

Codice DB1102

D.D. 22 dicembre 2010, n. 1646

**L.R. 63/78 art. 41. Affidamento all'IMA Piemonte dell'incarico per la realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità". Impegno di spesa di Euro 190.000,00 o.f.i. (capitolo n. 128317 del bilancio di previsione per l'anno 2010).**

Visto l'art. 41 della L.R. n. 63/78 il quale prevede che l'Amministrazione Regionale possa svolgere attività promozionali dei prodotti agricoli direttamente o avvalendosi di Enti, Associazioni, Istituzioni e Società specializzate;

Vista la DGR n. 21-4797 del 17/12/2001, che approva le istruzioni per l'applicazione del suddetto articolo, e la DGR n. 41-13319 del 15/02/2010 contenente le "Linee di indirizzo della promozione in agricoltura 2010-2012";

Visto che il documento sulle Linee di indirizzo 2010 della promozione di cui alla suddetta DGR n. 41-13319 del 15/02/2010 prevede che nell'ambito del progetto Piemonte Agri Qualità (di cui alla D.G.R. n. 27-12515 del 09/11/09) ci sia la definizione di una strategia di comunicazione, promozione e valorizzazione delle produzioni;

Dato che le Linee di indirizzo 2010 della promozione in agricoltura, approvate con la DGR n. 41-13319 del 15/02/2010, individuano, nell'ambito del Programma delle iniziative da svolgere con l'Istituto Marketing Agroalimentare per il Piemonte (IMA), attività di comunicazione legate al progetto "Piemonte agri qualità" declinate su materiale cartaceo quali folder, brochures, locandine, affissioni di vario genere, sulle guide specializzate, sulle riviste o pubblicazioni di settore, sulle pagine acquistate all'interno dei quotidiani (non piemontesi) in occasione di fiere extraregionali e così via;

Dato che le Linee di indirizzo 2010 della promozione in agricoltura, approvate con la DGR n. 41-13319 del 15/02/2010, prevedono:

- Al punto 2.12 Attività di promozione agroalimentare sui mercati internazionali nell'ambito del sistema di internazionalizzazione del Piemonte da svolgere in collaborazione con il Centro Estero per l'internazionalizzazione del Piemonte (Ceip), tra le quali la partecipazione a Fruit Logistica (9-11 febbraio per l'edizione 2011) approvata con D.D. n. 1581 del 17/12/2010;
- al punto 2.13 "Attività di promozione a regia regionale" impegni propedeutici alla realizzazione dell'edizione 2011 di Campus Salone della nuova agricoltura di Torino con Lingotto Fiere (5-7 febbraio 2011) e iniziative promozionali propedeutiche e compartecipanti alle celebrazioni del 150° Anniversario dell'Unità d'Italia (marzo 2011) e iniziative di carattere editoriale e promopubblicitario, tra le quali anche alcune attività editoriali e promopubblicitarie da svolgere direttamente o in collaborazione con riviste e pubblicazioni di settore, quali, stampa libri, opuscoli, redazionali, inserti e pagine pubblicitarie su giornali, riviste, guide di settore, acquisto volumi di interesse agricolo agroalimentare, rurale.

Stabilito che la Regione Piemonte, al fine di valorizzare i prodotti agroalimentari piemontesi, ha costituito con L.R. n. 29/2002 l'Istituto per il marketing dei prodotti agroalimentari del Piemonte (IMA), Società in house, che ha come oggetto sociale il marketing dei prodotti agroalimentari piemontesi di qualità, attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- attività promozionali e pubblicitarie in Italia ed all'estero;
- ricerche di mercato;

- attività di consulenza tecnica alle imprese per la definizione di accordi e partnership commerciali.

Rilevato altresì che l'IMA è una società a capitale interamente pubblico, a prevalente partecipazione regionale, che opera a favore della Regione e degli altri enti costituenti o partecipanti e che realizza gli scopi sociali di cui al punto precedente anche attraverso collaborazioni con istituzioni pubbliche e private.

Rilevato che la Regione Piemonte possa avvalersi delle prestazioni dell'IMA al fine di valorizzare i prodotti agroalimentari piemontesi;

Ritenuto, per la realizzazione di tali iniziative, di avvalersi dell'IMA Piemonte, Corso Stati Uniti n. 21 – 10128 Torino, affidandogli l'incarico di realizzare le attività di comunicazione legate al progetto "Piemonte Agri Qualità" in quanto società in house;

Con la nota prot. n. 34153 DB/1102 del 21/12/2010 l'amministrazione regionale ha richiesto all'IMA Piemonte la prestazione per la realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" comprendente la definizione di una strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna e degli strumenti di below the line e l'assistenza nelle fasi di produzione (come definito in allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento), invitandola a presentare la relativa offerta economica;

Con nota ns. prot. n. 34222 DB/1102 del 22/12/2010 l'IMA Piemonte ha presentato l'offerta economica per una spesa complessiva di Euro 190.000,00 o.f.i. per la realizzazione dell'incarico di cui sopra;

Dato atto che la sopraccitata offerta economica presentata dall' IMA Piemonte:

- corrisponde alle effettive esigenze del Settore stabilite con le "Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agroalimentare 2010-2012" approvate con Deliberazione di Giunta Regionale n. 41-13319 del 15 febbraio 2010 e secondo le effettive esigenze richieste dal Settore con nota prot. n. 34153 DB/1102 del 21/12/2010;
- sotto il profilo economico, la spesa per la realizzazione dell'incarico di cui sopra è da ritenersi congruo in relazione al tipo di servizio richiesto.

Ritenuto necessario indicare che tutti i documenti di studio, le immagini fotografiche e gli elaborati realizzati saranno di esclusiva proprietà della Regione Piemonte.

Vista la DGR n. 1-589 del 9 settembre 2010 con la quale sono stati approvati gli obiettivi dei Direttori Regionali, così come inseriti nella parte I del programma Operativo 2010, e le assegnazioni delle risorse finanziarie necessarie al raggiungimento degli stessi;

Vista la nota prot. n. 28503/DB11.00 del 21 ottobre 2010 a firma del Responsabile della Direzione Regionale DB1100 che autorizza, per l'esercizio in corso, i Responsabili di Settore all'assunzione degli impegni di spesa riguardanti le attività di competenza, nei limiti ed obiettivi previsti dalla citata deliberazione n. 1-589 del 9 settembre 2010;

Vista l'assegnazione n. 100204 sul cap. di spesa 128317/2010 a favore della Direzione Agricoltura DB1100 di cui alla DGR n. 3-13050 del 19 gennaio 2010 e DGR n. 1-589 del 9 settembre 2010 (U.P.B. DB11021);

Vista la D.G.R. n. 1-1163 del 06/12/2010 con cui la Giunta Regionale ha assegnato ulteriori risorse alle Direzioni regionali;

Visto l'art. 31 comma 8 della L. R. 7/2001 (Ordinamento contabile della Regione Piemonte) che stabilisce che "dopo il 30 novembre non possono essere assunti impegni di spesa ad eccezione di quelli su stanziamenti iscritti successivamente a tale data, o che si rendano indispensabili per l'urgenza ed indifferibilità".

Accertato che il capitolo di spesa 128317/2010 presenta la necessaria disponibilità finanziaria ad impegnare sul bilancio di previsione per l'anno 2010;

Preso atto che l'assegnazione della somma di € 87.318,58 sul capitolo di spesa 128317/2010 è stata disposta con la deliberazione n. 1-1163 del 6 dicembre 2010.

Rilevato che con DGR n. 57-1242 del 17/12/2010 la Giunta Regionale ha autorizzato lo storno compensativo (n. 379/2010) integrando l'assegnazione sul capitolo di spesa 128317/2010 per Euro 190.000,00;

Viste altresì le circolari prot. n. 23087/DB0902 del 3/9/2010 della Direzione Risorse Finanziarie e prot. n. 43218/DB0700 del 7/9/2010 della Direzione Risorse Umane e Patrimonio relative alla tracciabilità dei pagamenti;

Stabilito quindi che vi siano le condizioni di procedere all'adempimento suddetto:

- di approvare l'offerta economica per una spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i. presentata dall'IMA Piemonte per la realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" comprendente la definizione di una strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna e degli strumenti di below the line e l'assistenza nelle fasi di produzione (come definito in allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento);
- di affidare all'IMA Piemonte S.c.p.A. (Istituto per il Marketing dei prodotti agroalimentari del Piemonte s.c.p.a.), Corso Stati Uniti n. 21 – Torino, in quanto società in house, l'incarico di realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" comprendente la definizione di una strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna e degli strumenti di below the line e l'assistenza nelle fasi di produzione, per una spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i.;
- di approvare lo schema di convenzione allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale (allegato 2);
- di stabilire che l'incarico dovrà essere eseguito secondo le modalità ed i termini stabiliti dalle "Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agroalimentare 2010-2012" approvate con Deliberazione di Giunta Regionale n. 41-13319 del 15 febbraio 2010";
- di impegnare, a favore dell'IMA Piemonte S.c.p.A, la spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i. sul capitolo di spesa 128317 del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010;
- che l'impegno di spesa di cui al punto precedente risulta urgente e indifferibile per la necessità di avere a disposizione i materiali di comunicazione e promozione che serviranno per gli eventi programmati nei primi mesi del 2011.

Considerato che in conformità con quanto previsto dall'art. 3 della L. 136/10 "Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di antimafia" è stato assegnato all'incarico in oggetto il CUP n. J69C10000310002;

Tutto ciò premesso,

## IL DIRIGENTE DEL SETTORE

Visti gli artt. 4 e 17 del Decreto Legislativo n. 165 del 30/03/2001;  
Visto l'art. 17 della L.R. n. 23 del 28 luglio 2008;  
Visto l'art. 41 della L.R. n. 63/78;

Vista la L.R. n. 29/2002 relativa alla costituzione di IMA Piemonte, modificata dalla L.R. n. 17 del 25/6/2008;

Vista la L.R. n. 7/2001 (Ordinamento contabile della Regione Piemonte);  
Vista la L.R. n. 14/2010 (legge finanziaria 2010);

Vista la L.R. n. 15/2010 (bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010 e bilancio pluriennale 2010-2011);

Vista la L.R. n. 18 del 3 agosto 2010 (Assestamento al bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010 e disposizione finanziarie);

Vista la DGR n. 3-13050 del 19 gennaio 2010;  
Vista la DGR n. 19-201 del 21/06/2010;  
Vista la DGR n. 19-338 del 19 luglio 2010;  
Vista la DGR n. 1-589 del 9 settembre 2010;  
Vista la DGR n. 1-1163 del 6/12/2010;  
Vista la DGR n. 57-1242 del 17/12/2010;

Viste le circolari Regione Piemonte n. 23087/DB0902 del 03/09/2010 e n. 43218/DB0700 del 07/09/2010 (tracciabilità dei pagamenti);

Vista la L. 136/10 "Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di antimafia"

### *determina*

- di approvare l'offerta economica per una spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i. presentata dall'IMA Piemonte per la realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" comprendente la definizione di una strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna e degli strumenti di below the line e l'assistenza nelle fasi di produzione (come definito in allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento);
- di affidare all'IMA Piemonte S.c.p.A. (Istituto per il Marketing dei prodotti agroalimentari del Piemonte s.c.p.a.), Corso Stati Uniti n. 21 – Torino, in quanto società in house, l'incarico di realizzazione della campagna di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" comprendente la definizione di una strategia di comunicazione, la creazione e la realizzazione della campagna e degli strumenti di below the line e l'assistenza nelle fasi di produzione, per una spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i.;
- di approvare lo schema di convenzione allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale (allegato 2);
- di stabilire che l'incarico dovrà essere eseguito secondo le modalità ed i termini stabiliti dalle "Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agroalimentare 2010-2012" approvate con Deliberazione di Giunta Regionale n. 41-13319 del 15 febbraio 2010";

- di impegnare, a favore dell'IMA Piemonte S.c.p.A (n. codice beneficiario 99590), la spesa complessiva di euro 190.000,00 o.f.i. sul capitolo di spesa 128317 del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010.
- che l'impegno di spesa di cui al punto precedente risulta urgente e indifferibile per la necessità di avere a disposizione i materiali di comunicazione e promozione che serviranno per gli eventi programmati nei primi mesi del 2011.
- di stabilire che tutti i documenti di studio, le immagini fotografiche e gli elaborati realizzati saranno di esclusiva proprietà della Regione Piemonte.

Accertata la regolare esecuzione del suddetto incarico, si provvederà alla liquidazione del compenso pattuito, previa presentazione di fattura e relazione delle attività svolte, vistata per la conformità dell'incarico alle previsioni contrattuali. Il corrispettivo pattuito per l'incarico sarà erogato entro 30 giorni dalla presentazione della fattura.

Alla spesa complessiva di Euro 190.000,00 o.f.i. si fa fronte con impegno di spesa sul capitolo di spesa 128317 del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010.

In conformità con quanto previsto dall'art. 3 della L. 136/10 "Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di antimafia" è stato assegnato all'incarico in oggetto il CUP n. J69C10000310002.

La presente Determinazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 16 del Regolamento n. 8/R del 29/07/2002 "Ordinamento e disciplina del B.U. della Regione Piemonte".

Il Dirigente  
Alessandro Caprioglio

Allegato

# PROGETTO CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE "PIEMONTE AGRICOLTURA QUALITÀ"

## PREMESSA

Il progetto Piemonte Agricoltura Qualità, piano comprensivo e coordinato di comunicazione e promozione che coniuga l'identità territoriale del Piemonte, le sue produzioni agroalimentari e le politiche regionali di qualità riconducendole sotto un'unica immagine e impronta comunicativa, prevede tra le altre azioni anche la produzione di materiale informativo e promozionale.

Al fine di raggiungere gli obiettivi del Progetto Agricoltura Qualità, cioè far conoscere al cittadino consumatore le politiche di qualità regionali, aiutarlo ad orientarsi verso scelte consapevoli di acquisto ed informarlo sulle produzioni di qualità piemontesi, si è ritenuto necessario realizzare uno specifico progetto coordinato di comunicazione.

Il progetto coordinato riguarda tre macro tematiche:

- a) educazione alimentare e al consumo sostenibile;
- b) educazione al consumo consapevole sui sistemi di qualità certificata;
- c) le produzioni e il territorio.

Per poter realizzare le attività di comunicazione e promozione facenti parte di tale progetto coordinato si è ritenuto necessario affidare i servizi di seguito descritti.

## 1. SERVIZI RICHIESTI

1.a) elaborazione di una **strategia di comunicazione complessiva e coordinata**, efficace per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione di seguito indicati, e di un **concept creativo generale** adattato al **marchio già in possesso** della Direzione Agricoltura che identifichi facilmente gli strumenti di cui al punto 1b) quali iniziative di una stessa campagna;

1.b) **creazione, realizzazione e assistenza alla produzione** (anche alla elaborazione dei testi) della campagna di comunicazione e promozione, da declinare sui seguenti materiali:

- Depliant (pieghevole)
- Opuscoli (libretti)
- Cartine

1.c) **creazione, impaginazione, esecutivi e assistenza alla produzione** dei seguenti strumenti di  
below the line:

a) **educazione alimentare e al consumo sostenibile (in lingua italiana);**

- opuscolo n. 16 facciate circa esclusa la copertina, 21x10,5 chiuso (42x10,5 aperto);
- depliant a 4 ante 15x21 chiuso (60x21 aperto). Collana da realizzare in 7 diverse categorie di prodotto (Latte, Carni fresche, Uova, Ortofrutta, Pesce, Vino, Miele)

**b) educazione al consumo consapevole sui sistemi di qualità certificata (in lingua italiana);**

- opuscolo n. 12 facciate circa esclusa la copertina, 15 x 15 chiuso;

**c) le produzioni e il territorio**

*in lingua italiana*

*(Collana)*

- opuscolo n. 16 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (prodotti orticoli e cereali)
- opuscolo n. 10 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (frutta)
- opuscolo n. 25 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (prodotti lattiero-caseari)
- opuscolo n. 30 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (prodotti carni fresche, pesci, preparazioni di carni)
- opuscolo n. 35 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (prodotti panetteria e pasticceria, paste fresche)
- opuscolo n. 35 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso (prodotti panetteria e pasticceria, paste fresche)
- opuscolo ricette tradizionali n. 30 facciate circa esclusa la copertina, 15x21 chiuso
- *in lingua italiana e inglese*
- opuscolo vino/enoteche n. 6 facciate circa esclusa la copertina, 21x10,5 chiuso (42x10,5 aperto) ;
- opuscolo pat + dop n. 6 facciate circa esclusa la copertina, 21x10,5 chiuso (42x10,5 aperto);
- cartina geografica con principali itinerari enogastronomici, 21x10 chiusa (50x70 aperta)

**1.d) adattamento del concept creativo generale per l'utilizzazione in inserzioni su quotidiani e riviste e pianificazione media per ognuna delle macrotematiche oggetto della campagna di comunicazione (educazione alimentare e al consumo sostenibile, educazione al consumo consapevole sui sistemi di qualità certificata, le produzioni e il territorio).**

**1.e) adattamento del concept creativo a linea guida per la realizzazione di grafiche da utilizzare in allestimenti promozionali.**

## **2. AUMENTO O DIMINUZIONE DEI SERVIZI RICHIESTI**

La Direzione Agricoltura Regione Piemonte si riserva la facoltà di apportare, a suo insindacabile giudizio, variazioni ai servizi di below the line con semplice preavviso scritto, fino ad un massimo, in aumento o diminuzione, del 20% degli strumenti previsti.

Gli strumenti di below the line di cui al punto 1.c) verranno comunque quantificati (numero di copie da realizzare per ciascun strumento) nei limiti delle risorse disponibili.

### 3. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

La comunicazione, articolata nei diversi strumenti avrà i seguenti obiettivi:

- 3.a) L'obiettivo generale è informare ovvero diffondere la conoscenza complessiva sulle produzioni agroalimentari del Piemonte e sulle politiche regionali di qualità;
- 3.b) Il secondo obiettivo è quello di aiutare il cittadino consumatore ad orientarsi verso scelte consapevoli di acquisto che tengano presente, oltre alla conoscenza dei prodotti rientranti nei sistemi di qualità alimentare, anche delle regole fondamentali di educazione alimentare e di educazione al consumo sostenibile;
- 3.c) Il terzo obiettivo è creare attenzione, empatia, emozione, interesse e curiosità intorno all'identità territoriale del Piemonte e alle sue produzioni agroalimentari anche al fine di promuovere il turismo enogastronomico regionale e la commercializzazione delle sue produzioni di eccellenza.

### 4. TARGET

- 4.a) Cittadini di Torino e Regione Piemonte di età compresa tra gli 11 e i 64 anni.
- 4.b) Adulti residenti al di fuori del territorio regionale e nazionale.

### 5. CONTENUTI DA COMUNICARE CON LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

- **EDUCAZIONE ALIMENTARE E AL CONSUMO SOSTENIBILE**

Il tema alimentazione ha una sua centralità ed una rilevante importanza per promuovere una effettiva, diffusa ed attiva tutela della salute della popolazione.

E' quindi fondamentale aiutare il consumatore a orientare le proprie abitudini alimentari, rendendogli disponibili una serie di informazioni per una corretta *educazione alimentare* orientata prevalentemente a far comprendere che una sana alimentazione rappresenta il primo intervento di prevenzione a tutela della salute e dell'armonia fisica.

Naturalmente tale obiettivo dovrebbe essere raggiunto, secondo le nostre competenze, attraverso una didattica dell'alimentazione e del cibo che consideri le realtà agricole e produttive regionali, permetta l'acquisizione di conoscenze relative al territorio, ai ritmi naturali che regolano le produzioni agroalimentari, alle problematiche connesse al cibo e alle diverse culture alimentari.

Allo stesso tempo l'*educazione al consumo sostenibile* è un altro ambito informativo importante per orientare il cittadino verso la scelta di beni e servizi con la consapevolezza degli effetti sociali e ambientali dell'intero ciclo di vita del prodotto dovuti alle modalità di produzione del bene, al suo trasporto, alle sue modalità di smaltimento e alle caratteristiche del soggetto che lo produce.

Tale atteggiamento nasce dalla considerazione che qualsiasi bene o servizio ha un peso sociale e ambientale in quanto per produrlo e farlo arrivare sul luogo in cui viene utilizzato sono state utilizzate materie prime, sono stati messi in atto dei processi produttivi che hanno conseguenze



sull'ambiente, è stata consumata dell'energia, e sono stati impiegati dei lavoratori. Lo scopo del consumo consapevole è quello di ridurre al minimo questo peso, attraverso un'azione che si muove su due livelli: da una parte riducendo l'impatto ambientale e sociale della propria spesa e dall'altro contribuendo con le proprie scelte ad indirizzare le politiche dei soggetti protagonisti del mercato.

I materiali realizzati verranno distribuiti nella GDO, agli Urp, alle scuole, soprattutto contestualmente alla realizzazione dei progetti regionali.

- ***EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE SUI SISTEMI DI QUALITÀ CERTIFICATA***

Al fine di aiutare il cittadino consumatore ad orientarsi verso scelte consapevoli di acquisto si ritiene necessario fargli conoscere le caratteristiche dei prodotti rientranti nei sistemi di qualità alimentare attraverso un unico strumento esplicitandone il valore aggiunto in termini di qualità organolettica, sicurezza, tracciabilità, tradizionalità, sostenibilità.

L'approccio metodologico per affrontare tali tematiche dovrà essere più informativo/comunicativo che promozionale e dovrebbe permettere lo sviluppo nel cittadino di tutte quelle conoscenze finalizzate a far conoscere i prodotti ottenuti con metodo biologico, i prodotti DOP e IGP riconosciuti, i Vini DOC e DOCG riconosciuti, i prodotti agricoli tradizionali, i prodotti ottenuti con metodi di produzione integrata, ogm free, con processi di tracciabilità, etichettatura obbligatoria e volontaria, a marchio di certificazione, la filiera corta agroalimentare e la produzione a km. 0.

I materiali realizzati verranno distribuiti nella GDO, soprattutto contestualmente alla realizzazione dei progetti regionali, agli Urp.

- ***LE PRODUZIONI E IL TERRITORIO***

La realizzazione di materiale promozionale sulle produzioni agroalimentari piemontesi e sul territorio è orientato indubbiamente alle necessità di comunicazione conseguenti alla partecipazione del Piemonte a manifestazioni fieristiche di interesse regionale, nazionale ed internazionale, ed in particolare sulle filiere del vino, della frutta, dei formaggi, dei salumi e dei prodotti agroalimentari tradizionali e in generale sul Piemonte agroalimentare come somma di territori, prodotti, paesaggi e reti di promozione (enoteche, botteghe, strade del vino e fattorie). Tale materiale dovrebbe essere quindi sicuramente realizzato plurilingue.

I materiali realizzati verranno distribuiti durante le fiere, durante eventi organizzati dalla Regione Piemonte, o distribuiti agli Urp e alle Atl, o presso la ristorazione e gli alberghi contestualmente alla realizzazione dei progetti regionali.

## **6. LINEE GUIDA PER LA REALIZZAZIONE DEGLI STRUMENTI INFORMATIVI E PROMOZIONALI**

E' indispensabile nella progettazione degli strumenti informativi e promozionali che vengano rispettate le seguenti modalità di stesura dei contenuti e di realizzazione grafica coordinata:

- la grafica utilizzata deve essere pulita; il font deve essere chiaro, formale e grande abbastanza per essere di facile leggibilità per chiunque;
- la modalità di stesura dei testi dovrà essere di facile comprensione e la lunghezza dei testi e la loro modalità di predisposizione dovrà essere adattata agli strumenti che vengono di volta in volta utilizzati;
- la presenza di elementi grafici, schemi, fotografie può essere utile non solo per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione delle informazioni, ma anche per movimentare la monotonia dovuta alla presenza esclusiva di elementi testuali.

Si specifica che i diritti della proprietà intellettuale del progetto sono riservati alla Direzione Agricoltura della Regione Piemonte che, alla completa esecuzione dei servizi richiesti, potrà liberamente disporre con la facoltà anche di concederne l'uso a terzi.