

Olea Montespertoli 24 novembre

MontEspertOlio

Dalla identità territoriale alla immagine commerciale

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

Silvio Menghini | Benedetta Scarpelli | Bruno Fabbri | DAGRI UniFi

Parte 1

Come raccontare un **territorio** in una bottiglia?

Come raccontare un **territorio** in una bottiglia?

Come progettare l'identità visiva di un brand territoriale che:

- Racconti il **territorio**
- Racconti le **aziende** che fanno parte del progetto
- Che sia coerente con il **mercato** di riferimento
- Che sia coerente con il progetto di **marketing territoriale** già avviato dal Comune

Parte 2

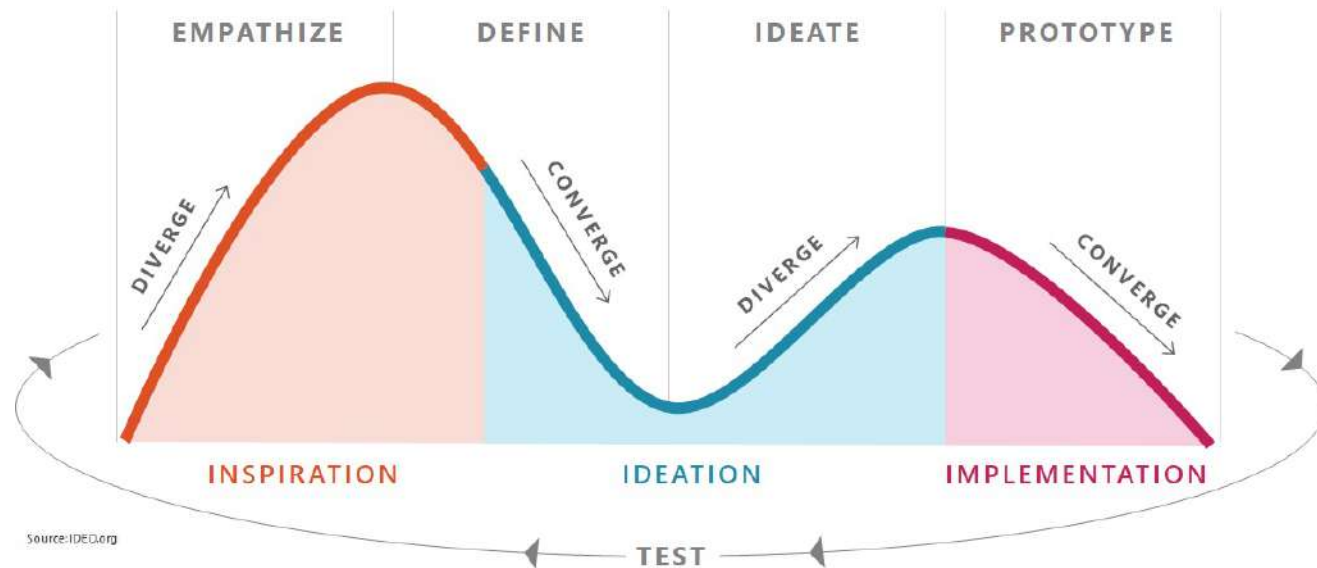
II Design Thinking

"Il design thinking è un approccio all'innovazione **incentrato sull'essere umano**, che attinge agli strumenti del designer per integrare i **bisogni** delle persone, le possibilità offerte dalla **tecnologia** e i requisiti per il **successo aziendale**."

Tim Brown, CEO of IDEO

Il Design Thinking è una metodologia di design che si basa sull'**empatia**, l'**osservazione** e la **sperimentazione**.

Si tratta di un approccio che mette al **centro le persone** e le loro **esigenze**, e che mira a trovare **soluzioni innovative** che siano sia efficaci che desiderabili.



Empatizzare: comprendere le esigenze delle persone che saranno interessate dalla soluzione che si sta sviluppando. Per farlo, è possibile utilizzare diversi metodi, come interviste, osservazioni e focus group;

Definire: una volta che si ha una buona comprensione delle esigenze delle persone, è necessario **definire il problema** che si vuole risolvere;

Ideare: nella fase di ideazione, **si generano idee creative** per risolvere il problema definito;

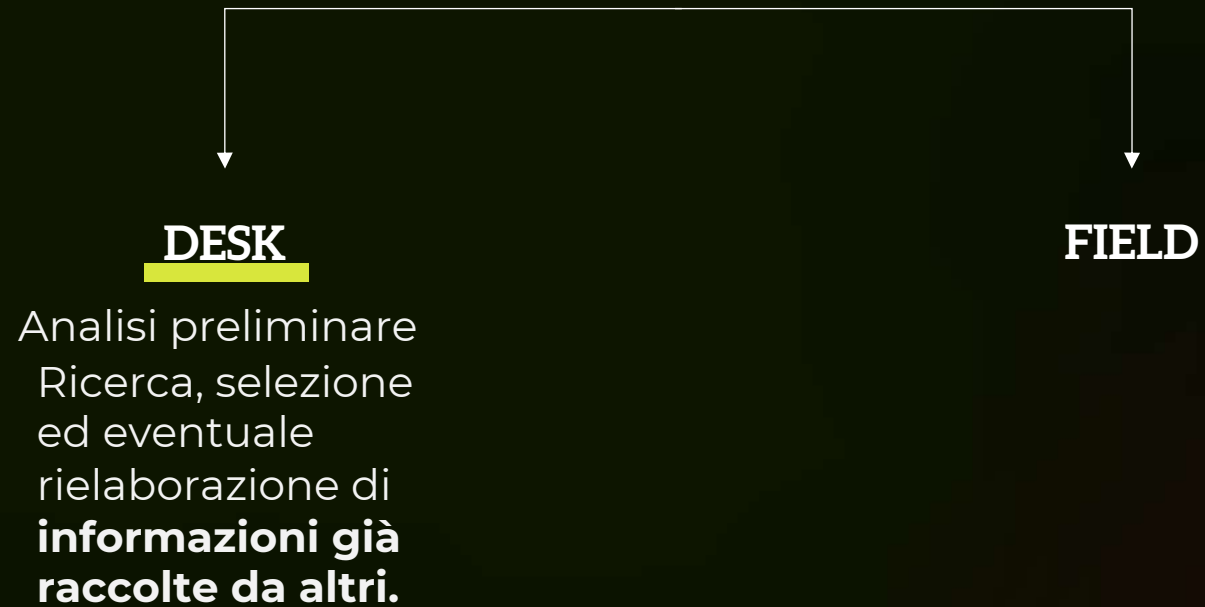
Prototipare: i prototipi sono **modelli realizzati per testare le idee**.

Testare: i prototipi vengono **testati** con le persone che saranno interessate dalla soluzione. I **feedback vengono utilizzati per migliorare** la soluzione.

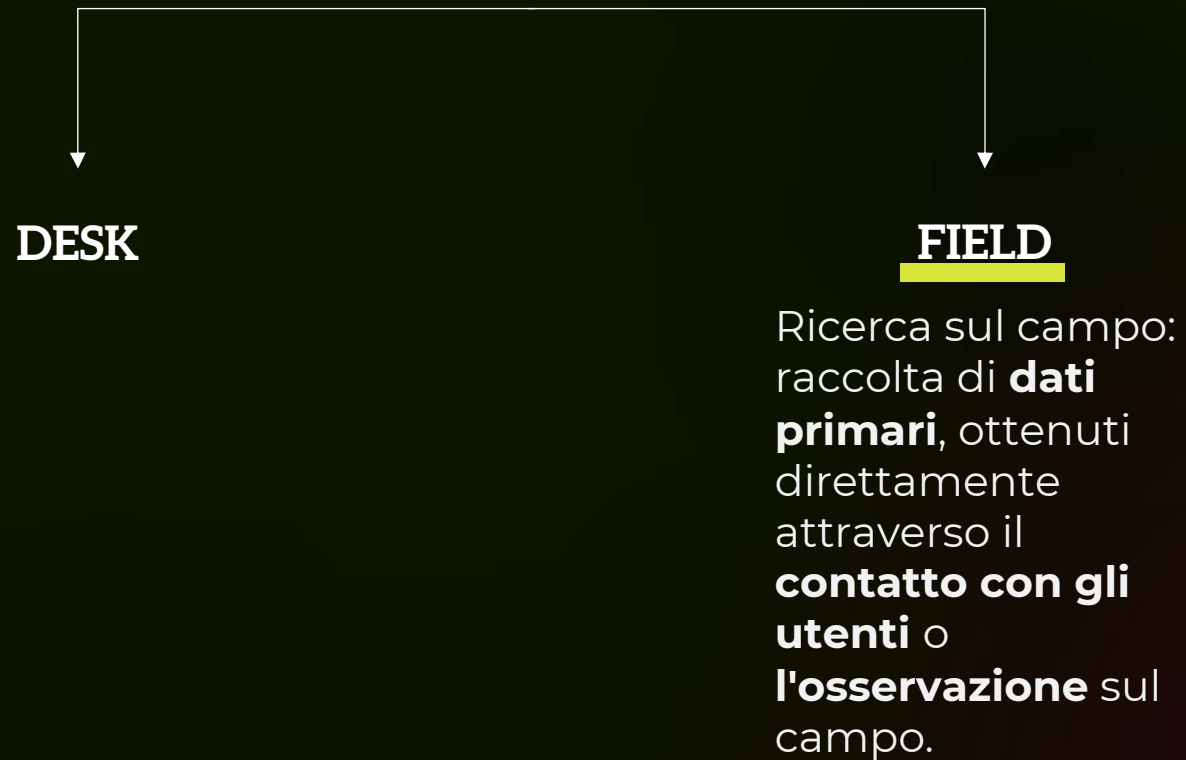
Parte 3

La ricerca

La ricerca



La ricerca



Analisi preliminare

Montespertoli

Le aziende partner

il progetto di marketing territoriale

il mercato di riferimento

Documentazione materiali on line

Progetto Visit Montespertoli

- **Analisi economica**

- **Benchmark**

- tipologie di etichette:

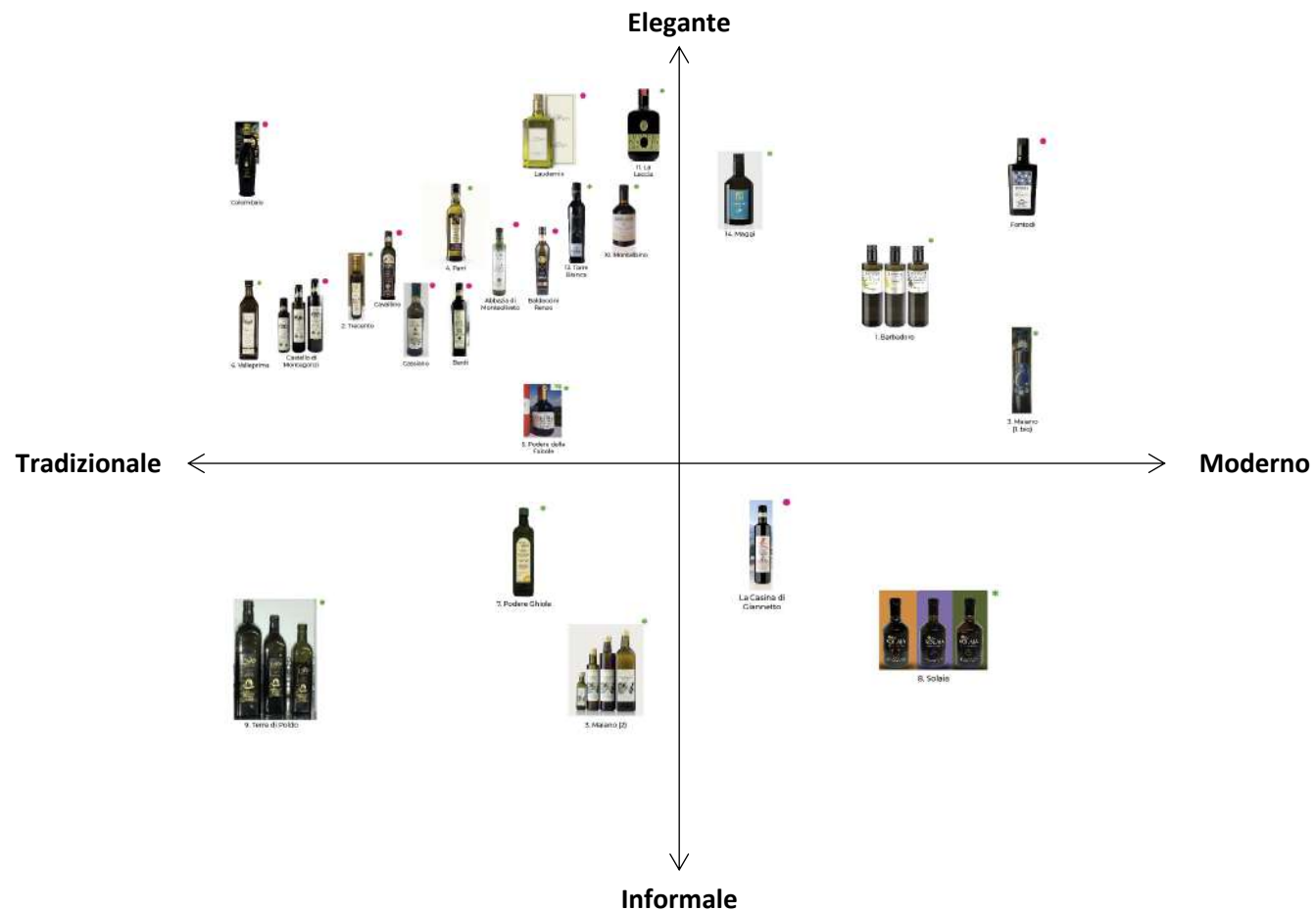
4 aree

- valori associati al
prodotto

n.	Attributo	Nome azienda	Localizzazione geografica	offerta	link	logo	payoff	valori	Nome olio	descrizione	img packaging	look & feel	note	da approfondire
1	Partner	Tenuta Barbadoro	Montespertoli	olio, vino e visite	https://www.tenutabarbarodo.it/olio/		Una grande esperienza di Toscana Ripettiamo la natura per darvi il meglio dal 1860	tradizione, rispetto della natura-territorio, innovazione	OSVALDO Leccino/ Moraiole /Blended	Olio extra vergine di oliva italiano, biologico certificato, raccolto e spremuto in giornata, estratto a freddo e filtrato.		moderno, minimal, elegante	"La linea OSVALDO è quella su cui puntiamo per il futuro e che dovrebbe sostituire quella tradizionale di olio non filtrato, questo compatibilmente con i tempi in cui i consumatori riusciranno a riscoprire e apprezzare i valori nutrizionali e nutraceutici di un olio extra vergine di olive che porta con sé autenticità, tradizione, innovazione e rispetto per il territorio, le persone che lo abitano e ci lavorano da secoli."	
2	Partner	Fattoria di Trecento	Montespertoli	olio e vino	https://www.aziendaagricolafattoriaditrecento.com/		La qualità nasce dalla passione "tutta un'altra musica", è una sinfonia che armonizza il territorio con le moderne tecniche di vinificazione	qualità, passione, tradizione	Olio-Extra vergine di olive Frantoio, Leccio del corna, Pendolino e Maurino	Se etichetta "Olio di oliva di categoria superiore ottenuto direttamente dalle olive tramite procedimenti meccanici"		tradizionale, autentico/elegante		capire differenza tra le bottiglie e etichette
3	Partner	Tenuta maiano	Montespertoli	vini, distillati, olio, agriturismo (Borgo Divino)	https://tenutamaiano.it/		"In un mondo dove tutto e tutti scorrono e corrono velocemente c'è una chiacchiolina che, a piccoli "passi", ma con	Biologico, amore per la natura e il territorio, impegno etico, innovazione	Extra Virgine Olive Oil	L'olio e i vini biologici di Tenuta Maiano nascono dalla volontà di rispettare l'ambiente ed offrire i veri sapori e gli intensi profumi delle colline di Montespertoli, del Chianti e dei vigneti di Scansano. Stappa la bottiglia e ascolta la melodia composta dai ritmi lenti della natura! L'olio extra vergine di oliva di Tenuta Maiano è un olio completamente biologico. Le olive che lo compongono provengono dagli oliveti che circondano il meraviglioso territorio di Montespertoli.		olio standard: focus sulla olive-natura-autenticità, tradizionale olio bio: moderno, innovativo	Come Borgo Divino (agriturismo) offrono una serie di esperienze: lezioni di cucina, wine tour, caccia al tartufo, yoga...etc	
4	Partner	Fattoria Parri	Montespertoli	olio, vino (hanno anche frantoio)	https://fattorieparri.it/		Una Famiglia. 5 generazioni. Un legame secolare con queste terre.	tradizione, territorio, famiglia, legame con il territorio	Olio extra vergine di Oliva Igo (Moraiole, Leccino e Frantoio.)	il nostro legame con la Toscana e con il territorio di Montespertoli trova voce anche nella produzione dell'Olio. Disponiamo di circa trenta ettari di oliveto coltivati con varietà toscane, quali il Moraiole, Leccino e Frantoio. Le olive vengono raccolte rigorosamente a mano frantoio immediatamente nel frantoio di proprietà. Il risultato è il nostro olio Toscano Igo Colline di Firenze, realizzato eseguendo un		pregiato, ricercato, tradizionale	Vinci alcuni premi slow food	
5	Partner	Podere delle Falcoie	Montespertoli	olio e vino	https://www.fucshop.com/profilo.php?id=100063&id=468045222		Prodotto da Leonardo	qualità, sostenibilità, biodiversità	Olio di oliva blend (7) a monocultivar frantoio			artigianale, autentico	vinto premio in Giappone 2020	

Are di interesse:

- **Identità visiva** (logo + etichette)
- **valori** associati al prodotto



Categorizzazione degli stili delle etichette:

4 aree:

- elegante-moderno
- Moderno-informale
- Informale-tradizionale
- tradizionale elegante

La ricerca

DESK

Analisi preliminare
Ricerca, selezione
ed eventuale
rielaborazione di
**informazioni già
raccolte da altri.**

FIELD

Ricerca sul campo:
raccolta di **dati
primari**, ottenuti
direttamente
attraverso il
**contatto con gli
utenti** o
l'osservazione sul
campo.

Raccogliere informazioni
per capire come
caratterizzare l'identità
(visiva e semantica)
dell'olio di Montespertoli

Interviste

Coinvolgere i partner
nello sviluppo del
progetto (engagement)

**Studio di Desiderabilità -
Desirability Study**

Intervista semi -strutturata

- Raccogliere **informazioni sulle aziende** partner
- Raccogliere **informazioni territorio** vissuto/percepito
- Raccogliere le **aspettative** dei partecipanti: sul **progetto** e sul tipo di **olio** prodotto grazie al progetto



Desirability study

Gli studi di desiderabilità sono utili per :

- Far emergere i **motivi per cui determinate scelte di design evocano specifiche reazioni negli utenti;**
- Misurare **l'efficacia delle diverse opzioni progettuali rispetto a parole chiave** specifiche e predeterminate, come gli attributi di un marchio.

Nel nostro caso questo tipo di approccio ci permette di dare vita a un **processo di design partecipativo orientato alla definizione dell'identità dell'olio** di Montespertoli.

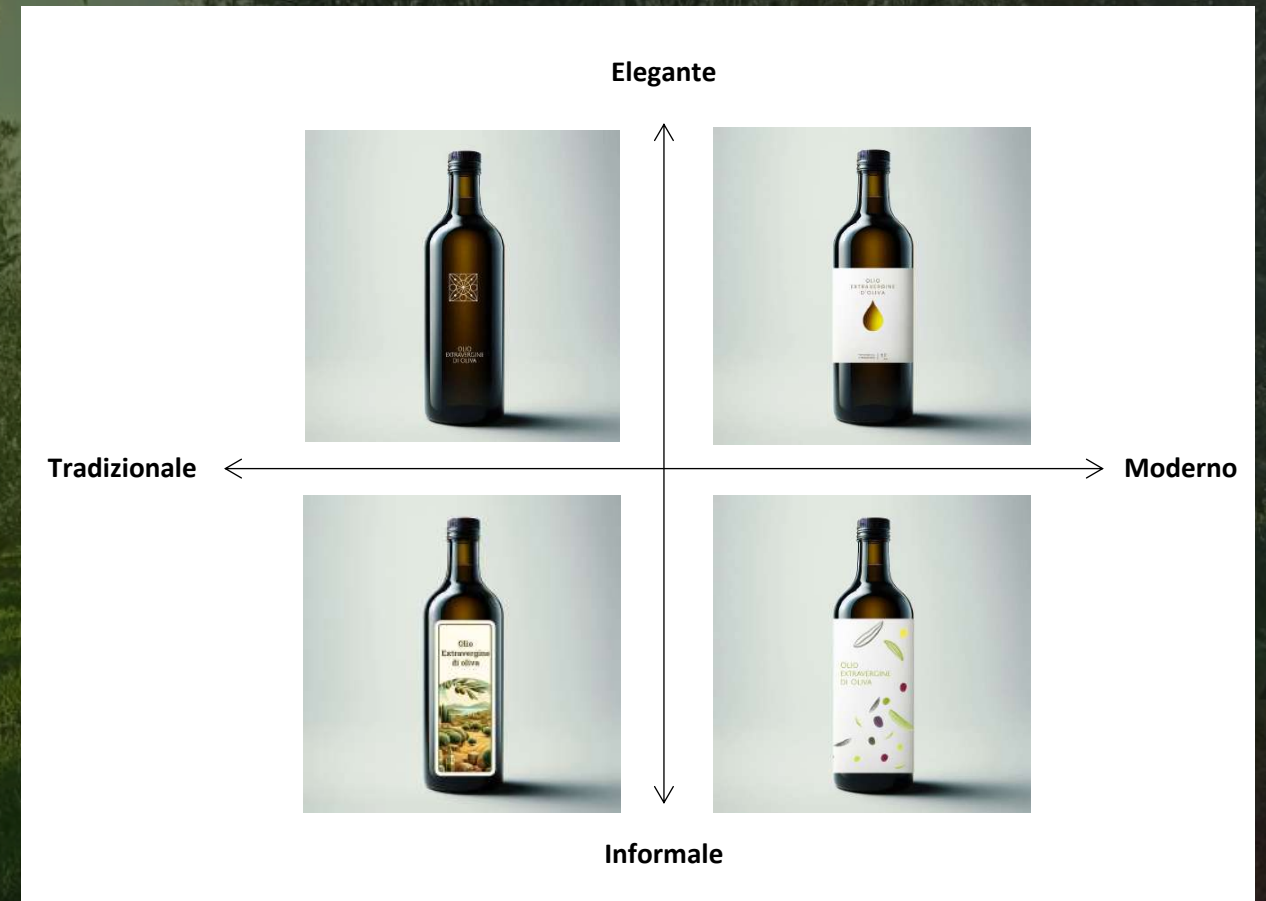
l'uso di un vocabolario controllato per motivare una scelta è sembrato il modo più efficace per testare possibili direzioni stilistiche che il prodotto potrebbe avere e, allo stesso tempo, **per trovare una convergenza lessicale tra alcune possibili parole chiave** che ne definiscano l'identità.

Desirability study

Nell'ottica di **definire insieme alle aziende l'impostazione visiva dell'etichetta**, sono state somministrate ad ogni partecipante 4 ipotesi di etichetta, ciascuno rappresentante uno stile visivo diverso.

Le 4 tipologie stilistiche ricalcano le 4 aree individuate durante il benchmark.

A ciascun partecipante è stato poi chiesto di ordinare le etichette in ordine di **preferenza**.



Desirability study

Ai partecipanti è stato somministrato un set di carte, ciascuna riportante un **possibile valore da associare all'olio di Montespertoli**, ed è stato chiesto loro di **scegliere le tre** per loro più rilevanti.

Le parole scelte **derivano** da:

- l'analisi di **benchmark**;
- studio del **territorio** e la storia di Montespertoli;
- studio del **progetto di marketing** territoriale sviluppato dal Comune.



Parte 4

I risultati

Proposta elegante tradizionale-moderno



valori percepiti

- eleganza
- trasmette solidità, serietà, raffinatezza, alta qualità

Rappresentazione

- layout pulito
- serigrafia
- colori: monocromatico; oro

Proposta moderno-informale



valori percepiti

- elegante
- autentico
- «dà l'idea della primarietà del prodotto, semplicità, essenzialità»
- Smart, divertente, autentica.
- giusto compromesso tra elegante e divertente

rappresentazione

- tratto artigianale del disegno
- colori: policromo, colori naturali
- dinamismo nella composizione
- linee morbide rimandano a quelle naturali

Risultati | Valori e preferenze stilistiche

	1.Barbadoro	10.Montalbino	9. Terre Poldo	8.Solaia	0,33.Maia	10,25.Torr	6.Valleprir	0,25.Parri	5.Falcole	0,5. Trece	7.Ghiole	15.Comun	18.Fara	10,5. Guid	10,33. Ma	TOT ricorrenza parola	aggettivo	val/max	normalizz sum
Tradizionale											0,33	-	-			0,33	1 Elegante	1,000	5
Autentico		0,5	0,33				0,5			1		-	-			2,33	2 Di alta qualità	0,898	4,49
Moderno							0,33	0,33				-	-		0,5	1,16	3 Autentico	0,466	2,33
Innovativo												-	-			0	4 Toscano	0,400	2
Elegante	0,5			0,5			1		1			-	-	1	1	5	5 Rispettoso del territorio	0,398	1,99
Elitario												-	-			0	6 Fatto con passione	0,366	1,83
Popolare												-	-			0	7 Artigianale	0,266	1,33
Friendly-amichevole												-	-			0	8 Biologico	0,250	1,25
Pregiato	1											-	-			1	9 Moderno	0,232	1,16
Rispettoso della natura												-	-			0	10 Pregiato	0,200	1
Biologico	0,25		1									-	-			1,25	11 Internazionale	0,132	0,66
Artigianale		1								0,33		-	-			1,33	12 Poetico	0,100	0,5
Toscano											1	-	-			2	13 Impegnato	0,100	0,5
Colto												-	-			0	14 Tradizionale	0,066	0,33
Genuino												-	-		0,25	0,25	15 *contemporaneo	0,066	0,33
Poetico										0,5		-	-			0,5	16 Genuino	0,050	0,25
Di alta qualità	0,33		0,5	1	1	0,33		0,5	0,5			-	-		0,33	4,49	17 *famigliare	0,050	0,25
Fatto con passione					0,33	1						-	-			1,83	18 Innovativo	-	0
Artistico												-	-			0	19 Elitario	-	0
A buon mercato												-	-			0	20 Popolare	-	0
Contadino-agricolo												-	-			0	21 Friendly-amichevole	-	0
Che cattura l'attenzione												-	-			0	22 Rispettoso della natura	-	0
Familiare												-	-			0	23 Colto	-	0
Impegnato												-	-	0,5		0,5	24 Artistico	-	0
Quotidiano												-	-			0	25 A buon mercato	-	0
Collettivo												-	-			0	26 Contadino-agricolo	-	0
Internazionale				0,33								-	-	0,33		0,66	27 Che cattura l'attenzione	-	0
Italiano												-	-			0	28 Familiare	-	0
Rispettoso del territorio		0,33			0,5	0,5		0,33	0,33			-	-			1,99	29 Quotidiano	-	0
Minimal												-	-			0	30 Collettivo	-	0
*famigliare			0,25									-	-			0,25	31 Italiano	-	0
*contemporaneo							0,33					-	-			0,33	32 Minimal	-	0

Indirizzi di progetto

- l'identità visiva deve rappresentare un prodotto legato al **territorio di Montespertoli**:
 - un territorio che racchiude diversità: **microclima**/terreno
 - un territorio **centrale** e collegato a punti di interesse storico culturale
 - un territorio **autentico**, dove i tempi sono scanditi dalla natura, dove si può soggiornare per godere della **tranquillità**

il design dell'olio di Montespertoli deve rappresentare un **prodotto moderno** diverso dall'olio tradizionale

- evitare rappresentazione di paesaggi bucolici
- evitare etichette affollate di immagini e scritte e prediligere **layout puliti**, di ampio respiro

Indirizzi di progetto

- il prodotto si deve distinguere per l'alta **qualità**, per il gusto **elegante** e equilibrato
- deve essere un prodotto **autentico, genuino**, nato dal rispetto per il territorio, per le materie prime e l'attenzione per i processi di lavorazione (moderni)
- sebbene debba essere un prodotto di alta qualità, deve essere un prodotto che tutti possano comprare e usare per occasioni speciali, **non un prodotto elitario**

grazie

benedetta.scarpelli@unifi.it