

# **Cronoprogramma delle attività**

## **Introduzione e premessa**

Il progetto prevede l'analisi e la progettazione di soluzioni comunicative e promozionali basate sui new media che siano in grado di ampliare da un lato i segmenti di mercato direttamente raggiungibili dall'impresa "Sottomuro" di Modugno (Bari), e dall'altro lato di costituire pratiche di impresa etica attenta alle modalità di costruzione, sviluppo e veicolazione di valori altamente rappresentativi del territorio pugliese.

In particolare si punta a realizzare pratiche comunicative e di marketing orientate a conciliare la valorizzazione del prodotto principale dell'azienda, l'olio extra vergine d'oliva, e le risorse architettoniche, artistiche e paesaggistiche che il territorio nel quale sorge l'impresa ospita, quali il Casale fortificato di Balsignano, La chiesa di San Felice, il Castello di Balsignano e il limitrofo villaggio neolitico, arricchiti dalla presenza di una pista ciclabile in grado di collegare alla Chiesa della Madonna della Grotta oltre a garantire la percorrenza di tutto il tracciato di Balsignano, di un'oasi di protezione boschiva che conserva intatte un gran numero di specie tipiche della flora mediterranea e la presenza di due antiche lame. Si proporranno e sperimenteranno modelli, infrastrutture e risorse comunicative di nuova generazione per la comunicazione aziendale e territoriale. Comunicare l'olio extra vergine d'oliva, in quanto prodotto principe della produzione pugliese, per comunicare i valori e la Puglia, calando il prodotto commerciale nel contesto territoriale e nelle ricchezze architettoniche che questo offre garantisce l'attivazione di pratiche produttive, comunicative e promozionali moderne, etiche basate sulle sinergie.

## **Le fasi del progetto.**

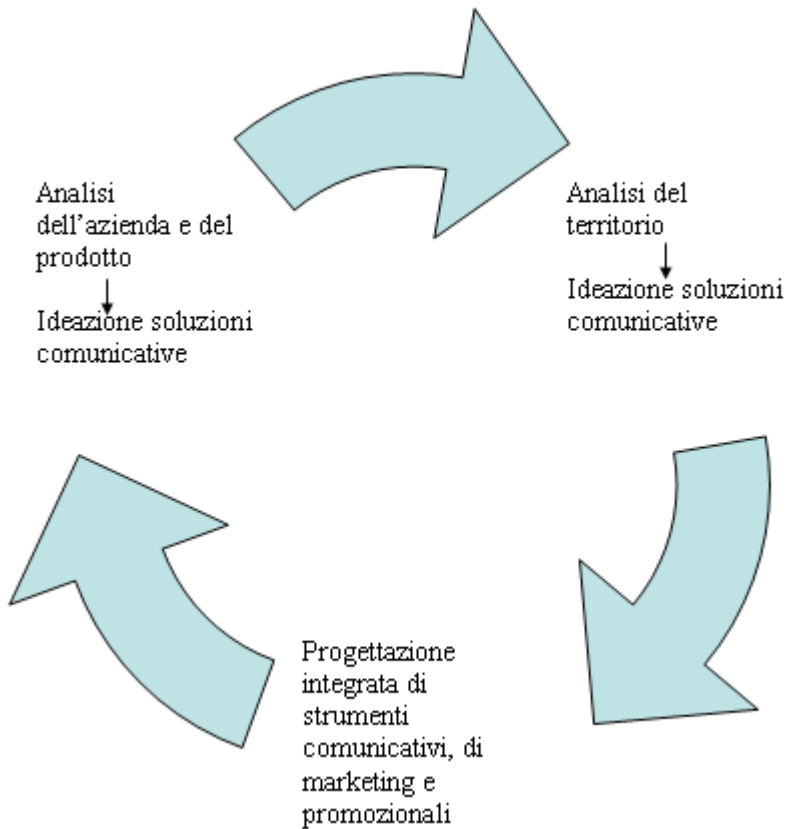
- **Fase 1:** analisi e studio della struttura funzionale, organizzativa e produttiva dell'azienda "Sottomuro": cosa produce e per chi; rilevanza del prodotto commercializzato in ottica locale.
- **Fase 2:** analisi e mappatura dei valori aziendali; analisi e mappatura del territorio nel quale l'azienda sorge; progettazione delle modalità di divulgazione al pubblico dei valori dell'azienda e del prodotto – olio extra vergine d'oliva; mappatura e divulgazione delle risorse storico-culturali presenti nel territorio dell'azienda; analisi e prima progettazione delle strategie per comunicare il territorio nel quale l'azienda "Sottomuro" sorge.
- **Fase 3:** progettazione di percorsi integrati e sinergici fra caratteristiche e risorse del territorio, da un lato, e olio extra vergine d'oliva, dall'altro; analisi e progettazione di strategie comunicative di promozione del prodotto; analisi delle strategie di promozione del territorio finora adottate e in corso con riferimento alla realtà locale.
- **Fase 4:** ideazione e progettazione di nuove soluzioni volte alla comunicazione etica, all'integrazione del sistema—azienda con il territorio, e alla valorizzazione dello stesso attraverso la diffusione di prodotti, valori, idee e competenze tese a valorizzare le risorse storico-culturali presenti; progettazione di percorsi comunicativi e promozionali basati sui new media.
- **Fase 5:** sviluppo e implementazione dell'esperienza di ricerca nell'ottica della crescita della singola impresa e del sistema ad essa circostante, attraverso la costruzione di sistemi comunicativi, pubblicitari e di marketing integrati ed esportabili sia per l'azienda sia per il territorio; realizzazione finale di prodotti informativi, sul prodotto e sulle metodologie adottate, da destinare al pubblico.

## Il ciclo del Progetto

Analisi dell'azienda e del prodotto -> soluzioni comunicative

Analisi del territorio -> soluzioni comunicative

Progettazione integrata di strumenti comunicativi, di marketing e promozionali



## Cronogramma

- **Fase 1:** analisi e studio della struttura funzionale, organizzativa e produttiva dell'azienda "Sottomuro": cosa produce e per chi; rilevanza del prodotto commercializzato in ottica locale.  
3 MESI  
**Da Giugno 2007 a fine Agosto 2007**
  
- **Fase 2:** analisi e mappatura dei valori aziendali; analisi e mappatura del territorio nel quale l'azienda sorge; progettazione delle modalità di divulgazione al pubblico dei valori dell'azienda e del prodotto – olio extra vergine d'oliva; mappatura e divulgazione delle risorse storico-culturali presenti nel territorio dell'azienda; analisi e prima progettazione delle strategie per comunicare il territorio nel quale l'azienda "Sottomuro" sorge.  
4 MESI  
**Da Settembre 2007 a fine Dicembre 2007**
  
- **Fase 3:** progettazione di percorsi integrati e sinergici fra caratteristiche e risorse del territorio, da un lato, e olio extra vergine d'oliva, dall'altro; analisi e progettazione di strategie comunicative di promozione del prodotto; analisi delle strategie di promozione del territorio finora adottate e in corso con riferimento alla realtà locale.  
4 MESI  
**Da Gennaio 2008 a fine Aprile 2008**
  
- **Fase 4:** ideazione e progettazione di nuove soluzioni volte alla comunicazione etica, all'integrazione del sistema—azienda con il territorio, e alla valorizzazione dello stesso attraverso la diffusione di prodotti, valori, idee e competenze tese a valorizzare le risorse storico-culturali presenti; progettazione di percorsi comunicativi e promozionali basati sui new media.  
4 MESI  
**Da Maggio 2008 a fine Agosto 2008**
  
- **Fase 5:** sviluppo e implementazione dell'esperienza di ricerca nell'ottica della crescita della singola impresa e del sistema ad essa circostante, attraverso la costruzione di sistemi comunicativi, pubblicitari e di marketing integrati ed esportabili sia per l'azienda sia per il territorio; realizzazione finale di prodotti informativi, sul prodotto e sulle metodologie adottate, da destinare al pubblico.  
4 MESI  
**Da Settembre 2008 a Dicembre 2008**

**Termine del progetto di ricerca: Dicembre 2008**

**Durata complessiva: 19 mesi**