SALVATO comunicazione
PRESSOFFICE/MEDIARELATIONS

DICIANNOVE

DICIANNOVE
IL KIT
COMUNICAZIONE

Comunicare l'olio extravergine di oliva da oliveti di Montespertoli

GUIDA AGLI STRUMENTI
Regole generali

La **comunicazione è una scienza,** non si improvvisa. Serve tempo, rispetto delle regole e costanza;

Budget: ciascuna azienda dovrebbe prevedere un minimo di budget (**≤ 2000 euro fino a un max di di 15 euro per anno**), da impiegare nella campagna di comunicazione, *off e on line*, per eventuali acquisti di publiredazionali e ogni altra forma di pubblicità tabellare su giornali, radio/Tv, web, oltre ad affissioni, cartelloni, etc (ADV);

Piano di comunicazione: seguire l'impostazione base proposta nell'Allegato A per il lancio del brand collettivo, tenendo conto dei propri canali e potendo accenderne di nuovi per gestire campagne di comunicazione multicanale;

Materiale: È possibile utilizzare il materiale in formato cartaceo e digitale elaborato durante il progetto (**v. Allegato**);

Creatività: Implementare tale materiale in modo progressivo con un minimo di creatività;

Coordinamento: Un'efficace campagna di comunicazione integrata prescinde dalla partecipazione di tutti e da 'una cabina di regia' (Azienda capofila) per il coordinamento delle attività collettive (es. Tour, eventi territorio, etc.)

Associazione: nel caso di una sua ufficializzazione, l'ente dovrà dotarsi di una strategia sua propria elaborata da un comunicatore ad hoc.

KIT COMUNICAZIONE

CANALI DI COMUNICAZIONE

OFF LINE

1. PR e MEDIA RELATIONS (pubbliche relazioni e ufficio stampa)

Per queste attività serve un comunicatore dedicato che metta in campo la propria esperienza e i propri contatti con i giornalisti, generalisti e di settore. È regola che anche la campagna ADV (pubblicità) sia affidata al comunicatore, tuttavia è possibile una propria autonoma iniziativa da parte delle imprese secondo lo schema proposto. **(V. Allegato)**

2. A LIVELLO LOCALE

La propria azienda/Agriturismo
Olea 2025/2026
Museo del Territorio
Feste e mercati del territorio
(DICIANNOVE) Tour
Certificazione e Premi
Ristoranti e altre aziende del territorio

3. A LIVELLO NAZIONALE / INTERNAZIONALE

Fiere
Partnership con brand high quality
Oil Ambassador
Co-branding italiani estero
Cartoline
CCIE

2. A LIVELLO LOCALE

La propria azienda/Agriturismo

- Angolo dedicato all'interno della struttura o del frantoio, con esposizione bottiglie e materiale informativo,
- Degustazioni,
- Visite guidate all'oliveto (giornate FAI e ambiente, feste dell'olio, etc.) con degustazione, per turisti italiani e stranieri,
- Proposta enogastronomica con chef territorio (Mattia Compagnucci).

Olea 2025/2026 > Campagna di comunicazione mirata (comunicati stampa, social, newsletter a cura del Comune di Montespertoli), oil tasting, attività divulgative.

Museo del Territorio

- Percorsi guidati che terminano con tour nelle 14 aziende (a gruppi di due a rotazione per ogni visita guidata),
- Proiezione in loop dello spot/doc con postazione cuffie o totem interattivo. Eventuali sottotitoli multilingua per turismo straniero,
- Laboratorio per scoprire "Diciannove": sensoriale (per scoprire le note di carciofo e mandorla), tattile (foglie, olive), creativo (foto del percorso taggabile sui social, creazione etichetta personalizzata con software, ad es. 'DICIANNOVE *per Sara'*, raccolta simulata, etc.),
- Visita con degustazione per scuole e famiglie,
- Incontri pubblici e tavole rotonde con chef, nutrizionisti e giornalisti di settore,
- Mostra fotografica temporanea con materiale elaborato in corso di progetto,
- Book shop: Bottiglia 0,25l e mappa interattiva con 19 soggetti e versione cartacea.

KIT COMUNICAZIONE

Feste e mercati del territorio > Ottimo canale per B2C (Business to Consumer),

- Allestire stand con identità visiva (striscione e roll up), brochure, flyer, scheda cartolina con note sensoriali dell'olio e QRcode al video (Museo), al sito web progetto e dell'azienda,
- Narrazione diretta e coinvolgente e assaggi con pane ai grani antichi di Montespertoli,
- Preparare scheda contatti (**V. Allegato**) per inserimento in newsletter e offrire i propri allegando ricetta e offerta sconto su prima ordinazione.

DICIANNOVETour > Esperienza immersiva modulare e replicabile, della durata massima di 5 ore.
Il tour prevede un pacchetto con visita a 3 aziende a rotazione (4 gruppi da 3 e e uno da 2), e per ciascuna:
Accoglienza in azienda / Breve racconto dell'esperienza personale con Diciannove/ Distribuzione materiale informativo/ Passeggiata oliveto e racconto tipicità aziendale / Rientro in azienda / Degustazione e vendita.
Variante: possibile tour collegato al Museo, dove inizia o termina la visita con proiezione Spot/Doc.

Certificazione e Premi > Per aumentare la credibilità del brand.

- Selezionare premi a cui candidare l'olio (Ercole Olivario, Biol, Il Magnifico, Regione Toscana + ARSIA, Olio Capitale, etc.),
- Proseguire, come suggerito da DAGRI UNIFI, con richiesta denominazione,
- Organizzare incontri pubblici con stampa e territorio a traguardo ottenuto, sia a livello locale che nazionale/Internazionale.

Ristoranti e altre aziende del territorio

- Avviare o rafforzare collaborazioni con ristoranti del territorio per creare un menù stagionale che possa valorizzare Diciannove indicando nel menù che *"Il nostro chef utilizza solo olio Evo Diciannove prodotto da 12 aziende di Montespertoli",* e associarvi il QRcode,
- Accogliere al tavolo con un assaggio di olio Diciannove e presentarlo a voce,
- Esporre bottiglie Diciannove nel locale con packaging sostenibile di secondo livello,
- Creare corner in ogni agroalimentare del territorio,
- Attivare mini degustazioni gratuite nei giorni di mercato o alta affluenza in abbinamento con altri prodotti tipici di Montespertoli,
- Eventi tematici congiunti: serate con assaggi e abbinamenti e racconto del brand/territorio.

3. A LIVELLO NAZIONALE / INTERNAZIONALE

Fiere > Molte le fiere dedicate in Italia (SOL2 EXPO, Olio Capitale, etc.) e all'estero [SIAL (Francia), Oils+Fats (Germania), Expoliva (Spagna), etc.]. Per partecipare:

- Preparare materiale cartaceo (brochure, flyer e scheda tecnica sull'esempio di quello prodotto per MontEspertOlio) da collocare sullo stand,
- Preparare scheda tecnica dell'olio con note chimiche e sensoriali, rigorosamente ita/eng o multilingua,
- Proiettare Spot in loop su schermo,
- Preparare form contatti **(v. Allegato)**,
- Comunicare evento, off e on line.

Partnership con brand high quality > Inviare campioni a ristoranti italiani all'estero e a quelli con fiere dedicate (v. Voce Fiere). La collaborazione può realizzarsi anche in modo esclusivo, contattando solo ristoranti *gourmet* e inviando campioni e proposta personalizzata *(es. co-branding, sconti sul primo ordine, etc.)*.

Oil Ambassador > Avviare collaborazioni con cuochi, sommelier, giornalisti di settore per rappresentare DICIANNOVE in Italia e/o all'estero.

Cartoline > Un'azione creativa: realizzare cartoline cartacee con messaggi emozionali o curiosità sul prodotto e il territorio da allegare al packaging di primo o secondo livello.

CCIE > Come per il vino, servirebbe un supporto delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE), dell'ICE (Agenzia per l'Internazionalizzazione) e delle Associazioni di categoria cui siete iscritti. La missione commerciale può essere inclusa in una più ampia e articolata strategia curata dagli enti sopracitati.

CANALI DI COMUNICAZIONE
ON LINE

1. COMUNICAZIONE ON LINE

Per queste attività serve un comunicatore dedicato che metta in campo la propria esperienza e i propri contatti con i giornalisti, generalisti e di settore. È regola che anche la campagna ADV (pubblicità) sia affidata al comunicatore, tuttavia è possibile una propria autonoma iniziativa da parte delle imprese secondo lo schema proposto. **(V. Allegato)**

2. SITO WEB

Blog/News
Diciannove: la landing page condivisa

3. SOCIAL MEDIA

Instagram
Facebook
YouTube

4. DEM
Contatti e Newsletter

5. GOOGLE My Business
La scheda collettiva

6. FOCUS GROUP
Whats up e Telegram

2. SITO WEB

Blog/News > Sulla pagina aziendale, **creare una 'voce' dedicata al racconto di DICIANNOVE**.
La nuova sezione del sito corporate può avere la forma di un blog aziendale (es. DICIANNOVE News) per raccontare con frequenza tutto quanto riguarda la genesi, il percorso del nuovo brand collettivo tra produzione e distribuzione.
Il tono di voce (ossia il modo in cui comunicate il brand) è un fattore chiave, riguarda la modalità espressiva e determina la capacità di ricezione del messaggio (**V. Allegato**).
Se anche non si conoscono le regole del SEO Content, è importante che venga rispettata qualche semplice regola:

- **Chiarezza espositiva**
- **Esattezza dei dati riferiti**
- **Personalizzazione (racconto in prima persona dell'esperienza all'interno del progetto)**
- **Empatia**
- **Periodicità (pubblicare almeno 1 volta a settimana)**

ATTENZIONE!
Sull'HOME PAGE del proprio sito aziendale mettere in evidenza:
- Spot + doc interviste
- Breve racconto di Diciannove
- Eventi e tour Diciannove
- Contatti e link allo shop

KIT COMUNICAZIONE

Landing page collettiva > Creare una pagina **(v. Allegato)** dedicata all'olio Diciannove ha lo scopo di 'convertire' il visitatore di un vostro canale social, di una sponsorizzata o di una DEM (Direct Email Marketing), in un potenziale acquirente. Tale pagina 'di atterraggio' può essere condivisa da tutte le 14 aziende partners e contiene le informazioni testuali e iconografiche (video e foto) che promuovono l'identità del brand Diciannove.

Principali obiettivi:
- **lancio del brand,**
- **conquistare clienti,**
- **testare il proprio pubblico di riferimento** *(consumatori in cerca di prodotti gastronomici di alta gamma, sostenibili e che vantino un legame col territorio).*

La landing page deve puntare su:
- **Una CTA** *(Call to Action, ossia un invito esplicito a compiere un'azione, es. Contattaci!, Acquista qui!),*
- **Un form per acquisire contatti e/o pagamenti,**
- **Eventuali promozioni.**

Creare una landing page è facile, vi sono molti programmi in rete (es. Mailchimp, Wix, Instapage), hanno spesso interfaccia 'drag and drop' ideali anche per chi non conosce il linguaggio informatico.

3. SOCIAL MEDIA

Instagram/ Facebook > Fondamentale la Social Media Strategy ideata sulla base di precise informazioni (Debriefing). Ciascuna azienda, consapevole della propria vision (proiettarsi nel futuro), mission (obiettivi e strumenti per realizzarsi) e valori, come anche degli obiettivi del progetto MontEspertOlio, deve redigere una strategia che tenga conto di tutto questo e si concretizzi in un linguaggio preciso, con un tono di voce altrettanto definito e destinato a un target identificato ma diversificato per entrambi i canali social.
I due profili vengono agiti sulla base di un piano editoriale **(V. Allegato)** che disciplina i contenuti e stabilisce la periodicità.

Se affidate a un comunicatore (interno o esterno all'azienda) il social media management, i risultati possono essere verificati tramite l'analisi degli insight (KPI).

Attraverso Facebook e Instagram, ciascuna azienda può raccontare 'Diciannove' intervenendo, monitorando, offrendo risposte, instaurando relazioni, promuovendo idee o eventi.

YouTube > Canale ideale per caricarvi lo spot promozionale e il documentario con le interviste.
Il canale può essere implementato con tutti i video che le aziende vorranno produrre nel corso del tempo.
Il canale dovrebbe essere collegato a ciascuna homepage aziendale e/o al sito ufficiale di Diciannove.

4. DEM

Contatti e DEM > La E-mail è uno strumento essenziale di direct marketing, consente l'invio di messaggi a un target definito. Padroneggiarla è fondamentale, significa generare vantaggi in termini economici e informare allo stesso tempo. Servono contenuti incisivi **(v. Allegato)** e una piattaforma su cui caricarli con la giusta grafica.

IMPORTANTE! > Le campagne DEM possono essere destinate ai soli contatti che hanno esplicitamente aderito alla loro ricezione, in linea con il GDPR 679/2016 (v. **https://www.garanteprivacy.it/regolamentoue**), dunque serve inviare una prima mail di richiesta autorizzazione per ottenere il consenso alla ricezione. Serve, inoltre, offrire agli abbonati l'opportunità di rinunciare facilmente alle comunicazioni (Bottone di Unsuscribe). Ogni modulo di acquisizione contatti all'interno della DEM deve quindi essere conforme al GDPR.

5. Google My Business

La scheda collettiva > È possibile creare una scheda Google gratuita per veicolare il traffico verso 'Diciannove'.
La scheda può essere 'collettiva' e rimandare alla sede dell'Associazione degli olivicoltori di Montespertoli, oppure alla landing page. Può attivarla l'Azienda capofila.
Info: https://business.google.com/it/business-profile/

KIT COMUNICAZIONE
6. FOCUS GROUP

Whats up e Telegram > Le app di messaggistica istantanea sono uno strumento di comunicazione importante, **(v. Allegato)** facili da usare e preziosi nella promozione delle imprese. Entrambe valide, Telegram vanta in più l'assenza di limitazioni su tipologie di file audio, foto e video, mantenendo velocità e affidabilità. Sono strumenti che assolvono al duplice obiettivo di interazione e di vendita con i clienti. Per di più, sono a costo zero. In sostanza, servono per:

- Fidelizzare pubblico locale
- Diffondere contenuti
- Sperimentare idee e campagne
- Promuovere eventi
- Incentivare il passaparola

Come attivarsi

Su WhatsApp:

1. Creare un gruppo di clienti affezionati e amici (o anche mini gruppi per ristoratori partner)
2. Condividere notizie su brand (produzione, premi, eventi, laboratori, tour…)
3. Inviti a eventi e degustazioni
4. Link a spot e doc
5. Interazioni raccogliere feedback (es. Cosa ne pensi del packaging?)

Su Telegram (per pubblico ampio)

1. News sul brand
2. Promozioni e offerte esclusive
3. Spot e doc

Esempio di nome: @olioDiciannove_ufficiale
Referente: Azienda capofila