

**“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**

---



## 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.