

# Piano di comunicazione progettuale

Il Piano di Comunicazione Progettuale è il documento che attesta le modalità intraprese in materia di pubblicità e informazione circa:

- il progetto
- il sostegno da parte del FEASR

Il Piano di Comunicazione Progettuale individua e testimonia tutte le strategie e le conseguenti modalità di disseminazione informative ritenute opportune dal Gruppo di Cooperazione nell'ambito del Progetto.

In relazione al sostegno da parte del FEASR, il Piano di Comunicazione Progettuale si attiene a tutte le indicazioni previste nella DGR n. 862 del 20/09/2016 che riporta *Disposizioni in materia di pubblicità e informazione sul sostegno da parte del FEASR - Fondo europeo per lo sviluppo rurale nell'ambito del Programma regionale di Sviluppo Rurale 2014-2020.*

**Il Piano di Comunicazione Progettuale è obbligatorio per tutte le tipologie progettuali previste a bando e assume consistenza di specifica azione progettuale.**

**Il Piano di Comunicazione Progettuale è presentato obbligatoriamente in forma preliminare in fase di presentazione della domanda di sostegno.**

Dal momento di avvio del progetto, esso viene poi costantemente adeguato, sia nelle parti previsionali, sia tramite descrizione e documentazione accurata delle parti di comunicazione realizzate. Il gruppo di Cooperazione decide e approva il piano di Comunicazione e le modalità della sua tenuta. **Il Piano di Comunicazione Progettuale deve essere obbligatoriamente presentato, in aggiornamento continuo, ad ogni domanda di pagamento per Stato di Avanzamento Lavori e, in fase definitiva, in occasione della domanda di pagamento di Saldo Finale.**

Le diverse versioni di PCP risulteranno, pertanto, numerate a partire dalla n. 1 allegata alla domanda di sostegno. Rispetto alla precedente, le diverse versioni del PCP potranno riportare variazioni nelle parti da realizzare, mentre dovranno riportare e descrivere, in forma cumulata, le parti già realizzate: in sostanza ogni nuova versione del PCP costituirà un aggiornamento della versione precedente. I prodotti della comunicazione devono risultare allegati e descritti dal PCP.

Le variazioni nelle parti da realizzare, in ogni versione del PCP, costituiscono variante progettuale ammissibile comunque soggetta ad autorizzazione preventiva secondo le modalità previste dal Bando.

Dal punto di vista della comunicazione, le azioni cruciali del Progetto sono:

- il concetto della qualità specifica della filiera di APOL (all'interno del Disciplinare e del Piano di Controllo della DOP)

- l'azione di costruzione di una specifica brand identity dedicata e omogenea, che li metta in condizione di identificare e comunicare il prodotto a loro volta
- la ricerca dei clienti e il monitoraggio delle loro esigenze, finalizzato agli Accordi Commerciali di fine progetto

In second'ordine, è importante considerare che il Progetto prevede di svolgere animazione e supporto per l'aumento del numero di produttori certificati e della produzione certificata, elemento chiave strategico per la regimazione del mercato dell'Olio DOP Riviera Ligure e per la qualificazione fattiva dei produttori del territorio, necessaria per garantirne la permanenza.

### **Obiettivi del Piano di Comunicazione**

- 1) Diffondere e promuovere il valore della certificazione DOP Riviera Ligure e di Rintracciabilità di filiera
- 2) Valorizzare la produzione olivicola dei produttori liguri e stimolarne la cooperazione e la commercializzazione associata e organizzata
- 3) Qualificare l'offerta degli esercizi HoReCa e di vendita, sensibilizzandone gli operatori verso un prodotto chiave sia della cultura gastronomica sia dell'agricoltura e dell'ambiente liguri.
- 4) Coinvolgere i consumatori degli esercizi di riferimento e stimolarne la conoscenza.
- 5) Raccontare in maniera diretta i prodotti della filiera, senza artifici, ma comunicando i valori e le "belle fatiche" della realtà agricola
- 6) Sviluppare linee commerciali e packaging dedicati e funzionali a veicolare le peculiarità del prodotto, sia organolettiche sia di valore territoriale ed etico

### **Descrizione PCP**

Si prevede un'Attività di Ufficio Stampa per la durata del progetto con articoli redatti per riviste specializzate e a supporto degli eventi di presentazione e chiusura del progetto.

Il sito web dedicato che, oltre alla promozione delle attività di supporto al progetto La Filiera Degli Olivicoltori Liguri, conterrà le informazioni progettuali: composizione del gruppo operativo e informazioni aziendali, obiettivi del progetto, accordo di cooperazione, regolamento interno, avanzamento delle fasi progettuali, innovazione/i individuate e loro adozione in fase realizzativa, strumenti di divulgazione attivati, contatti dei referenti del GO, caratteristiche del prodotto in campo e in cucina. Rimando ai portali della Rete Rurale Nazionale ( <https://www.reterurale.it>) e Regione Liguria.

Saranno sviluppati un packaging dedicato e uno studio delle linee commerciali, supportati da materiale informativo e dimostrativo rivolto sia agli operatori sia ai rivenditori e ristoratori, a

supporto della valorizzazione dei prodotti nel loro esercizio presso i consumatori, curando uno specifico kit promozionale, tra cui una carta dedicata.

Saranno utilizzati canali social miratamente agli operatori e in maniera diffusa a supporto.

Sarà prodotto materiale video promozionale.

Saranno individuate le iniziative e fiere di settore a cui partecipare.

Saranno organizzati eventi diretti con i produttori protagonisti: visite aziendali, open day e azioni dimostrative con gli operatori.

Saranno organizzati eventi a tema sul progetto con ampia diffusione e coinvolgendo direttamente gli operatori HoReCa e commerciali selezionati.