazionali/Internazionali

Presentazioni ad hoc

Fiere

Partnership con brand e prodotti *gourmet*

Certificazioni e Premi

**Creazione Associazione
IGP Colline di Firenze, Toscana
Concorsi per valorizzare eccellenza**

Esperienza culturale

**Percorsi di visita e turismo esperienziale con:
OleoTour negli uliveti e nei frantoi con degustazioni
Visite guidate al Museo del Territorio con focus olio**

Eventi Stagionali

**Raccolta Olive aperta al pubblico
Produzione diretta con visitatori**



Certificazioni e Premi

Creazione Associazione

IGP Colline di Firenze, Toscana

Concorsi per valorizzare eccellenza

Esperienza culturale

Percorsi di visita e turismo esperienziale con:

Tour negli uliveti e nei frantoi con degustazioni

Visite guidate al Museo del Territorio con focus olio

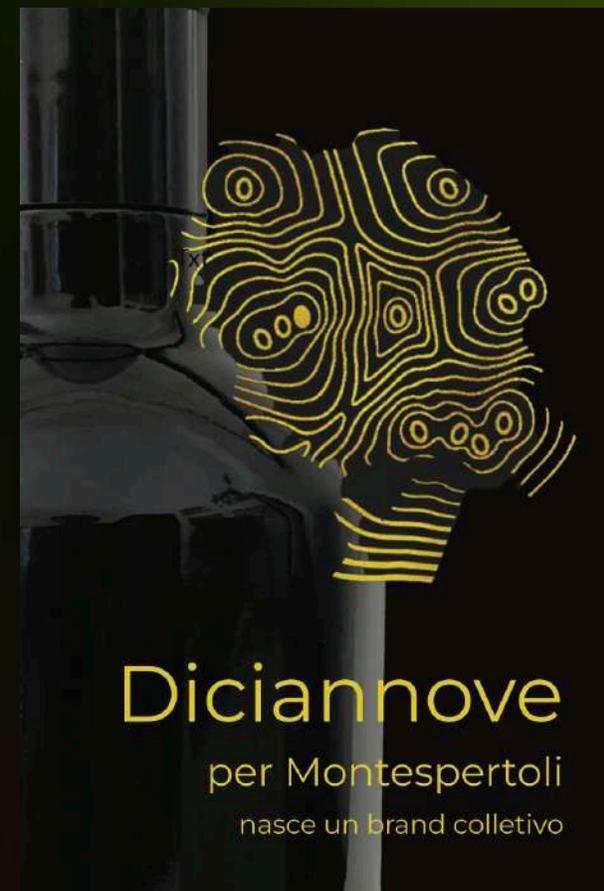
Eventi Stagionali

Raccolta Olive aperta al pubblico

Produzione diretta con visitatori

Partnership strategiche

Co-branding: es. con Vino Chianti e grani antichi



DICIANNOVE, *non è solo un olio...*

INDICATORI DI SUCCESSO

Incremento nelle vendite locali e on line
Accreditamento presso il sistema mediatico
Coinvolgimento della comunità locale

POI...

Espansione su mercati internazionali con campagne dedicate
Creazione nuovi prodotti coordinati
Potenziamento rete distributiva



grazie

E adesso guardiamo lo spot...

