



**VADEMECUM PER LA  
COMUNICAZIONE  
PROGETTO  
“PARCHI DA GUSTARE”**

Febbraio 2019

## Vademecum per la comunicazione di “Parchi da gustare”

Partecipare al progetto è semplice, firma il protocollo di adesione ed entra in una comunità di Produttori e Ristoratori che si riconoscono nei valori della qualità, sostenibilità e attenzione per il loro territorio in forte relazione con I parchi regionali piemontesi. Partecipare significa essere più visibili, contribuire a migliorare la propria web reputation ed essere collegati fortemente all’ambiente in cui si è inseriti.

### In sintesi cosa vi chiediamo

Il progetto prevede una condivisione di alcuni mezzi di comunicazione e in questo breve documento troverai le modalità per rendere la promozione della tua attività più efficiente ed efficace sfruttando “Parchi da gustare” come un veicolo in più di racconto e di crescita. Tutto quello che si prevede è facilmente realizzabile attraverso i più comuni software di produzione testi e utilizzando i propri profili social.

Una volta aderito riceverai del materiale cartaceo che puoi utilizzare presso la tua azienda, ristorante, hotel, rifugio e ti chiediamo di seguire un calendario di poche comunicazioni attraverso il tuo profilo Facebook, Twitter o Instagram (questi ultimi due se già li hai attivati e li utilizzi) che ti forniremo di seguito.

Sono poche le regole di comunicazione che ti chiediamo di rispettare ma soprattutto sono il mezzo per essere tutti riconoscibili come soggetti di questo progetto e quindi aumentare la visibilità della propria attività con pochissimo sforzo.

### Qual è la parola chiave del progetto?

In tutte le comunicazioni dedicate al progetto dovrà essere riportata la dicitura “**Parchi da gustare**”, è importante creare un termine che si ripeta costantemente per tutti i soggetti partecipanti al fine di rendere più riconoscibile la nostra attività di comunicazione.

### Quali sono i colori e i caratteri che utilizzerò?

Il progetto non ha volutamente un logo specifico, per non contribuire all’inflazione di loghi e marchi in cui molti produttori e ristoratori si trovano quotidianamente. Si sceglierà, però, sempre il **rosso maraschino** (presente nel set prestabilito dei colori di microsoft word) quando lo si utilizzerà come titolo o come dicitura in una comunicazione (in testa a una locandina, sul menu, su comunicazioni cartacee dedicate, nei post di Facebook). Se possibile si predilige l’utilizzo del carattere **Arial Rounded MT** (presente nei set standard dei software di produzione testi) per la sua facile riconoscibilità, le forme tondeggianti ma nitide e l’uso che spesso se ne fa nel mondo della comunicazione sul cibo.

## Parchi da gustare

## Ci sono altre parole chiave?

In Parchi da gustare ci sono tre parole chiave importanti.

“**Menu del Parco**”: è un modo per i Ristoratori per promuovere i piatti preparati con almeno un prodotto dei Produttori del Parco. Non è un menu specifico, ma un modo per valorizzare una parte della propria offerta culinaria. Si realizza indicando nel proprio menu, nel periodo del progetto (maggio-settembre 2019), i piatti che rispettino il principio sopra esposto.

“**Produttori del Parco**”: sono tutti i produttori che aderiscono al progetto e quindi partecipanti alla comunità di “Parchi da Gustare”, ogni produttore che aderisce al progetto può utilizzare questa dicitura rendendo la propria attività più riconoscibile nel quadro di tutta la comunicazione dedicata.

“**Prodotto Bandiera**”: ogni Parco ha definito un prodotto che possa contraddistinguere la propria storia e tradizione. È uno strumento per raccontare più facilmente storie del territorio e della propria biodiversità, per parlare di altri prodotti tipici e di come questi possano essere trasformati e cucinati. Il prodotto bandiera è una scusa per raccontare il territorio e raccontare la propria attività o i propri prodotti.

Quindi “Menu del Parco”, “Produttori del Parco” e “Prodotto Bandiera” saranno *parole fondamentali* da utilizzare per essere ulteriormente riconoscibili, soprattutto nella comunicazione digitale sarà importante riportarle ogni volta che vogliamo comunicare qualcosa in merito al progetto.

## Ci sono particolari hashtag da utilizzare?

L'utilizzo degli hashtag (#) sui profili social è molto utile per rendere riconoscibile e facilmente rintracciabile la comunicazione. Proprio per questo abbiamo selezionato una serie di # che possono esservi utili e che devono essere riportati nei post che produrrete.

Riconoscibilità: vogliamo che il progetto sia fortemente riconoscibile, in modo da condividere con più facilità le iniziative e le comunicazioni dedicate per questo utilizziamo **#parchidagustare**

Regionalità: come tutte le comunicazioni per migliorare la fruizione di un territorio è utile riportare un riferimento all'aspetto geografico per questo possiamo aggiungere **#piemonte**

Ambiente e cibo: è utile richiamare facilmente con parole molto utilizzate e che possono rendere più letti le varie comunicazioni, possiamo utilizzare **#mangiarebene** e **#natura**

Coinvolgimento del Parco: è importante il richiamo al Parco e alle sue attività per questo dedichiamo un hashtag che potrà essere utilizzato sia dagli Enti Parco sia da ogni attore economico del territorio, per questo possiamo scrivere **#scopriparco**

## L'importanza delle foto e dei video

In ogni post o comunicazione digitale è fondamentale inserire una foto o dove possibile un breve video, la comunicazione in questo modo sarà più evidente e più facile da trovare. Scegliete foto vere, fatele voi, non vi preoccupate della qualità l'importante è che rispondano a ciò che di vero volete comunicare. Per i video provate a “metterci la faccia”, fate delle brevi interviste con uno smartphone sulle procedure di produzione del vostro prodotto, o raccontando una ricetta che servite nel vostro ristorante, date l'idea dell'immediatezza e del rapporto con il territorio che vi circonda, del resto Parchi da gustare vuole enfatizzare soprattutto la relazione semplice, ma verace, tra biodiversità della natura e la possibilità di essere fruita e quindi apprezzata e rispettata. Quando si utilizzano le foto è sempre meglio fotografare i momenti delle produzioni o dell'assemblamento di un piatto che non il prodotto finito, questo vi permette di raccontare la storia che porti al prodotto finale e risulta essere più coinvolgente. Se utilizzate Instagram vi consigliamo di scattare 3/4 foto in sequenza rispetto ai processi di produzione e postarli uno al giorno con la descrizione e con gli stessi hashtag per suscitare nel fruitore la curiosità di seguire la narrazione.

## Quanto è importante “taggare”?

Fondamentale!! Nei post di Facebook taggate sempre il Parco e - se siete un ristorante - il produttore che vi fornisce il prodotto specifico, o ancora -se siete dei produttori- un ristorante dove i clienti possano gustare il vostro prodotto. In questo modo è molto più facile creare una rete e ricondividere la comunicazione, generando un incremento esponenziale della visibilità senza investire in pubblicità.

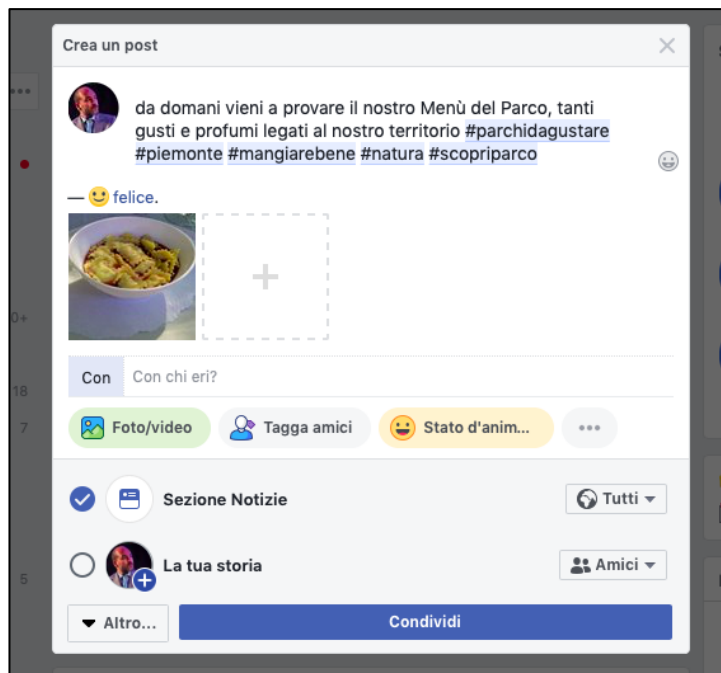
A questo scopo di seguito trovate tutti i canali social dei Parchi, entrate nel loro network, chiedete amicizia, seguiteli e citateli (soprattutto in Facebook è semplicissimo basta cliccare sul tasto “tagga amici”, su Instagram vai su @menzione e su Twitter usa @ e poi il nome di chi vuoi coinvolgere).

## La geolocalizzazione quanto è importante?

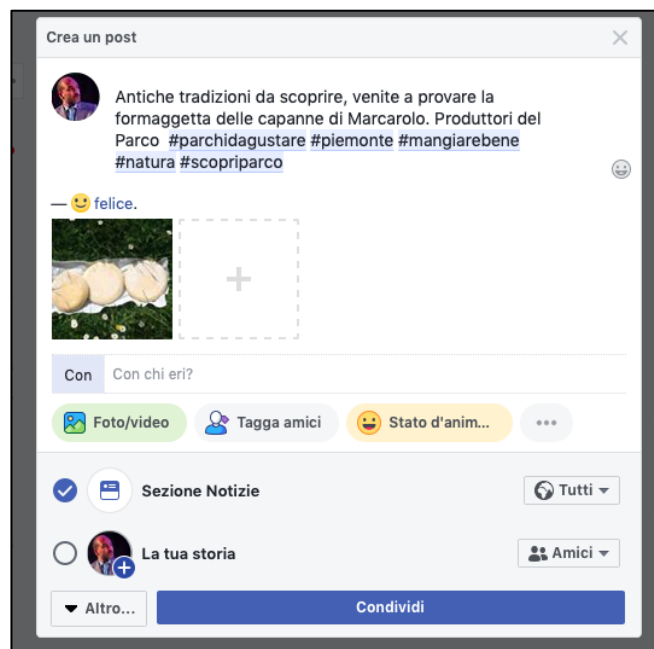
Quando si completa un post sia su Facebook che su Instagram possiamo geolocalizzare la foto o la nostra posizione, inserite sempre il luogo, inserendo sempre dove siete in modo che chi legge il post possa facilmente recuperare la vostra posizione da sistema di *mapping* del social network. Questo è molto importante perché permette al fruitore di localizzarvi immediatamente in un luogo e procedere con impostare il viaggio presso il vostro indirizzo.

## Facciamo qualche esempio

1. Voglio lanciare la notizia che nel mio ristorante puoi gustare dei piatti fatti con prodotti della tradizione locale fatti dai produttori del parco.



2. Voglio rilanciare il mio prodotto.



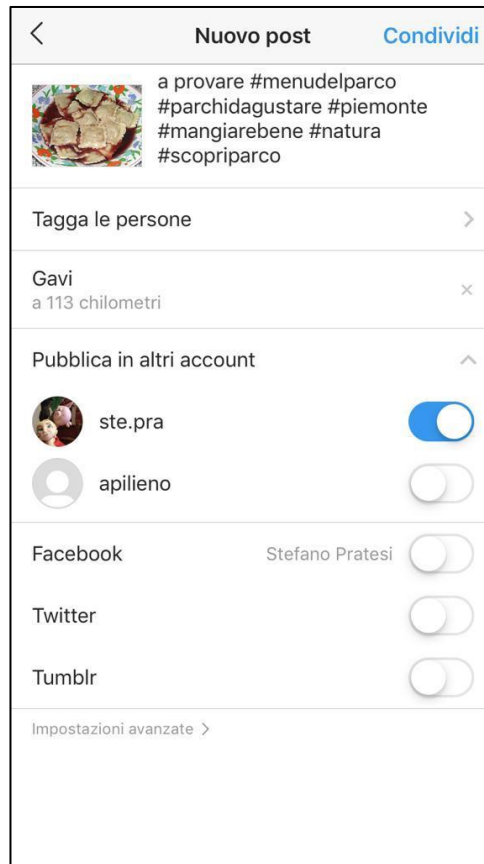
3. Voglio utilizzare il prodotto bandiera per parlare del mio prodotto.



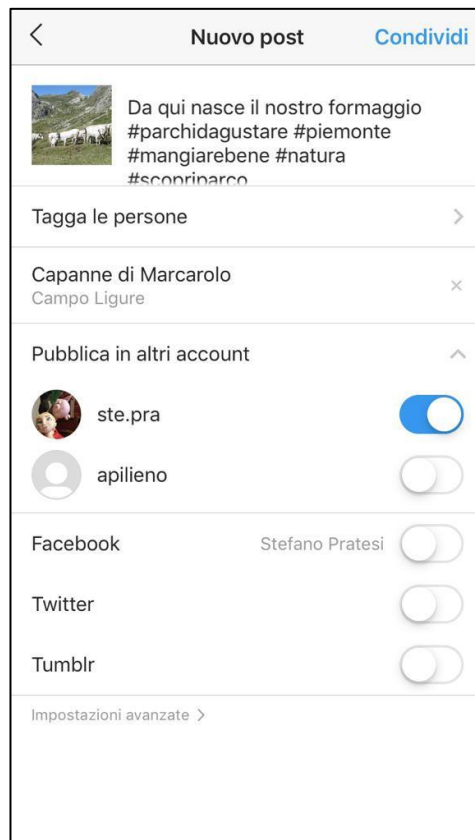
4. Voglio utilizzare il prodotto bandiera per promuovere il mio menu.



5. Voglio fare una foto dei miei prodotti su Instagram e dire che possano venire a gustarli nel mio ristorante.



6. Voglio raccontare la mia produzione su Instagram e invitare le persone a venirmi a trovare.



7. Faccio un evento e lo voglio raccontare via twitter.



## Quando comunicare

Il progetto prenderà il via il **24 maggio** Giornata Europea dei Parchi (nel 1909 in questo giorno in Svezia venne istituito il primo parco nazionale) e si chiuderà il **29 settembre**. In questo periodo potrete utilizzare il materiale cartaceo, proporre il menu del parco e intensificare la comunicazione del progetto ma di fatto il calendario prevede un piano annuale perché Parchi da gustare è di fatto un modo diverso per far sì che la comunità di produttori e ristoratori possa essere riconoscibile quotidianamente.

- **Inizio della comunicazione:** si inizia sempre un po' prima dal 17 maggio fino al 24 maggio vi chiediamo 3 differenti post Facebook (e se volete anche Instagram) dove si lanci l'iniziativa e si racconti del proprio prodotto o della propria offerta culinaria, è importante avere da subito molta comunicazione per far rimanere nel web una traccia importante del progetto e quindi della visibilità per ogni partecipante.

Esempio (ristoratori): “Il 24 maggio inizierà Parchi da Gustare, quest'anno puoi venire a provare crostini con la toma e il miele, sapori e profumi del nostro territorio. **#parchidagustare #piemonte #mangiarebene #natura #scopriparco** (foto del piatto o meglio foto di come si prepara, tag del produttore di miele e di toma, tag dell'ente parco)”.

Esempio (produttori): “Il 24 maggio si lancerà Parchi da Gustare un progetto che ci vedrà protagonisti con la nostra formaggetta, quest'anno sia Produttori del Parco, racconteremo le nostre storie di tradizioni, profumi e sapori. **#parchidagustare #piemonte #mangiarebene #natura #scopriparco** (foto del prodotto o meglio foto di come si prepara o piccolo video, tag del ristorante o dei ristoranti dove possano essere trovati i prodotti, tag dell'ente parco)”.



- Nello stesso periodo ogni Ente Parco inizierà a comunicare con gli stessi hashtag il lancio del progetto, nei post potrà essere utilizzato il prodotto bandiera come racconto del territorio.
- **Da Giugno a Settembre** vi chiediamo almeno (ovviamente dipende da voi quanto volete promuovere la vostra attività) due post al mese che riportino #parchidagustare #piemonte #mangiarbene #natura #scopriparco e un riferimento a un ristoratore, un produttore e il Parco. Molto utile in questo periodo comunicare con la stessa modalità possibili eventi fatti insieme tra i vari soggetti partecipanti (produttori, Ristoratori, Parchi). In questi post si può utilizzare il prodotto bandiera come strumento di comunicazione del territorio.
- **Da Ottobre a Dicembre**, compatibilmente con le stagionalità delle aperture e della produzione 1 solo post al mese con #parchidagustare #piemonte #mangiarbene #natura #scopriparco. In questi post potrebbe essere molto utile utilizzare foto o piccoli video di eventi fatti durante Parchi da Gustare, è un modo di parlare della propria attività nel quadro di un progetto che sarà ripetuto l’anno successivo quindi con più possibilità di visibilità.
- Ogni Ente Parco potrà utilizzare hashtag #scopriparco per tutte le proprie iniziative creando una continuità comunicativa che favorirà la visibilità dei post anche di “Parchi da Gustare”.

Oltre alla comunicazione online, nei periodi indicati ci sarà un lancio ufficiale del progetto fatto dalla Regione e un evento lancio per ogni Ente Parco con un comunicato stampa dedicato che riporti le stesse parole chiave di tutto il progetto.