

**“Certification of Authenticity and Development of a
Promotion Network olive products in the across border
GREECE – ITALY area”**

“AUTHENTIC-OLIVE-NET”

D3.4.4 D3.5.4 TRAINING SEMINARS



CAMERA DI COMMERCIO
FOGGIA for

Seminari

La Camera di Commercio di Foggia, ha promosso un programma per la verifica dell'autenticità degli oli extravergine d'oliva del territorio finalizzato alla valorizzazione e promozione delle produzioni locali.

All'interno di questo programma, la Camera di Commercio di Foggia ha fissato vari appuntamenti mediante Webinar gratuiti, con lo scopo di promuovere il progetto e il consumo di olio extravergine di oliva, alimento alleato della salute, per approfondirne il valore sensoriale e salutistico-nutrizionale e per favorirne un consumo basato su una scelta consapevole, basato sulla cultura del cibo genuino ed il recupero e la valorizzazione dell'autenticità e della identità culturale del territorio.

Un primo incontro via webinar è stato realizzato per gli studenti dell'Istituto Tecnico Di Maggio di San Giovanni Rotondo, via Meet il **25 Novembre 2020**, all'interno del quale sono stati approfonditi i compiti istituzionali della Camera di Commercio e le funzioni all'interno del progetto Authentic Olive Net.

Nelle giornate del **19-20-21/05/2021** sono stati organizzati i training seminar, insieme ad Assoproli Bari, mediante seminari tenuti in modalità on line, in cui la Camera di Commercio di Foggia ha affrontato i temi dell'internazionalizzazione e dell'importanza dei social per le imprese. Sono state prese in esame le caratteristiche della filiera e i mercati destinatari di olio evo all'estero, con uno specifico dettaglio sui paesi emergenti. Si è quindi affrontato il concetto di internazionalizzazione e le strategie vincenti per poter affrontare i mercati esteri, a fronte di autenticità e qualità, caratteristiche imprescindibili del progetto AON. L'utilizzo dei social per il business è diventato, ancor di più a seguito della pandemia, un'opportunità sempre più sentita dalle imprese. In tale ottica si è affrontata la presenza delle imprese sui social e la strategia da adottare rispetto alla gestione delle diverse piattaforme.