



Co-funded by  
the European Union

# ECO OLIVES

## MANUALE PER I FORMATORI

Production and marketing of organic olives and olive oil:  
EcoOlives No. 2021-1-DE02-KA220-VET-000030009



*Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.. © 2022-2024. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).*



## INDICE

### Sommario

Introduzione - Come utilizzare il manuale	4
Obiettivi	4
Moduli	4
Struttura dei Moduli	5
Navigare nel corso	6
Gestione dei principianti nei corsi di formazione OO&OO	7
Modulo 1 - Introduzione alle olive ecologiche	9
Unità 1: Introduzione al corso Eco Olives	9
Modulo 2 – Come produrre olive biologiche	13
Unità 1: Agricoltura biologica: opportunità e minacce	14
Unità 2 : L'impianto prima della produzione	15
Unità 3 : Gestione degli impianti	17
Unità 4 : La pianta e il suo ambiente	19
Unità 5 : Raccolta e conservazione delle olive biologiche	21
Modulo 4 – Come produrre l'olio d'oliva ecologico	23
Unità 3.1 – Introduzione	24
Unità 3.2 – Processo di produzione	25
Unità 3.3 – Qualità dell'olio	33
Unità 3.4 – Stoccaggio, imbottigliamento e trasporto	37
Modulo 4 - Come commercializzare e vendere olive e olio d'oliva biologici	42
Unità 4.1 – Principi dell'agricoltura biologica	43
4.1.2. Cambiamento delle preferenze dei consumatori verso il consumo biologico	45
4.1. 3. Innovazione e trasformazione	46
4.1.4. Concetti di marketing del marchio	48



4.2.1. Come introdurre il nuovo prodotto sul mercato	49
4.2.2. Come espandere la quota di mercato esistente	52
4.3. Sviluppo della strategia di marketing	57
4.4. Elementi essenziali di marketing digitale	61
4.5. Tecniche di comunicazione con - clienti e stakeholder	65
4.6.1 Il processo di ricerca di marketing	69
4.6.2 Analisi dei casi di studio	71
Modulo 5 - Sostenibilità e certificazione	72
Unità 5.1: Pulizia e sanificazione degli impianti	73
5.1.2 Ridurre al minimo l'impatto ambientale	75
5.1.3 – Prevenzione degli incendi e altre misure di sicurezza	76
Unità 5.2 : Prodotti secondari.	78
5.2.1 Recupero e riutilizzo dei sottoprodotti derivati dall'olio d'oliva	78
Modulo 6 – Gli oliveti come parte del patrimonio culturale nazionale	85
Modulo 7 – Conclusione e Valutazione	90



## Introduzione - Come utilizzare il manuale

Si tratta di un manuale per formatori, che funge da guida per i formatori che vogliono utilizzare il corso EcoOlives disponibile, sulla piattaforma del progetto, per formare e assistere i produttori di olio d'oliva e le organizzazioni di supporto. Il risultato si basa sui risultati precedenti e sulla relativa struttura.

Il manuale guida i formatori attraverso i vari elementi del corso di formazione in base ai moduli. Ciò significa che possono navigare nella guida nel suo complesso o scegliere i moduli da integrare in un approccio formativo preesistente per ampliare la loro pratica.

Si tratta di una serie di suggerimenti e raccomandazioni che i formatori possono utilizzare e adattare alla propria formazione come meglio credono. Lo scopo di questo piano è di fornire loro una struttura generale di come potrebbe essere la loro lezione e di dare suggerimenti per risorse e approcci innovativi che possono implementare durante la loro formazione. I destinatari sono adulti che provengono da ambienti prevalentemente agricoli e che sono interessati a conoscere le olive e l'olio d'oliva biologici o che sono già esperti e vogliono ampliare la loro pratica.

Il manuale è disponibile solo in formato elettronico in inglese, bulgaro, tedesco, italiano, spagnolo, greco e portoghese.

## Obiettivi

- Lo scopo di questo risultato è quello di fornire ai formatori la teoria necessaria per applicare la guida passo-passo per realizzare le attività dei corsi nella pratica.
- Fornire le istruzioni metodologiche su come condurre il corso.
- Sensibilizzare i formatori e gli specialisti sulle opportunità che la produzione di olive e olio d'oliva biologici offre come opzione per aumentare la quota di mercato.
- Rispondere alla domanda di un maggior numero di prodotti biologici a base di olive e olio d'oliva sul mercato locale e internazionale.

## Moduli

Questo Manuale è complementare al Corso EcoOlives e segue quindi una struttura e un contenuto simili. È composto da una guida per i 7 moduli del corso e da un'introduzione



in due parti che fornisce anche consigli su come affrontare i principianti nella produzione di olive e olio d'oliva biologici:

Introduzione - Come usare il manuale
Introduzione 2.0 - Suggerimenti per interagire con i produttori di Eco Olive e di olio d'oliva
Modulo 1 - Introduzione alle EcoOlive
Modulo 2 - Come produrre olive ecologiche
Modulo 3 - Come produrre l'olio di oliva ecologico
Modulo 4 - Come commercializzare e vendere olive e olio d'oliva biologici
Modulo 5 - Sostenibilità e certificazione
Modulo 6 - Gli oliveti come parte del patrimonio culturale
Modulo 7 - Conclusione e valutazione

## Struttura dei Moduli

Per comodità dei formatori e per l'approccio intuitivo che caratterizza questa guida, tutti i moduli della Guida hanno una struttura identica.

**La parte principale del modulo è costituita da:**

- Tabella delle informazioni utili per il formatore (sintesi del modulo, finalità del modulo, risultati dell'apprendimento, durata del modulo, materiali necessari).
- Piani di lezione suddivisi in unità che includono le seguenti informazioni:
  - Obiettivo
  - Linee guida per i gruppi di principianti
  - Linee guida per i gruppi avanzati
  - Risorse e materiale
  - Durata stimata



- Linee guida per le esercitazioni del modulo che includono le seguenti informazioni:
  - Numero e nome dell'attività
  - Descrizione
  - Scopo e obiettivi
  - Linee guida
  - Modello di interazione (SS-ST-TS)
  - Risorse e materiali che verranno utilizzati
  - Valutazione e risultati
- Domande di autovalutazione per il formatore
- Come interpretare i risultati dell'autovalutazione

## Navigare nel corso

### *Fase 1: Accesso alla piattaforma interattiva*

- Accedere all'account del formatore sulla piattaforma interattiva.
- Si accede alla homepage del cruscotto, che offre una panoramica del corso.

### *Fase 2: Revisione della Tabella delle informazioni utili*

- Fare clic su "Tabella delle informazioni utili" per trovare un riepilogo tabellare di ciascun modulo.
- Esaminare il riepilogo del modulo, gli scopi e gli obiettivi, i risultati dell'apprendimento, la durata e i materiali necessari.

### *Fase 3: Esplorazione di piani e unità didattiche*

- Navigare fino al modulo specifico che si desidera insegnare.
- Fare clic su "Piani di lezione" per accedere a piani dettagliati suddivisi per unità.
- Per ogni unità, esaminare l'obiettivo, le linee guida per i gruppi di principianti e avanzati, le risorse e la durata stimata.

### *Fase 4: Impegnarsi con gli esercizi del modulo*

- Nello stesso modulo, fare clic su "Esercizi del modulo".



- Esplorate l'elenco delle attività, ognuna delle quali contiene numero e nome, finalità, obiettivi, linee guida, schema di interazione (SS-ST-TS), risorse e dettagli sulla valutazione.

#### *Fase 5: Completamento delle domande di autovalutazione*

- Andare a "Domande di autovalutazione per il formatore".
- Rispondere alle domande relative al contenuto del corso.
- La piattaforma interpreterà i risultati e fornirà feedback e raccomandazioni.

#### *Fase 6: Partecipare alla discussione*

- Unitevi al forum di discussione interattivo per formatori.
- Collaborate, condividete esperienze, ponete domande e ricevete supporto da colleghi e amministratori di corsi.

#### *Fase 7: monitoraggio dei progressi*

- Tenere traccia dei propri progressi e dello stato di completamento.
- Identificare i moduli completati e quelli in sospeso all'interno del corso.

#### *Passo 8: Ricevere notifiche e promemoria*

- Rimanete aggiornati con promemoria e notifiche automatiche dalla piattaforma.
- Assicuratevi di rimanere in carreggiata e di impegnarvi per tutta la durata del corso.

## **Gestione dei principianti nei corsi di formazione OO&OO**

Quando si coinvolge un principiante inesperto nella produzione di olio d'oliva come formatore, è fondamentale creare un'atmosfera di apprendimento utile e inclusiva. Ecco alcuni suggerimenti per coinvolgerli e guidarli in modo efficace:



1. Stabilire un rapporto positivo: Iniziare la formazione presentandosi, dimostrando un interesse genuino per la storia dei partecipanti e affrontando qualsiasi potenziale ansia o riserva che possano avere nei confronti del programma.
2. Iniziare con i fondamentali: Supponiamo che non sappiate nulla della produzione di olio d'oliva. Iniziate con un'introduzione al settore, all'olivo e ai principi di base dell'estrazione dell'olio d'oliva. Per rendere l'argomento più accessibile, utilizzate un linguaggio semplice e familiare.
3. Collegare i concetti alle esperienze del mondo reale: Aiutare i nuovi arrivati a collegare i nuovi concetti alle loro esperienze quotidiane. Usare esempi e analogie riferibili per descrivere processi complessi in modo che possano essere compresi.
4. Utilizzare immagini e attività interattive: Incorporate supporti visivi, grafici e infografiche per migliorare la comprensione. Includere attività pratiche o dimostrazioni per migliorare l'apprendimento, laddove possibile.
5. Incoraggiare le domande e la discussione: Creare un ambiente aperto e accogliente in cui i principianti possano fare domande e condividere le loro idee. Rispondete pazientemente alle domande e incoraggiate gli scambi tra pari.
6. Essere pazienti e compassionevoli: Riconoscere che l'acquisizione di una nuova abilità richiede tempo e pratica. Rimanere pazienti con i nuovi arrivati e fornire feedback costruttivi e incoraggiamento per aiutarli ad acquisire fiducia.
7. Scomporre concetti complicati: La produzione di olio d'oliva può includere processi sofisticati. Scomponete i concetti complessi in parti più piccole e accessibili, poi costruite sulle fondamenta man mano che la formazione procede.
8. Fornire esempi specifici: Condividete storie di successo e casi di studio di altri produttori di olio d'oliva principianti. Questo può motivare i nuovi arrivati e mostrare loro che il successo è possibile.
9. Fornire assistenza di follow-up: Mettere a disposizione risorse e materiali supplementari per l'autoapprendimento. Fornire assistenza post-formazione, ad



esempio tramite e-mail di follow-up o incontri di domande e risposte, per risolvere eventuali problemi o sfide in sospeso..

10. Incoraggiare la creazione di reti, offrendo ai nuovi arrivati l'opportunità di confrontarsi con produttori di olio d'oliva affermati. Possono imparare dagli specialisti del settore e creare una rete di supporto.
11. Pietre miliari: Riconoscere e apprezzare i progressi compiuti dai principianti durante l'allenamento. Riconoscere i loro risultati può aumentare la motivazione e l'entusiasmo.

## Modulo 1 - Introduzione alle olive ecologiche

<b>Riassunto del modulo</b>	Il primo modulo passa brevemente in rassegna il progetto EcoOlives, il partenariato del progetto, i principali risultati, gli strumenti prodotti e i vantaggi del corso di formazione EcoOlive.
<b>Obiettivi del modulo</b>	L'obiettivo principale del modulo è fornire un'introduzione, una panoramica e le istruzioni per il corso di formazione EcoOlives.
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	Upon module completion, participants will: <ul style="list-style-type: none"><li>● conosceranno il Progetto EcoOlives, il suo partenariato, i suoi obiettivi principali e i suoi risultati</li><li>● saranno in grado di navigare e utilizzare con sicurezza gli strumenti forniti durante la formazione;</li><li>● avere un'idea più ampia del proprio livello di conoscenza dell'argomento prima di iniziare il corso</li></ul>
<b>Durata del modulo</b>	Circa 140 minuti
<b>Materiale necessario</b>	Proiettore, computer portatili, dispense del corso, opuscolo EcoOlives, domande di autovalutazione stampate/digitali.



## Unità 1: Introduzione al corso Eco Olives

	1.1	1.2	1.3	1.4.1	1.4.2	1.5.
<b>Argomento</b>	Informazioni sulla pubblicazione	Il progetto EcoOlives	Informazioni sui partner	Introduzione alla formazione.	Introduzione alla formazione sulla piattaforma	Autovalutazione iniziale
<b>Obiettivo</b>	Per introdurre i partecipanti al corso EcoOlives	Per introdurre i partecipanti al progetto EcoOlives	Per introdurre i partecipanti al partenariato di EcoOlives	Per introdurre i partecipanti al corso di formazione	Per introdurre i discenti alla piattaforma EcoOlives	Eseguire l'autovalutazione iniziale per chiarire le conoscenze di base.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	Il formatore dovrebbe innanzitutto coinvolgere i partecipanti con una domanda su quanto conoscono l'argomento. Poi, il formatore dovrebbe spiegare la struttura del corso	Il formatore deve spiegare brevemente il progetto EcoOlives, i suoi obiettivi, i risultati attesi e i finanziamenti.	Il formatore dovrebbe spiegare la natura del partenariato del progetto (la cooperazione internazionale, i suoi benefici e le sue opportunità, ecc.), presentare i Paesi e il loro contributo al progetto	Il formatore deve spiegare i vantaggi della formazione e gli obiettivi principali da raggiungere, nonché la struttura della formazione e le attività e i probabili risultati.	Il formatore deve fornire una panoramica della piattaforma, delle sue principali funzionalità, degli strumenti da utilizzare e del processo di registrazione. Il formatore	Il formatore deve spiegare l'obiettivo della valutazione (valutare il livello con cui il discente inizia il corso) e la procedura di valutazione (domande a risposta aperta e domande a scelta



	di formazione utilizzando i titoli principali. Poiché si tratta dell'introduzione principale al corso, il formatore deve prestare attenzione a tutte le 8 sezioni principali del corso.		(come i Paesi produttori più grandi e così via).		deve inoltre sottolineare la propria disponibilità a facilitare il processo di apprendimento e dare agli utenti la possibilità di esplorare la piattaforma.	multipla). Dando tempo ai partecipanti, il formatore dovrebbe poi esaminare le domande con i partecipanti, valutando il livello di partenza.
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	Trattando si di una parte introduttiva, devono essere applicate le stesse regole del gruppo dei principianti.	Come per i principianti (vedi linee guida sopra).	Per i gruppi avanzati, potrebbero essere spiegate le opportunità di finanziamento (cooperazione internazionale nei partenariati strategici KA2).	Il formatore deve spiegare i benefici della formazione e gli obiettivi principali da raggiungere, nonché la struttura della formazione, le attività e i probabili risultati.	Il formatore deve adattare il livello di competenza del discente alla piattaforma.	Oltre alle domande, il formatore potrebbe anche coinvolgere i discenti in una discussione e sulle loro aspettative e sulle lacune di conoscenza che vogliono colmare.



				Per i gruppi più avanzati, il formatore deve fornire un'introduzione alle risorse aggiuntive e alla ricerca, se necessaria.		
<b>Risorse e materiali</b>	Le immagini del corso Eco Olives devono essere mostrate sullo schermo (proiettore, computer portatili) o attraverso le dispense dello schema.	Le immagini del corso Eco Olives devono essere mostrate sullo schermo (proiettore, computer portatili) o tramite dispense (brochure, cartoline, ecc.) con una chiara visibilità E+.	Le immagini dei partner possono essere mostrate su uno schermo (proiettore, computer portatili).	Schermo (proiettore, computer portatili)	Schermo (proiettore, computer portatili)	Domande di autovalutazione stampate/digitali
<b>Durata stimata</b>	30 minuti	10 minuti	10 minuti	30 minuti	40 minuti	20 minuti



## Modulo 2 – Come produrre olive biologiche

<b>Riassunto del modulo</b>	Il presente modulo analizza brevemente l'intero processo di coltivazione e produzione di olive biologiche, a partire dalle operazioni preparatorie alla coltivazione degli olivi. Vengono inoltre trattati i principali aspetti della gestione delle piante - gestione del suolo, irrigazione, concimazione e potatura - e le operazioni per preservare la salute delle piante e dei frutti - gestione delle erbe infestanti, prevenzione delle malattie e dei parassiti. Il modulo si conclude con alcune nozioni sulla raccolta delle olive, sul corretto stoccaggio e sul trasporto al frantoio.
<b>Obiettivi del modulo</b>	L'obiettivo principale di questo modulo è delineare ed esaminare le diverse fasi e gli elementi della produzione olivicola biologica.



<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<p>Al termine di questo modulo, il partecipante è in grado di:</p> <p>Conoscenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● essere consapevoli delle opportunità e delle minacce associate all'agricoltura biologica</li> <li>● conoscere i fattori che anticipano l'impianto di un oliveto</li> <li>● avere un'idea chiara delle operazioni e degli elementi associati alla coltivazione degli olive</li> <li>● riconoscere gli elementi che minacciano gli ulivi e i loro frutti</li> <li>● essere a conoscenza dei metodi corretti per la raccolta, la conservazione e il trasporto delle olive biologiche</li> </ul> <p>Competenze e abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Essere in grado di pianificare l'impianto di ulivi biologici.</li> <li>● essere in grado di effettuare un impianto ottimale di ulivi biologici</li> <li>● Capacità di coltivare e gestire gli ulivi.</li> <li>● capacità di affrontare gli elementi che minacciano gli ulivi e i loro frutti</li> <li>● applicare le migliori pratiche per la raccolta, l'immagazzinamento e il trasporto delle olive biologiche.</li> </ul>
<b>Durata del modulo</b>	Circa 16 ore
<b>Materiale necessario</b>	Lavagna bianca/flipchart, blocchi di carta e appunti per i partecipanti, pennarelli, proiettore, computer portatile/PC, connessione internet, piccoli contenitori di vetro con le diverse varietà di olive disponibili in loco (nelle epoche in cui sono disponibili), piccole copie delle attrezzature utilizzate nelle fasi di coltivazione delle olive, se disponibili, materiale stampato dei casi di studio contenuti nel curriculum della piattaforma EcoOlives.

## Unità 1: Agricoltura biologica: opportunità e minacce

<b>Argomento</b>	<p><b>Questa unità riassume i principi dell'agricoltura biologica, evidenziando quali sono le opportunità e le minacce per l'agricoltura biologica.</b></p>
<b>Obiettivo</b>	<p>Al termine di questa unità, i discenti saranno in grado di comprendere i punti chiave dell'agricoltura biologica, essendo consapevoli dei potenziali vantaggi e svantaggi della conversione all'agricoltura biologica.</p>



<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare con una breve sintesi del contesto e del significato dell'agricoltura biologica.</li> <li>2. Descrivere il concetto e gli elementi principali dell'agricoltura biologica.</li> <li>3. Illustrare il processo di conversione dall'agricoltura convenzionale a quella biologica.</li> <li>4. Chiedere alle SS di parlare delle potenziali opportunità e minacce dell'agricoltura biologica.</li> <li>5. Presentare i vantaggi e gli svantaggi associati all'agricoltura biologica.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chiedere alle SS di condividere le loro conoscenze pregresse sull'agricoltura biologica.</li> <li>2. Raccogliere le idee sulle minacce e le opportunità dell'agricoltura biologica e stilare un elenco sintetico comune.</li> <li>3. Approfondire i dettagli del processo di conversione dall'agricoltura convenzionale a quella biologica.</li> <li>4. Chiedere alle SS di condividere la loro esperienza nel processo di conversione.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna bianca/flipchart</li> <li>● Tappetini di carta/taccuini per i partecipanti</li> <li>● Pennarelli</li> <li>● Computer portatile/PC</li> <li>● Proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint sulla produzione di olive biologiche</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 1,5 ore</p>



## Unità 2 : L'impianto prima della produzione

<p><b>Argomento</b></p>	<p>Questa unità analizza i principali fattori e aspetti da considerare attentamente prima di impiantare un oliveto. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fattori climatici</li> <li>● Fattori pedologici</li> <li>● Orografia e terreno</li> <li>● Esposizione</li> <li>● Selezione delle colture</li> <li>● Selezione delle piante</li> <li>● Selezione della forma di coltivazione e del sistema di spaziatura</li> <li>● Aspetti socio-economici</li> </ul>
<p><b>Obiettivo</b></p>	<p>Nel corso di questa unità, gli studenti devono apprendere le nozioni di base sugli elementi da valutare attentamente prima di impiantare un oliveto biologico, quali: fattori legati alle condizioni esterne, all'ambiente e al suolo; fattori strettamente legati alle piante; aspetti culturali ed economici.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spiegare quali sono e come i fattori climatici influenzano la coltivazione di olive biologiche.</li> <li>2. Definire quali sono i fattori pedologici e in che misura le caratteristiche del suolo e la sua profondità influenzano le decisioni sulla coltivazione delle olive.</li> <li>3. Analizzare la relazione tra orografia e coltivazione dell'olivo.</li> <li>4. Evidenziare l'impatto dell'esposizione sulla coltivazione dell'olivo.</li> <li>5. Spiegare quali sono i criteri che portano alla selezione della cultivar più adatta alle esigenze di ogni caso specifico.</li> <li>6. Presentare i tre diversi sistemi di propagazione e le caratteristiche migliori per la selezione delle piante.</li> <li>7. Descrivere le distanze e le densità di impianto e i tre modelli di olivicoltura: tradizionale, intensiva e ad alta densità.</li> <li>8. Sottolineare il ruolo degli aspetti socio-economici nella valutazione dell'idoneità di un sito di impianto per la coltivazione dell'olivo e presentare alcuni esempi.</li> </ol>



<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare chiedendo alle SS di parlare della relazione tra i fattori climatici e la produzione olivicola biologica e di condividere la loro esperienza in merito all'applicazione di misure di adattamento e contrasto ai fattori climatici e ai cambiamenti climatici nello specifico.</li> <li>2. Discutere l'importanza e le modalità di esecuzione delle analisi chimico-fisiche per l'esame del profilo del suolo e quindi la valutazione delle caratteristiche del suolo per l'impianto di olivi.</li> <li>3. Chiedere alle SS di condividere le loro esperienze di coltivazione dell'olivo in diverse condizioni orografiche: pianura, collina o terrazze.</li> <li>4. Discutere su come l'esposizione dell'impianto di olivi influisca sull'efficienza della coltura e sulla qualità del prodotto.</li> <li>5. Illustrare i legami tra gli obiettivi desiderati, i metodi di coltivazione dell'oliveto e la selezione delle cultivar.</li> <li>6. Chiedere alle SS di dire quali caratteristiche e priorità le hanno orientate nella loro esperienza di selezione di cultivar e piante per il trapianto.</li> <li>7. Aprire una discussione e proporre un elenco dei vantaggi e degli svantaggi dei diversi modelli di olivicoltura: tradizionale, intensiva, ad altissima densità.</li> <li>8. Discutere la presenza di infrastrutture e reti adeguate e i gusti dei consumatori come elementi socio-economici importanti per valutare l'idoneità di un sito di impianto per un'olivicoltura biologica di alta qualità e redditizia.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna bianca/flipchart</li> <li>● Tappetini di carta/taccuini per i partecipanti</li> <li>● Pennarelli</li> <li>● Computer portatile/PC</li> <li>● Proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint sulla produzione di olive biologiche</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 4 ore</p>



## Unità 3 : Gestione degli impianti

	2.3.1 Gestione del suolo	2.3.2 Irrigation	2.3.2 Irrigazione	2.3.4 Potatura
<b>Argomento</b>	Questa sottosezione spiega il significato della gestione del suolo prima dell'impianto degli olivi e durante la loro coltivazione.	Questa sottosezione spiega la relazione tra la gestione dell'acqua e la coltivazione dell'olivo, delineando le diverse tecniche di irrigazione.	Questa sottosezione spiega cos'è la concimazione, a cosa serve e i diversi tipi che possono essere applicati, soprattutto in agricoltura biologica.	Questa sottosezione spiega qual è lo scopo della potatura, quali tipi di tecniche possono essere applicate in base a fattori specifici e quali sono i momenti migliori per la potatura.
<b>Obiettivo</b>	Rendersi conto di quali sono le priorità perseguite attraverso la gestione del territorio e le diverse tecniche che possono essere applicate per raggiungere questi obiettivi.	Rendere gli studenti consapevoli dell'importanza del ruolo dell'acqua nella coltivazione dell'olivo ed essere in grado di applicare diverse tecniche in base alle condizioni date in un contesto specifico.	Alla fine di questa sottosezione, le SS saranno in grado di distinguere i 3 tipi di concimazione che si riferiscono alle diverse fasi dell'olivo, così come le diverse tecniche di concimazione organica.	Comprendere le ragioni che stanno alla base dei diversi interventi di potatura delle piante e quali sono i fattori e le ragioni che portano a scegliere certe tecniche in determinati momenti piuttosto che altre
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	1. Far capire a SS quali sono gli obiettivi principali che si intende	1. Illustrare il legame tra acqua e olivicoltura	1. Spiegare cos'è la fertilizzazione e quali elementi devono essere valutati quando	1. Evidenziare i diversi tipi di potatura in base agli obiettivi



	<p>raggiungere attraverso la gestione del territorio.</p> <p>2. Definire quali sono gli aspetti chiave della lavorazione del terreno, della pacciamatura e della copertura verde controllata per la rimozione delle erbe infestanti.</p>	<p>2. Spiegare in quali condizioni è necessaria l'irrigazione e in quali volumi</p> <p>3. Descrivere l'irrigazione in deficit e l'irrigazione a goccia come metodi di gestione dell'acqua.</p>	<p>si vuole aumentare la qualità e l'efficienza di un terreno.</p> <p>2. Descrivere i tre tipi di concimazione: Concimazione di impianto, concimazione di coltivazione, concimazione di produzione.</p> <p>3. Discutere i diversi modi di fertilizzare un terreno secondo i principi dell'agricoltura biologica.</p>	<p>che si vogliono raggiungere.</p> <p>2. Spiegare quali sono i diversi tipi di interventi di potatura a seconda di due fattori chiave: lo stadio di vita dell'albero e il periodo dell'anno in cui si effettua l'intervento.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<p>1. Confrontare e contrastare i pro e i contro delle tecniche di lavorazione del terreno, compreso l'impatto sulla qualità organolettica del suolo.</p> <p>2. Discutere i vantaggi dell'utilizzo di diverse tecniche di pacciamatura</p>	<p>1. Aprire un ciclo di interventi su tre argomenti: I. periodo di irrigazione; II. turni di irrigazione; III. volumi di acqua da somministrare. Quindi riassumere i risultati</p> <p>2. Approfondire il tema dei metodi di</p>	<p>1. Dividete le SS in tre gruppi di discussione su tre argomenti: concimazione della piantagione, concimazione dell'agricoltura, concimazione della produzione. Alla fine del periodo chiedete a ciascun gruppo di condividere i risultati ottenuti.</p>	<p>1. Chiedere alle SS di indicare quali obiettivi intendono raggiungere con la potatura e quale tecnica applicano di conseguenza.</p> <p>2. Chiedere alle SS di dire in quale periodo dell'anno (e in quale condizione della pianta) effettuano la</p>



	<p>in agricoltura biologica.</p> <p>3. Chiedere alle SS di condividere la loro esperienza sulla copertura verde, mostrando così i vantaggi derivanti da questa tecnica.</p>	<p>irrigazione localizzati, come la subirrigazione e l'irrigazione a goccia, aprendo agli interventi della SS.</p>	<p>2. Attraverso un brainstorming, creare un elenco di possibili vantaggi e svantaggi legati alla fertilizzazione organica e non organica.</p> <p>3. Dividete le SS in tre gruppi di discussione su tre argomenti: la concimazione e l'inerbimento, la pratica del sovescio e la pratica di tenere animali nell'oliveto. Alla fine del periodo chiedete a ciascun gruppo di condividere i risultati ottenuti.</p>	<p>potatura degli olivi e per quale motivo.</p>
<b>Risorse e materiali</b>	Circa 1,5 ore	Circa 1,5 ore	Circa 1,5 ore	Circa 1,5 ore
<b>Durata stimata</b>				

## Unità 4 : La pianta e il suo ambiente

	<b>2.4.1 Manage weeds</b>	<b>2.4.2 Prevent disease and pests</b>
<b>Argomento</b>	Questa sottosezione spiega come prevenire e limitare la presenza di erbe infestanti e come trattare le conseguenze della loro presenza attraverso	Questa sottosezione spiega cos'è la difesa biologica, quali sono i fattori che influenzano la scelta di una difesa razionale e le possibili



	i metodi dell'agricoltura biologica.	pratiche da applicare nella prevenzione di malattie e parassiti.
<b>Obiettivo</b>	Al termine della lezione, gli studenti saranno in grado di comprendere le motivazioni e le diverse strategie alla base dell'approccio integrato per affrontare il problema delle malerbe.	Al termine di questa lezione, gli studenti saranno in grado di capire quali sono i mezzi di difesa più appropriati da utilizzare a seconda di fattori specifici e di riconoscere quali sono le avversità che possono creare danni o malattie alle piante di olivo.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<p>1. Iniziare introducendo la filosofia dell'agricoltura biologica alla base della gestione delle erbe infestanti.</p> <p>2. Descrivere le strategie per prevenire l'insediamento delle erbe infestanti, che è il più importante intervento possibile in agricoltura biologica.</p> <p>3. Esaminare la strategia di miglioramento della competitività delle colture attraverso l'uso di cultivar altamente competitive contro le infestanti per habitus e vigore.</p> <p>4. Illustrare le tecniche di rimozione delle erbe infestanti attraverso l'uso di macchinari e di interventi manuali.</p>	<p>1. Come primo passo, introdurre con attenzione il concetto di difesa biologica, che è la base per scegliere i mezzi di difesa più appropriati.</p> <p>2. Distinguere le avversità che possono creare danni o malattie alle piante di olivo, classificando gli agenti abiotici e quelli biotici.</p> <p>3. Discutere e presentare alcuni esempi di pratiche di gestione dei parassiti e delle malattie, con particolare attenzione alle misure preventive.</p>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	1. Attraverso un brainstorming, create un elenco di possibili vantaggi e svantaggi del metodo integrato nella gestione delle erbe infestanti.	<p>1. Chiedere alla classe di condividere eventuali informazioni precedenti sulle malattie e i parassiti delle piante di olivo.</p> <p>2. Approfondite l'analisi delle malattie e dei parassiti che possono attaccare le piante di olivo,</p>



	<p>2. Discutere in dettaglio le pratiche agronomiche volte a limitare la riproduzione e la dispersione delle infestanti - strategie preventive.</p> <p>3. Fornire esempi di strategie per migliorare la competitività delle colture nella gestione delle infestanti.</p> <p>4. Discutete nel vostro gruppo delle tecniche di contenimento diretto delle erbe infestanti, che si basano sull'uso di macchinari e interventi manuali volti a rimuovere le erbe infestanti.</p>	<p>concentrandovi in particolare su quelli locali, mostrando immagini che aiutino a riconoscerli.</p> <p>3. Esplorare le conseguenze che la presenza di malattie e parassiti può avere sulle piante, sulle foglie e sulle olive.</p> <p>4. Chiedere agli studenti di condividere la loro esperienza nella gestione dei parassiti in agricoltura biologica.</p>
<b>Risorse e materiali</b>	computer portatile o proiettore per la visualizzazione, dispense, lavagna a fogli mobili o bianca con pennarelli. Case studies	Laptop/PC, proiettore, dispense (copie stampate per ogni partecipante), lavagna a fogli mobili o bianca con pennarelli.
<b>Durata stimata</b>	Circa 1,5 ore	Circa 1,5 ore

## Unità 5 : Raccolta e conservazione delle olive biologiche

	<b>2.5.1 transport and storage of organic olives</b>
<b>Argomento</b>	Questa unità spiega i principi fondamentali della raccolta, dello stoccaggio e del trasporto delle olive, fornendo informazioni di base sull'imballaggio, la manutenzione e il trasporto dal luogo di produzione al frantoio.
<b>Obiettivo</b>	Al termine di questa lezione, gli studenti conosceranno i metodi e i tempi per la corretta raccolta, conservazione e trasporto delle olive, in modo da non danneggiare i frutti e garantire la migliore qualità per la successiva produzione di olio d'oliva biologico.



**Linee guida per i gruppi di principianti**

1. Inizia introducendo le SS a tutti i possibili effetti che la raccolta delle olive può avere sulla produzione presente e futura.
2. Introdurre alla classe le nozioni sulla tempistica della raccolta delle olive
3. Riassumere i metodi di raccolta delle olive e le ragioni che li giustificano.
4. Descrivere i problemi più frequenti che si verificano durante la raccolta.
5. Introdurre il processo di defogliazione
6. Chiedere alle SS di presentare quali potrebbero essere i rischi del trasporto delle olive. Poi spiegare loro quali sono i rischi effettivi
7. Chiarire i concetti di imballaggio e conservazione corretta delle olive.
8. Illustrare come eseguire correttamente il processo di trasporto delle olive al frantoio.

**Linee guida per i gruppi avanzati**

1. Chiedete alle SS la loro opinione sull'impatto dei cambiamenti climatici sulla quantità e sulla qualità della produzione di olive. Discutete in dettaglio come questi eventi hanno influenzato i metodi e i tempi di raccolta.
2. Elencare i metodi utilizzati per la raccolta delle olive, evidenziando i vantaggi e gli svantaggi associati ai metodi tradizionali di raccolta manuale e a quelli più moderni di raccolta meccanica.
3. Approfondire le più recenti tecnologie per la raccolta delle olive.
4. Chiedere alle SS quali accorgimenti seguono o seguirebbero per evitare danni alla pianta e al frutto durante la raccolta delle olive.
5. Chiedere alla classe di condividere la propria esperienza sulla defogliazione (primaria e secondaria) delle olive.
6. Chiedere alle SS di descrivere quali sono i metodi e i processi migliori per la conservazione e il trasporto delle olive, in particolare per quanto riguarda i tempi, quindi discutere questi aspetti e proporre linee guida condivise.
7. Rivedere con gli studenti le fasi evolutive del confezionamento per la conservazione delle olive prima e durante il trasporto al frantoio.



	8. Approfondire i dettami della normativa in materia di trasporto delle olive biologiche.
<b>Risorse e materiali</b>	laptop o proiettore per la visualizzazione, dispense, supporti visivi, lavagna a fogli mobili o bianca con pennarelli,
<b>Durata stimata</b>	Circa 1,5 ore

## Modulo 4 – Come produrre l'olio d'oliva ecologico

<b>Riassunto del modulo</b>	Questo modulo riguarda la produzione, la qualità e lo stoccaggio/trasporto dell'olio d'oliva biologico. Esplora le diverse fasi di produzione dell'olio d'oliva, dalla frantumazione delle olive alla separazione dell'olio dall'acqua. Inoltre, distingue le caratteristiche dell'aroma, del sapore e degli indicatori di qualità che determinano la qualità dell'OOO. Infine, determina i modi corretti per conservare, imbottigliare e trasportare l'olio d'oliva per mantenerne la qualità e la durata.
<b>Obiettivi del modulo</b>	L'obiettivo di questo modulo è quello di suddividere e analizzare le diverse fasi e componenti della produzione di olio d'oliva biologico.
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	Al termine di questo modulo, sarete in grado di:  Conoscenza:  <ul style="list-style-type: none"> <li>●Identificare le diverse fasi della produzione dell'olio d'oliva biologico e le loro implicazioni.</li> <li>●Riconoscere i diversi fattori di qualità come il gusto, l'aroma e i livelli di contaminanti che determinano la qualità dell'olio d'oliva biologico..</li> <li>●Comprendere le modalità di conservazione dell'olio d'oliva per garantirne la qualità e la durata.</li> </ul> Competenze e abilità:



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Essere in grado di iniziare a pensare e pianificare la produzione di olio d'oliva biologico.</li> <li>● Essere in grado di applicare le proprie conoscenze sia che si disponga già di una linea di produzione e si voglia migliorarla, sia che si voglia iniziare a creare una propria produzione di OOO.</li> </ul>
<b>Durata del modulo</b>	Circa 20 ore
<b>Materiale necessario</b>	Lavagna bianca/flipchart, pennarelli, bicchierini con un cucchiaino di olio extravergine d'oliva, proiettore, computer portatile/pc, piccoli contenitori di vetro con tutti i 7 tipi di olio d'oliva, materiale stampato dei "casi di studio" contenuti nel curriculum della piattaforma EcoOlives, blocchi di carta per i partecipanti.

## Unità 3.1 – Introduzione

	<b>3.1.1</b>
<b>Argomento</b>	Introduzione alla produzione di olio d'oliva. Include alcune parole sulla storia dell'olio d'oliva, sul suo significato in tutto il mondo, sui vari usi dell'olio d'oliva e sull'importanza e il significato di OO&OO in particolare.
<b>Obiettivo</b>	Educare gli studenti alla produzione dell'olio d'oliva, al suo significato storico e culturale e all'importanza dell'olio d'oliva biologico.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare con un breve riassunto della storia e del significato dell'olio d'oliva nella dieta mediterranea.</li> <li>2. Descrivete il concetto di produzione di olio d'oliva biologico e i suoi benefici.</li> <li>3. Discutere le diverse varietà di olive utilizzate nella produzione di olio d'oliva e le loro caratteristiche distintive.</li> <li>4. Illustrare le fasi di produzione dell'olio d'oliva biologico.</li> <li>5. Condurre una sessione di degustazione di olio d'oliva e discutere i vari sapori e profumi (brevemente, perché questo esercizio sarà ripetuto con maggiore attenzione ai dettagli più avanti nel corso).</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chiedete alle SS di condividere la loro esperienza nella produzione di olio d'oliva.</li> <li>2. Chiedete alle persone di condividere una parola sul significato che hanno per loro le olive e l'olio d'oliva e di scriverla alla lavagna.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Chiedete alle SS quali sono le fasi fondamentali della produzione dell'olio d'oliva.</li> <li>4. Discutere le diverse tecniche utilizzate per la produzione di olio d'oliva biologico e i loro vantaggi secondo l'esperienza degli SS.</li> <li>5. Confrontare la produzione di olio d'oliva biologico con quella convenzionale.</li> <li>6. Esaminare l'impatto del cambiamento climatico sulla produzione di olio d'oliva e i benefici dell'agricoltura biologica.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentazione in PowerPoint sulla produzione di olio d'oliva</li> <li>● Campioni di olio d'oliva biologico</li> <li>● Lavagna bianca</li> <li>● Attrezzature e materiali per la degustazione dell'olio d'oliva</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

## Unità 3.2 – Processo di produzione

	<b>3.2.1 Frantumazione</b>	<b>3.2.2 Gramolatura</b>	<b>3.2.3 Estrazione</b>	<b>3.2.4 Separazione</b>
<b>Argomento</b>	Questa sottosezione spiega il processo di lavaggio e frangitura delle olive come prima fase della loro trasformazione in olio d'oliva.	Questa sottosezione spiega cos'è il Gramolando e fornisce suggerimenti su come eseguire correttamente questa seconda fase.	Questa sottosezione spiega la terza fase della produzione dell'olio d'oliva, l'estrazione. Fornisce i tipi di estrazione, in particolare l'estrazione centrifuga.	Questa sottosezione illustra la fase finale della produzione di OO nella lavorazione dell'oliva che fornisce il prodotto finale con la separazione dell'olio dall'acqua.
<b>Obiettivo</b>	Alla fine di questa lezione, i partecipanti saranno in grado di	Riconoscere l'importanza del processo di gramolatura nella	Comprendere il processo di estrazione dell'olio d'oliva, i	Educare gli studenti sull'importanza della separazione nella produzione dell'olio d'oliva e su



	comprendere la frangitura come processo di produzione dell'olio d'oliva e i pro e i contro delle diverse tecniche di frangitura.	produzione di olio d'oliva di alta qualità e imparare processi alternativi di malaxing.	numerosi processi di estrazione e il metodo di estrazione principale utilizzato in tutto il Mediterraneo.	come ottenere un olio di alta qualità senza gocce d'acqua residue.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spiegare e perché è importante lavare le olive prima di schiacciarle e mostrare la procedura corretta.</li> <li>2. Spiegare i 3 diversi modi in cui si possono schiacciare le olive e i pro e i contro</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere le fasi fondamentali della produzione dell'olio d'oliva, con particolare attenzione al processo di frangitura e alla produzione della pasta di olive.</li> <li>2. Spiegare la gramolatura e la sua funzione nel combinare gocce d'olio</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introdurre il concetto di estrazione e il suo significato nella produzione dell'olio d'oliva.</li> <li>2. Discutere i tre metodi di estrazione: pressione, percolazione e filtrazione selettiva.</li> <li>3. Concentrarsi sul processo di</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare a parlare della separazione e del suo significato nella produzione di olio d'oliva.</li> <li>2. Spiegare il processo di separazione, compreso l'uso di una centrifuga verticale, utilizzando la dispensa.</li> <li>3. Discutete le conseguenze di una separazione non adeguata dell'olio, come la degradazione e della qualità e del sapore nel tempo.</li> </ol>



	<p>di ciascuno.</p> <p>3. Dimostrare come si schiacciano le olive usando enormi bastoni di legno o mazze, sottolineando l'importanza di non schiacciare le olive troppo o troppo poco.</p> <p>4. Discutere i vantaggi e gli svantaggi della frantumazione e manuale delle olive, compresi gli</p>	<p>piccole e grandi per migliorare il sapore e l'aroma dell'olio d'oliva.</p> <p>3. Utilizzare e ciotole e palette per imitare il processo di gramolatura.</p> <p>4. Utilizzando un termometro e un timer, fornire le istruzioni per la temperatura e la durata della procedura di miscelazione.</p>	<p>estrazione principale utilizzato nella regione mediterranea, l'estrazione centrifuga.</p> <p>4. Mostrare e filmare e fotografie del processo di estrazione utilizzando attrezzature sicure per l'aula come filtri e colini.</p> <p>5. Spiegare i vantaggi dell'impiego di tecnologie di estrazione</p>	<p>4. Mostrare campioni di olio d'oliva con e senza un'adeguata separazione per aiutare gli studenti a capire la differenza di qualità.</p> <p>5. Utilizzare la lavagna per riassumere gli argomenti principali della lezione e per rispondere a eventuali domande.</p>
--	---	--	---	---



	<p>effetti sulla qualità dell'olio e l'aspetto laborioso dell'operazione.</p> <p>5. Mostrare come separare le olive schiacciate dall'olio e dalla polpa utilizzando un setaccio o un sacco a rete.</p> <p>6. Sottolineare la necessità di mantenere una temperatura costante durante</p>		<p>biologica.</p>	
--	--	--	-------------------	--



	il processo di frangitura e controllare la temperatura con un termometro.			
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discutere i vantaggi dell'uso di diverse tecniche e di frantumazione, tra cui la fresatura delle olive, le macine a denti metallici e i mulini a martelli.</li> <li>2. Confrontate e contrastate i pro e i</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discutere i vantaggi e gli svantaggi dell'uso di attrezzature per la malassatura nel processo di Gramolung.</li> <li>2. Introdurre e altri processi di Gramolung, come i miscelatori ad alta velocità per ottenere risultati</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Confrontate e contrastate i tre tipi di estrazione, nonché i loro vantaggi e svantaggi.</li> <li>2. Confrontate i metodi di estrazione industriali con i metodi manuali e tradizionali utilizzati dai piccoli</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere le idee fondamentali della separazione e il loro significato nella produzione di olio d'oliva.</li> <li>2. Discutere i diversi processi di separazione implementati nell'industria, come l'uso di centrifughe verticali.</li> <li>3. Confrontare i vantaggi e gli svantaggi delle varie procedure di separazione.</li> </ol>



	<p>contro di ciascun a tecnica di frantumazione, compreso l'impatto sulla qualità e sulla quantità dell'olio, il livello di manodopera richiesto e il costo.</p> <p>3. Dimostrare l'uso di grandi contenitori di plastica o di acciaio inossidabile per conservare le olive schiacciate</p>	<p>comparabili.</p> <p>3. Confrontare le varie tecniche in termini di efficienza, economicità e impatto sulla qualità dell'olio di oliva.</p> <p>4. Per ottenere i migliori risultati, incoraggiare la sperimentazione di varie tecniche e parametri.</p>	<p>produttori.</p> <p>3. Esaminare l'effetto dell'estrazione sulla qualità, l'aroma e il sapore del prodotto finale.</p> <p>4. Esaminare altri processi di estrazione, come l'utilizzo di una pressa o di un mortaio e pestello.</p> <p>5. Discutere l'importanza della scelta della corretta procedura di estrazione per ottenere</p>	<p>4. Esaminare come una cattiva separazione influisca sulla qualità complessiva dell'olio d'oliva e come influisca sulla conservazione e sul sapore nel tempo.</p> <p>5. Discutere in gruppo su possibili miglioramenti o innovazioni nella tecnologia di separazione per migliorare l'efficienza e la qualità dell'olio d'oliva.</p> <p>6. Utilizzate la lavagna per riassumere gli argomenti principali della lezione e per rispondere</p>
--	---	---	--	---



	<p>iate e discutere le migliori pratiche e per mantenere la temperatura e prevenire l'ossidazione.</p> <p>4. Discutere l'importanza del controllo di qualità durante il processo di frangitura, compreso il test dell'acidità e di altre proprietà chimiche dell'olio.</p>		<p>un olio d'oliva della massima qualità.</p>	<p>alle domande.</p>
--	--	--	---	----------------------



<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Olive fresche</li> <li>● Secchi di plastica</li> <li>● Filtro o sacchetto a rete</li> <li>● Bastoni o mazze di legno di grandi dimensioni</li> <li>● Contenitori di plastica o di acciaio inossidabile di grandi dimensioni</li> <li>● Termometro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentazione in PowerPoint o dispense che riassumono il processo di gramolatura e le tecniche alternative.</li> <li>● Campioni di pasta d'oliva per la dimostrazione e la pratica</li> <li>● Ciotole e palette per la miscelazione o attrezzature alternative, se necessario.</li> <li>● Termometro e timer per monitorare la temperatura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Immagini e video del processo di estrazione</li> <li>● Filtri e filtri</li> <li>● Campioni di pasta d'oliva e di olio</li> <li>● Mortaio e pestello, pressa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estratto del libro di testo</li> <li>● Lavagna e pennarelli</li> <li>● Dispensa con immagini e descrizioni del processo di separazione.</li> <li>● Campioni di olio d'oliva con e senza separazione corretta.</li> </ul>
-----------------------------------	---	--	---	---



			ura e la durata del processo di miscelazione.	
<b>Durata stimata</b>	Circa 2 ore	Circa 2 ore	Circa 2 ore	Circa 1 ora per i gruppi di principianti e 1,5 ore per i gruppi avanzati.

### Unità 3.3 – Qualità dell'olio

	<b>3.3.1 Sapore e aroma</b>	<b>3.3.2 Contaminanti dell'olio</b>	<b>3.3.3 Sistema di qualità e gestione</b>
<b>Argomento</b>	Questa sottosezione si occupa di riconoscere i diversi sapori e aromi che l'olio d'oliva può avere e quali sono i fattori che li influenzano.	Questa sottosezione si occupa dei vari elementi che degradano la qualità contaminando l'olio d'oliva biologico.	Questa sottosezione si occupa dei diversi modi in cui la qualità dell'olio e la manipolazione dell'olio di oliva vengono declassate. La sezione fornisce anche suggerimenti su come gestire e impostare un sistema di qualità per le OO.
<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo di questo piano è quello di informare gli studenti sul sapore degli oli d'oliva e sugli aromi, compreso il loro profilo, i tipi di profumi e sapori che si possono incontrare, ciò che influenza il sapore	Questa parte ha lo scopo di informare coloro che producono, utilizzano o sono generalmente curiosi di conoscere i vari tipi di contaminanti che possono essere presenti nell'olio, come la loro presenza può influire sulla	L'obiettivo di questa parte è quello di comprendere gli elementi che influenzano la qualità dell'olio d'oliva e i passi necessari per mantenerla attraverso una corretta manipolazione e gestione.



	e l'aroma e i tipi di oli d'oliva.	qualità dell'olio e come evitarli.	
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descrivete tutti i diversi tipi di olio d'oliva e le loro qualità organolettiche.</li> <li>2. Spiegare i sapori fondamentali dell'olio d'oliva, come il fruttato, l'amaro e il piccante.</li> <li>3. Discutere le corrette tecniche di degustazione e dell'olio d'oliva, come l'uso dei bicchieri da degustazione e il lavaggio del palato.</li> <li>4. Fornire ai partecipanti una selezione di oli d'oliva da assaggiare e valutare.</li> <li>5. Incoraggiate i</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spiegare cos'è un contaminante alimentare ed esempi di come potrebbe infiltrarsi nella catena alimentare.</li> <li>2. Descrivete i numerosi tipi di inquinanti biologici, chimici e fisici. Fornire esempi per illustrare come ciascuno di essi può influire sulla qualità dell'olio d'oliva.</li> <li>3. Spiegare cosa sono i radicali liberi e quanto sia importante la concentrazione e di acidi grassi liberi per la qualità dell'olio d'oliva.</li> <li>4. Descrivete le diverse varietà di oli d'oliva e le</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fare un brainstorming con gli studenti su quali elementi, secondo loro, possono influire sulla qualità dell'olio d'oliva.</li> <li>2. Parlare delle circostanze che si verificano durante la lavorazione, lo stoccaggio e l'imballaggio in relazione alla qualità dell'olio d'oliva.</li> <li>3. Descrivete l'importanza di proteggere l'olio d'oliva dall'aria, dal calore e dalla luce. Consegnare ai partecipanti le dispense e ripassare i suggerimenti per garantire l'igiene del prodotto.</li> <li>4. Chiedete agli studenti di scegliere il contenitore che meglio protegge l'olio d'oliva dai suoi nemici dopo aver visto campioni di olio</li> </ol>



	<p>partecipanti a prendere appunti sugli attributi di sapore e fragranza di ciascun olio.</p>	<p>quantità di radicali liberi presenti in ciascuna di esse.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Descrivere come la qualità dell'olio d'oliva possa essere influenzata da condizioni esterne quali luce, umidità, calore e aria.</li> <li>6. Per evitare l'ossidazione e mantenere la qualità dell'olio, parlare del corretto imballaggio dell'olio d'oliva.</li> </ol>	<p>d'oliva in vari contenitori.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Dare agli studenti l'opportunità di confrontare la qualità dell'olio d'oliva conservato in vari contenitori.</li> <li>6. Conversate nel vostro gruppo sull'importanza di gestire e trattare correttamente l'olio d'oliva per mantenerne la qualità.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Esaminare i vari tipi di olio d'oliva e le loro caratteristiche organolettiche.</li> <li>2. Discutere come elementi quali il tipo di oliva, l'ambiente e i metodi di produzione</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dovrebbero essere forniti ulteriori dettagli sulle cause e le conseguenze degli inquinanti biologici, chimici e fisici nella produzione dell'olio d'oliva.</li> <li>2. Discutere in modo più</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chiedete alla classe di condividere qualsiasi informazione precedente sull'olio d'oliva e sulla sua qualità per iniziare la sessione.</li> <li>2. Descrivete in modo approfondito gli elementi che determinano la qualità dell'olio</li> </ol>



	<p>possano influenzare il sapore e l'aroma dell'olio d'oliva.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Analizzare le componenti più sfumate del sapore e del profumo dell'olio d'oliva, come le sfumature erbacee, di nocciola e floreali.</li> <li>4. Fornire ai partecipanti una selezione di oli d'oliva di alta qualità da assaggiare e valutare.</li> <li>5. Incoraggiate i partecipanti a prendere appunti specifici sulle qualità gustative e aromatiche di ciascun olio, compresa l'intensità e la durata di</li> </ol>	<p>dettagliato come i radicali liberi e la quantità di acidi grassi liberi influenzano la qualità dell'olio d'oliva.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Discutere gli effetti sulla cottura e sul consumo, mettendo a confronto i vari tipi di olio d'oliva e le loro diverse concentrazioni di radicali liberi.</li> <li>4. Approfondire i meccanismi di ossidazione dell'olio di oliva e l'importanza degli antiossidanti.</li> <li>5. Fornire campioni di diversi stili di confezionamento dell'olio d'oliva e analizzare i vantaggi e gli svantaggi di ciascuno.</li> </ol>	<p>d'oliva, come il tipo di oliva, i metodi di lavorazione e le condizioni di conservazione.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Per conservare la qualità dell'olio d'oliva, sottolineate la necessità di proteggerlo dalla luce, dal calore e dall'ossigeno.</li> <li>4. Discutere come un impianto di produzione alimentare possa adottare le linee guida per garantire la pulizia del prodotto.</li> <li>5. Chiedete agli studenti di scegliere il contenitore che meglio protegge l'olio d'oliva dai nemici dopo aver presentato loro campioni di olio d'oliva in diversi contenitori.</li> <li>6. Date agli studenti l'opportunità di confrontare la qualità dell'olio d'oliva conservato nei vari contenitori.</li> <li>7. Conversate nel vostro gruppo su</li> </ol>
--	--	--	--



	ogni componente gustativa.		come gestire e maneggiare correttamente l'olio d'oliva in una struttura che produce alimenti per mantenerne la qualità.
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversi oli extravergine di oliva con qualità gustative distinte</li> <li>• Piccoli bicchieri da degustazione e</li> <li>• Pane o cracker per pulire il palato</li> <li>• Appunti e schede di valutazione per la degustazione e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentazione in PowerPoint con immagini e diagrammi per illustrare i concetti chiave.</li> <li>• Bottiglie campione di diversi tipi di olio d'oliva per dimostrare le differenze di sapore e aroma.</li> <li>• Dispense che riassumono i punti chiave e includono risorse aggiuntive per ulteriori letture.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavagna e pennarelli</li> <li>• Dispense sull'importanza della manipolazione e della conservazione dell'olio d'oliva.</li> <li>• Campioni di olio d'oliva in diversi contenitori.</li> <li>• Contenitori ermetici scuri e freschi.</li> <li>• Dispositivi di monitoraggio della temperatura e dell'ossigeno</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 2 ore	Circa 2 ore	Circa 2 ore

## Unità 3.4 – Stoccaggio, imbottigliamento e trasporto

	<b>3.4.1 Stoccaggio dell'olio</b>	<b>3.3.2 Processo di imbottigliamento e materiali</b>	<b>3.3.3 Trasporto</b>
--	-----------------------------------	---	------------------------



<b>Argomento</b>	Questa sottosezione riguarda le modalità di conservazione dell'olio d'oliva prima dell'imbottigliamento e del trasporto, in modo da non compromettere la qualità dell'olio.	Questa sottosezione si occupa del processo di imbottigliamento dell'olio di oliva biologico e di tutti gli aspetti da tenere presenti nella scelta dei materiali di imbottigliamento e durante tutto il processo.	Questa sottosezione si occupa del trasporto dell'olio d'oliva biologico e dei rischi che potrebbe comportare per la qualità dell'olio, nonché di come evitare di degradare o rovinare la qualità dell'olio.
<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo di questo corso è di rendere gli studenti consapevoli dell'importanza di maneggiare e conservare correttamente l'olio d'oliva per preservarne la qualità e bloccarne l'ossidazione.	Lo scopo di questa sezione è quello di educare gli studenti all'importanza degli ingredienti e del processo di imbottigliamento nella produzione dell'olio d'oliva.	L'obiettivo di questa lezione è insegnare il valore di un trasporto accurato dell'olio d'oliva per preservarne la qualità e prevenirne il deterioramento.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introdurre l'idea dell'ossidazione e di come influisce sulla qualità dell'olio d'oliva per iniziare la sessione.</li> <li>2. Discutere i numerosi elementi, tra cui la temperatura, la luce e l'esposizione all'ossigeno, che possono influire sulla</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introdurre il tema delle procedure di imbottigliamento e degli ingredienti della produzione di olio d'oliva.</li> <li>2. Descrivere i vantaggi della conservazione dell'olio d'oliva in contenitori scuri e freddi e la necessità di evitare il calore e la luce diretta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziate discutendo con la classe l'idea di trasportare l'olio d'oliva e il suo significato.</li> <li>2. Spiegate i pericoli dell'esposizione e dell'olio d'oliva alle intemperie durante il trasporto, utilizzando la dispensa.</li> <li>3. Discutete i vantaggi e gli svantaggi dei</li> </ol>



	<p>qualità dell'olio d'oliva.</p> <p>3. Descrivete i vantaggi della conservazione e in contenitori di acciaio inossidabile e l'intervallo di temperatura ideale per l'olio d'oliva.</p> <p>4. Per prevenire l'ossidazione, sottolineare la necessità di proteggere l'olio dall'ossigeno e dalla luce solare e di utilizzare gas inerti.</p> <p>5. Per stabilizzare il livello di fenoli dell'EVOO, parlare della giusta procedura di filtrazione e della necessità di eliminare i sedimenti.</p> <p>6. Esaminare le linee guida dell'UE per la</p>	<p>3. Descrivere le qualità dei diversi tipi di bottiglia adatti all'imbottigliamento dell'olio d'oliva.</p> <p>4. Descrivere lo scopo dei coperchi ermetici e il modo in cui impediscono l'ossidazione.</p> <p>5. Si dovrebbe discutere l'importanza di mantenere il controllo della temperatura durante l'imbottigliamento e lo stoccaggio.</p> <p>6. Insegnare agli studenti come utilizzare i macchinari per l'imbottigliamento e come ridurre lo spazio di testa delle bottiglie.</p> <p>7. In conformità con i requisiti di salute e sicurezza, si deve parlare dell'importanza di mantenere pulita l'area di</p>	<p>vari modi di trasportare l'olio d'oliva utilizzando immagini o video.</p> <p>4. Descrivete gli effetti del coefficiente di espansione cubica sul trasporto dell'olio d'oliva.</p> <p>5. Parlare dei pericoli di contaminazione e da ruggine, ferro o acqua salata durante il trasporto.</p> <p>6. Durante le operazioni di carico e scarico, sottolineare la necessità di mantenere la temperatura corretta e di evitare l'esposizione alla luce, all'aria o all'ossigeno.</p>
--	--	---	---



	manutenzione igienica delle strutture di stoccaggio.	confezionamento. 8. Fornite alcuni campioni di materiali per la stampa di etichette e spiegate quanto siano importanti per la promozione del prodotto.	
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ripassare il concetto di ossidazione e il modo in cui influisce sulla qualità dell'olio d'oliva per iniziare la sessione.</li> <li>2. Elaborare i diversi elementi che possono influire sulla qualità dell'olio d'oliva e i loro effetti individuali sull'olio.</li> <li>3. Descrivete i vantaggi e gli svantaggi dell'utilizzo di vari tipi di contenitori per la conservazione e dell'olio</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere i principi fondamentali della produzione dei componenti dell'olio d'oliva e della procedura di imbottigliamento.</li> <li>2. Discutere le caratteristiche delle numerose varietà di bottiglie scure utilizzate nel settore.</li> <li>3. Descrivere il processo di scelta dell'attrezzatura per l'imbottigliamento in base alla capacità produttiva.</li> <li>4. Discutere i vantaggi e gli svantaggi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare con le nozioni fondamentali per la spedizione dell'olio d'oliva.</li> <li>2. Parlare delle difficoltà nel mantenere il controllo della temperatura durante il trasporto, in particolare per l'olio esportato.</li> <li>3. Esaminare le numerose tecniche per riscaldare l'olio che si è solidificato durante il trasporto.</li> <li>4. Descrivete la funzione della ventilazione durante il trasporto e come può</li> </ol>



	<p>d'oliva e l'importanza di mantenere un ambiente regolamentato.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Descrivere le varie tecniche di filtrazione e il loro impatto sul livello di fenoli dell'EVOO.</li> <li>5. Esaminare come gli antiossidanti presenti in natura influiscono sulla stabilità dell'olio d'oliva e come l'esposizione all'ossigeno influisce sui loro livelli.</li> <li>6. Descrivere le regole uniche dell'UE per l'igiene e la pulizia dei locali di stoccaggio e come queste influiscono sulla qualità dell'olio d'oliva.</li> </ol>	<p>dell'utilizzo di diversi materiali di imballaggio.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Soprattutto per gli oli extravergine e vergine di oliva, discutere l'importanza dei sistemi di controllo del clima durante i processi di imbottigliamento e stoccaggio.</li> <li>6. Discutere i metodi per ridurre l'ossidazione durante l'imbottigliamento e il suo impatto sul processo.</li> <li>7. Che effetto hanno i materiali e il design delle etichette sulla promozione e sul branding dei prodotti a base di olio d'oliva?</li> <li>8. Incoraggiare gli studenti a partecipare a discussioni di gruppo sui più recenti</li> </ol>	<p>influire sulla qualità dell'olio.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Discutere la fattibilità di potenziali soluzioni ai problemi associati al trasporto dell'olio d'oliva.</li> </ol>
--	---	--	--



		sviluppi dell'industria dell'imbottigliamento dell'olio d'oliva.	
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentazione in PowerPoint o lavagna con pennarelli per gli aiuti visivi.</li> <li>● Campioni di diversi tipi di contenitori per la conservazione e dell'olio d'oliva.</li> <li>● Dispense con le norme UE per lo stoccaggio e l'igiene.</li> <li>● Campioni di olio d'oliva da assaggiare per confrontare la qualità dei diversi oli conservati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bottiglie o barattoli di vetro scuro</li> <li>● Coperchi a tenuta d'aria</li> <li>● Sistema di controllo del clima</li> <li>● Apparecchiature e di imbottigliamento</li> <li>● Materiali per la stampa di etichette</li> <li>● Apparecchiature e adatte alle classi, come proiettore, lavagna e pennarelli.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna e pennarelli</li> <li>● Dispensa con l'estratto del libro di testo</li> <li>● Immagini o video di diversi metodi di trasporto dell'olio d'oliva.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 2 ore	Circa 2 ore	Circa 1 ora



## Modulo 4 - Come commercializzare e vendere olive e olio d'oliva biologici

<b>Riassunto del modulo</b>	In questo modulo vengono trattati brevemente i fondamenti della transizione dall'agricoltura industriale a quella biologica, nonché l'attuale trasformazione sociale in termini di preferenze di consumo.
<b>Obiettivi del modulo</b>	L'obiettivo principale del modulo è quello di creare una forte comprensione degli attori del settore per ampliare la quota di mercato, il networking con il coinvolgimento degli stakeholder, nonché la partecipazione a fiere ed eventi per migliorare il riconoscimento del marchio e le prestazioni nei confronti dei clienti.
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<p>Al termine di questo Modulo, i discenti dovrebbero essere in grado di coprire le seguenti Aree di conoscenza e il Formatore aiuterà il loro livello di miglioramento. I materiali, le attività e le domande del test del Modulo 4 devono essere rivisti dai partecipanti. In qualità di formatori, dovrete assicurarvi che le competenze e le abilità dei partecipanti descritte di seguito siano state affrontate e arricchite in qualche misura.</p> <p><b>Competenze e abilità</b></p> <p>I tirocinanti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Sono in grado di applicare i principi della produzione biologica;</li><li>● comprendere gli interessi del proprio settore di consumo;</li><li>● sono in grado di condurre un processo di segmentazione e di creare diversi profili di clienti per le OO &amp; OO e per i nuovi prodotti;</li><li>● comprendere i diversi modelli di consumo e i profili dei consumatori a livello mondiale;</li><li>● migliorare le competenze di vendita e marketing;</li><li>● seguire i principi fondamentali del marketing per superare le barriere;</li><li>● essere in grado di comunicare e lavorare in rete in un ambiente esigente;</li><li>● migliorare la collaborazione attraverso la partecipazione a eventi e fiere;</li><li>● svolgere un'azione proattiva per la partecipazione e il posizionamento sostenibile sul mercato.</li></ul>



<b>Durata del modulo</b>	Circa 20 ore
<b>Materiale necessario</b>	Lavagna/Flipchart, Pennarelli di diversi colori, Proiettore, Computer portatile/PC, Materiale stampato degli esercizi, esempi di "casi di studio" contenuti nel curriculum della piattaforma EcoOlives, Tappetini di carta per i partecipanti, qualsiasi altro materiale per gli esercizi che voi come formatori ritenete necessario.

## Unità 4.1 – Principi dell'agricoltura biologica

<b>Argomento</b>	<b>Principi fondamentali della trasformazione agroalimentare in agricoltura biologica</b>
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti devono comprendere l'importanza di trasformare il sistema alimentare globale verso la sostenibilità e di promuovere i principi e i valori dell'agricoltura biologica.</p> <p>Devono inoltre essere consapevoli degli elementi essenziali per il raggiungimento di un sistema alimentare sostenibile, che includono il miglioramento delle condizioni dei piccoli agricoltori, il cambiamento delle pratiche agricole industriali, la riduzione delle perdite e dei rifiuti alimentari e il cambiamento della dieta e della mentalità dei consumatori. Inoltre, i discenti devono conoscere i principi di salute, ecologia, equità e cura e il loro rapporto con l'agricoltura biologica e la gestione delle risorse naturali e ambientali per una produzione e un consumo sostenibili.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare definendo cosa sia l'agricoltura sostenibile e la sua importanza per l'ambiente e la salute umana.</li> <li>2. Fornire una panoramica dei quattro elementi essenziali per il raggiungimento di un sistema alimentare sostenibile: Potenziare i piccoli, Trasformare i grandi, Perdere meno, Mangiare meglio.</li> <li>3. Discutere l'importanza dei piccoli agricoltori e il loro ruolo nell'agricoltura sostenibile.</li> <li>4. Spiegare il concetto di agricoltura biologica e i suoi principi di salute, ecologia, equità e cura.</li> <li>5. Fornire esempi di pratiche agricole sostenibili, come la rotazione delle colture, la consociazione e il controllo naturale dei parassiti.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Discutere l'impatto delle pratiche agricole non sostenibili sull'ambiente e sulla salute umana.</li> <li>7. Incoraggiare gli studenti a riflettere criticamente sulle loro scelte alimentari e su come fare scelte più sostenibili.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziate discutendo lo stato attuale del sistema alimentare globale e le sfide che l'agricoltura sostenibile deve affrontare.</li> <li>2. Fornire una panoramica dettagliata dei quattro elementi essenziali per il raggiungimento di un sistema alimentare sostenibile: Potenziare i piccoli, Trasformare i grandi, Perdere meno, Mangiare meglio.</li> <li>3. Discutere le complessità della produzione agricola industrializzata e su larga scala e il potenziale per un cambiamento trasformativo.</li> <li>4. Analizzare il ruolo della politica e della governance nella promozione dell'agricoltura sostenibile e nella riduzione dell'impatto delle pratiche agricole non sostenibili.</li> <li>5. Esplorare pratiche agricole sostenibili innovative, come l'agroforestale, l'agricoltura rigenerativa e l'agricoltura di precisione.</li> <li>6. Discutere l'importanza dei sistemi alimentari sostenibili nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.</li> <li>7. Incoraggiare gli studenti a riflettere criticamente sulle dimensioni sociali, economiche e politiche dell'agricoltura sostenibile e sul ruolo dei consumatori nel promuovere il cambiamento.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fogli di lavoro e quiz per rafforzare i concetti chiave e il vocabolario.</li> <li>● Discussioni e dibattiti di gruppo per esplorare le diverse prospettive dell'agricoltura sostenibile e dell'agricoltura biologica.</li> <li>● Attività di gioco di ruolo per simulare il processo decisionale e la risoluzione di problemi legati all'agricoltura sostenibile e all'agricoltura biologica.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti



## 4.1.2. Cambiamento delle preferenze dei consumatori verso il consumo biologico

<b>Topic</b>	<b>Cambiamento delle preferenze dei consumatori verso il consumo biologico</b>
<b>Argomento</b>	Gli studenti devono comprendere la crescente tendenza al consumo di alimenti prodotti con metodo biologico e i fattori di cambiamento nell'ambito dell'agricoltura biologica e delle preferenze dei consumatori. Dovrebbero essere in grado di identificare i tre principali motivatori o motori del cambiamento ed essere consapevoli dell'importanza dell'etichettatura ecologica nell'indicare ai consumatori i metodi di produzione e i valori alla base degli alimenti prodotti con metodo biologico. Al termine dell'unità, gli studenti dovranno comprendere le ragioni dell'aumento del mercato dei prodotti biologici e i vantaggi della promozione dei prodotti alimentari biologici per una maggiore qualità degli alimenti, per la salute personale e per le preoccupazioni ambientali.
<b>Obiettivo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare introducendo il concetto di agricoltura biologica e perché sta diventando sempre più popolare.</li> <li>2. Spiegare le differenze tra agricoltura biologica e convenzionale, compreso l'uso di prodotti chimici e pesticidi nell'agricoltura convenzionale.</li> <li>3. Discutete le tre principali motivazioni o spinte al cambiamento per l'agricoltura biologica: quella dei consumatori, quella dei servizi e quella degli agricoltori.</li> <li>4. Sottolineare l'importanza dei marchi ecologici e delle certificazioni nel settore dell'agricoltura biologica.</li> <li>5. Fornire esempi di prodotti biologici e dei loro benefici, come una migliore salute, una qualità superiore e la sostenibilità ambientale.</li> <li>6. Incoraggiare discussioni e dibattiti in classe sui vantaggi e gli svantaggi dell'agricoltura biologica.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare introducendo il concetto di agricoltura biologica e perché sta diventando sempre più popolare.</li> <li>2. Spiegare le differenze tra agricoltura biologica e convenzionale, compreso l'uso di prodotti chimici e pesticidi nell'agricoltura convenzionale.</li> <li>3. Discutete le tre principali motivazioni o spinte al cambiamento per l'agricoltura biologica: quella dei consumatori, quella dei servizi e quella degli agricoltori.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Sottolineare l'importanza dei marchi ecologici e delle certificazioni nel settore dell'agricoltura biologica.</li> <li>5. Fornire esempi di prodotti biologici e dei loro benefici, come una migliore salute, una qualità superiore e la sostenibilità ambientale.</li> <li>6. Incoraggiare discussioni e dibattiti in classe sui vantaggi e gli svantaggi dell'agricoltura biologica.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Video e documentari sull'agricoltura biologica e sulle preferenze dei consumatori, come "The Future of Food" o "Food, Inc."</li> <li>● Casi di studio ed esempi di aziende e pratiche di agricoltura biologica di successo.</li> <li>● Attività in classe ed esercizi che coinvolgano gli studenti nell'esplorazione dei benefici e delle sfide dell'agricoltura biologica e delle preferenze dei consumatori, come discussioni di gruppo, dibattiti e progetti di ricerca.</li> </ul>
<b>Risorse e materiali</b>	
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

### 4.1. 3. Innovazione e trasformazione

<b>Topic</b>	<b>Innovazione e trasformazione</b>
<b>Argomento</b>	<p>Gli studenti devono comprendere la rapida crescita dell'industria agroalimentare biologica come risposta alle preoccupazioni per la salute associate agli alimenti convenzionali e acquisire consapevolezza dei vari cambiamenti e delle iniziative che sono emerse come parte di questo movimento.</p> <p>I discenti devono anche essere consapevoli dell'importanza dell'innovazione nel settore dell'agricoltura biologica, compresa la necessità di un approccio di sistema e il ruolo degli agricoltori come innovatori. Inoltre, i discenti devono tenere a mente i rischi e le spese più elevati che comporta l'agricoltura biologica, ma anche il potenziale di trasformazione e i benefici a lungo termine.</p>
<b>Obiettivo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare definendo l'agricoltura biologica e i suoi principi, come evitare pesticidi e fertilizzanti sintetici e promuovere la salute del suolo.</li> </ol>



	<p>Discutere i vantaggi dell'agricoltura biologica, come la promozione della biodiversità e la riduzione dell'impatto sull'ambiente.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Introdurre le diverse iniziative e movimenti legati all'agricoltura biologica, come il commercio equo e solidale e il movimento Slow Food.</li> <li>3. Spiegare il concetto di innovazione e come può contribuire a promuovere un'agricoltura sostenibile e rigenerativa.</li> <li>4. Discutere le sfide e gli ostacoli che gli agricoltori biologici devono affrontare e l'importanza dell'innovazione per superare queste sfide.</li> <li>5. Evidenziare il ruolo della ricerca agricola nel promuovere l'innovazione e il contributo degli agricoltori come innovatori.</li> <li>6. Incoraggiare gli studenti a partecipare a iniziative locali legate all'agricoltura biologica, come orti comunitari e mercati agricoli.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere i principi e le pratiche dell'agricoltura biologica, compresi i suoi benefici e limiti.</li> <li>2. Discutere lo stato attuale dell'agricoltura biologica, compresa la sua crescita e le sfide che deve affrontare.</li> <li>3. Analizzare il ruolo dell'innovazione nella promozione di un'agricoltura sostenibile e rigenerativa e il suo impatto sul settore biologico.</li> <li>4. Esaminare le varie iniziative e movimenti legati all'agricoltura biologica, come il commercio equo e solidale e il movimento Slow Food, e il loro impatto sul settore.</li> <li>5. Valutare criticamente l'efficacia della ricerca attuale nel promuovere l'innovazione e il ruolo degli agricoltori come innovatori.</li> <li>6. Discutere il potenziale futuro dell'agricoltura biologica e il ruolo dell'innovazione nel suo sviluppo.</li> <li>7. Incoraggiare gli studenti a condurre ricerche indipendenti su argomenti legati all'agricoltura biologica e all'innovazione e a presentare i loro risultati alla classe.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Supporti visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le pratiche dell'agricoltura biologica</li> <li>● Casi di studio di iniziative di agricoltura biologica di successo</li> <li>● Pacchetti di semi e strumenti per il giardinaggio per un'esperienza di apprendimento pratico</li> </ul>



<b>Risorse e materiali</b>	
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

#### 4.1.4. Concetti di marketing del marchio

<b>Argomento</b>	<b>Concetti di marketing del marchio</b>
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti devono comprendere l'importanza del branding e del marketing, la differenza tra branding e marketing e i tre concetti fondamentali del branding: Promessa, Attributi e Personalità. Inoltre, i discenti dovranno acquisire conoscenze sulle raccomandazioni efficaci per costruire un marchio forte. Queste raccomandazioni includono la creazione di un'esperienza memorabile per i clienti, il mantenimento della coerenza e la fedeltà ai valori del marchio.</p> <p>In definitiva, l'obiettivo è quello di aiutare i discenti a comprendere l'importanza del branding nello stabilire una solida reputazione e nel promuovere una base di clienti fedeli per la loro attività.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare dalle basi: Iniziare spiegando la definizione di branding e marketing e come si differenziano tra loro. Insegnare agli studenti i tre elementi chiave del marketing dei prodotti biologici.</li> <li>2. Concentrarsi sui concetti fondamentali del branding: Sottolineate la promessa, gli attributi e la personalità del branding. Insegnate loro come questi tre concetti siano importanti per creare una simbiosi armoniosa.</li> <li>3. Insegnare l'importanza di creare un'esperienza: Incoraggiate gli studenti a fornire ai loro clienti un'esperienza memorabile essendo attenti e fornendo un servizio clienti eccezionale.</li> <li>4. Evidenziare l'importanza della coerenza: Spiegate agli studenti che la coerenza è fondamentale per mantenere un'immagine professionale e per farsi notare dai clienti.</li> <li>5. Incoraggiare l'autenticità: Insegnare agli studenti a essere trasparenti e fedeli ai propri valori, favorendo un forte senso di fiducia tra l'azienda e il pubblico.</li> </ol>



<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Approfondire il branding e il marketing: Insegnare agli studenti le sfumature più sottili del branding e del marketing, tra cui come trasmettere efficacemente l'identità e i valori di un marchio in modi interessanti e convincenti.</li> <li>2. Concentrarsi su misurazioni e studi: Incoraggiare gli studenti a condurre ricerche e misurazioni approfondite per capire come si posizionano i concorrenti. Insegnate loro come valutare la forza del loro marchio utilizzando otto domande chiave.</li> <li>3. Insegnare tecniche avanzate per mostrare le caratteristiche distintive: Spiegare come le aziende possono dimostrare la propria affidabilità attraverso prodotti affidabili e servizi al cliente, invece di limitarsi a dichiarare di essere affidabili.</li> <li>4. Incoraggiare approcci innovativi: Insegnare agli studenti a pensare fuori dagli schemi e a proporre approcci innovativi al branding e al marketing, compresa la creazione di esperienze uniche che lascino un'impressione duratura sui clienti.</li> <li>5. Sottolineare la necessità di una crescita continua: Insegnare agli studenti a investire nella crescita del proprio marchio, costruendolo e perfezionandolo continuamente per rimanere competitivi sul mercato.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna bianca/lavagna e pennarelli per illustrare i concetti e le idee chiave durante la lezione.</li> <li>● Dispense o fogli di lavoro che riassumano i punti chiave e offrano agli studenti l'opportunità di mettere in pratica le loro abilità di branding e marketing.</li> <li>● Presentazioni in PowerPoint con immagini e video per illustrare i concetti e le idee chiave.</li> <li>● Casi di studio di campagne di branding e marketing di successo che possono aiutare gli studenti a capire come applicare queste strategie in situazioni reali.</li> <li>● Discussioni in classe e attività di gruppo che incoraggiano gli studenti a collaborare e ad applicare quanto appreso.</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 60 minuti</p>



## 4.2.1. Come introdurre il nuovo prodotto sul mercato

Argomento	How to introduce the new product on the market
<p><b>Obiettivo</b></p>	<p>Gli studenti devono comprendere che l'introduzione di un nuovo prodotto sul mercato deve avvenire solo dopo aver implementato con successo una strategia di segmentazione del marketing e aver combinato vari approcci e completato le tappe fondamentali.</p> <p>Inoltre, gli studenti devono riconoscere l'importanza del processo di segmentazione, che prevede la suddivisione di un mercato eterogeneo in gruppi più piccoli e omogenei di potenziali consumatori in base a fattori quali la demografia, il comportamento e altre caratteristiche. Ciò consente di dare risposte personalizzate alle azioni commerciali.</p> <p>Si consiglia agli studenti di condurre un'analisi completa dei fattori che influenzano il consumo di oli biologici e di olio d'oliva (OO&amp;OO) utilizzando diversi criteri di segmentazione. Ciò consente di raggruppare i consumatori in gruppi che condividono caratteristiche e aspettative specifiche nei confronti dei prodotti. In questo modo, è possibile sviluppare e adattare programmi di marketing differenziati per soddisfare le esigenze di questi segmenti di clientela.</p> <p>Inoltre, i discenti devono essere consapevoli di avere la possibilità di scegliere tra diverse strategie di segmentazione, tra cui indifferenziata, differenziata, concentrata e altre, al fine di competere efficacemente nei mercati target durante l'introduzione di un nuovo prodotto.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare spiegando che cos'è un "nuovo prodotto" e i principi di diversificazione del prodotto/portafoglio, come strumenti per migliorare il marketing e la vendita di OO &amp; OO.</li> <li>2. Discutere le sfide e gli ostacoli che i prodotti biologici devono affrontare e l'importanza della diversificazione dei prodotti e della conoscenza dei produttori sulle tendenze del mercato del settore per superare queste sfide.</li> <li>3. Spiegare il concetto di strategia di segmentazione del marketing e l'importanza dell'applicazione di un processo di segmentazione.</li> <li>4. Introdurre i diversi fattori come la demografia, il comportamento e le varie caratteristiche come approccio per raggruppare i clienti e le loro preferenze in cluster.</li> <li>5. Incoraggiare i corsisti a intraprendere iniziative locali legate all'esame completo dei fattori, in modo da poter raggruppare i</li> </ol>



	<p>consumatori che condividono determinate caratteristiche e aspettative dai prodotti OO &amp; OO.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li> <li>7. Discutere con i partecipanti i vantaggi derivanti dall'applicazione dei criteri di segmentazione e dalla realizzazione di una revisione completa dei fattori che influenzano il consumo di OO &amp; OO, sulla base della loro esperienza, del loro scenario e del loro mercato di riferimento.</li> <li>8. Spiegare il concetto di strategia di marketing e come può aiutare a promuovere una produzione sostenibile.</li> <li>9. Evidenziare il ruolo della segmentazione nella promozione e il contributo degli agricoltori, in modo da poter applicare programmi di marketing differenziati.</li> <li>10. Spiegare le diverse strategie di segmentazione - indifferenziata, differenziata, concentrata, one-to-one. Discuss the challenges and obstacles and which strategy in their perspective can help promote sustainable and better new product market disruption and realization.</li> <li>11. Facilitare la creazione di reti</li> <li>12. Incoraggiare i tirocinanti a partecipare a iniziative locali legate all'agricoltura biologica, alle innovazioni, alle nuove tecnologie e agli strumenti applicativi, alle piattaforme o al supporto e all'interfaccia dell'intelligenza artificiale che possono essere utilizzati per personalizzare e introdurre meglio il prodotto o il servizio.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentare ai tirocinanti i concetti e la terminologia tecnica di EcoOlives con esempi pertinenti per facilitare il processo di apprendimento su come introdurre nuovi prodotti sul mercato - strategia di segmentazione del marketing e processo di segmentazione.</li> <li>2. Discutere lo stato attuale e le sfide che i prodotti biologici devono affrontare e l'importanza della diversificazione dei prodotti e della conoscenza dei produttori sulle tendenze del mercato del settore per superare queste sfide.</li> <li>3. Adattare i contenuti (compresi gli esempi) ai corsisti avanzati e incoraggiarli a realizzare iniziative locali relative all'esame completo di fattori come la demografia, il comportamento e le varie caratteristiche come approccio per raggruppare i clienti e le loro preferenze in cluster.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Se necessario, fornire materiali supplementari sulle diverse strategie di segmentazione (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali).</li> <li>5. Incoraggiare gli studenti a condurre ricerche indipendenti su argomenti relativi al lancio di nuovi prodotti sul mercato, applicando diverse strategie di segmentazione e programmi di marketing, e a presentare i risultati alla classe.</li> <li>6. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li> <li>7. Valutare criticamente l'efficacia della ricerca e dei programmi attuali. Discutere le sfide e gli ostacoli e quale strategia, dal loro punto di vista, può aiutare a promuovere la realizzazione e l'interruzione del mercato di nuovi prodotti in modo sostenibile e migliore.</li> <li>8. Discutere il potenziale futuro dei prodotti OO e OO, il mercato di nicchia e il loro ruolo nel plasmare il suo sviluppo. Facilitare il networking</li> <li>9. Motivare e coinvolgere i partecipanti ad aumentare la partecipazione alle iniziative locali relative all'agricoltura biologica, alle innovazioni, alle nuove tecnologie e agli strumenti applicativi, alle piattaforme o al supporto e all'interfaccia dell'intelligenza artificiale che possono essere utilizzati per personalizzare e introdurre meglio il prodotto o il servizio.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ausili visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le prassi</li> <li>● Casi di studio di iniziative di successo</li> <li>● Racconto di storie</li> <li>● Materiali EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico.</li> <li>● Raggruppare i partecipanti in gruppi per lavorare sugli esercizi (se applicabile).</li> <li>● Moderare le discussioni, compreso l'uso di materiali tangibili, quiz su computer portatile/online e altri compiti e preparazione di documenti.</li> <li>● Lasciare ai partecipanti il tempo di fare rete.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti



## 4.2.2. Come espandere la quota di mercato esistente

Argomento	Come espandere la quota di mercato esistente
<p><b>Obiettivo</b></p>	<p>Gli studenti devono comprendere l'importanza di adottare nuovi approcci per espandere la quota di mercato. Tuttavia, si raccomanda di analizzare prima i clienti esistenti e di identificare le loro esigenze non soddisfatte.</p> <p>Inoltre, i discenti devono essere consapevoli dei potenziali prodotti, servizi e modifiche al loro attuale portafoglio. Ciò consente loro di determinare quali nuove offerte adottare e come rispondere efficacemente alle aspettative dei clienti attuali e potenziali. In questo modo, possono migliorare l'espansione del mercato dell'azienda.</p> <p>Inoltre, i discenti devono essere informati che esistono diverse strategie efficaci per aumentare la quota di mercato, sia per un prodotto attuale che per uno nuovo. Possono fare riferimento agli esempi forniti dai membri del Forbes Business Council, che sono inclusi nei contenuti del Modulo 4.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare a definire i principi di espansione della quota di mercato e il suo valore economico.</li> <li>2. Discutere con i tirocinanti i vantaggi dell'espansione della quota di mercato esistente e il modo in cui essa alimenta la crescita dell'azienda.</li> <li>3. Introdurre le diverse iniziative e approcci relativi all'analisi dei clienti esistenti, come l'analisi dei bisogni, il feedback istantaneo per la soddisfazione dei clienti, le raccomandazioni e le modalità di miglioramento del portafoglio esistente.</li> <li>4. Spiegare il concetto di innovazione e come può aiutare a implementare nuove modifiche, prodotti e servizi e a promuovere un'espansione sostenibile del mercato aziendale.</li> <li>5. Discutere le sfide e gli ostacoli che gli implementatori possono incontrare nel tentativo di espandere la quota di mercato esistente e l'importanza della conoscenza del mercato, della presenza del marchio, del marketing digitale e dell'innovazione nel superare queste sfide.</li> <li>6. Evidenziare il ruolo della ricerca nel promuovere la migliore strategia applicabile o una combinazione di diverse strategie efficaci per aumentare la quota di mercato.</li> <li>7. Incoraggiare i tirocinanti a partecipare a iniziative locali relative a forum economici incentrati sul loro mercato di</li> </ol>



<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<p>riferimento, tendenze e innovazioni, sostenibilità e altre conferenze commerciali.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere con i tirocinanti i principi e le pratiche note per l'espansione della quota di mercato esistente, compresi i vantaggi e i limiti.</li> <li>2. Analizzare il ruolo delle innovazioni nella promozione di prodotti e servizi sostenibili, modificati e migliorati e il loro impatto sul settore in generale e sul posizionamento di mercato del portafoglio di ciascuna azienda; le opportunità di crescita e le sfide da affrontare.</li> <li>3. Adattare i contenuti del Modulo 4.2.2 (compresi altri esempi) ai discenti avanzati e incoraggiarli a realizzare localmente iniziative relative all'espansione della quota di mercato attuale.</li> <li>4. Se necessario, fornire materiale supplementare sulle diverse strategie efficaci (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali, ricercatori).</li> <li>5. Incoraggiare gli studenti a condurre strategie indipendenti su argomenti relativi alla modifica dei prodotti attuali e al lancio di nuovi prodotti sul mercato, applicando strategie e programmi diversi e come si riflettono sulla quota di mercato - per presentare i loro risultati alla classe. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li> <li>6. Evidenziare il ruolo della ricerca nel promuovere la migliore strategia applicabile o una combinazione di più strategie efficaci per aumentare la quota di mercato.</li> <li>7. Discutere il potenziale futuro dei prodotti OO e OO, le nicchie di mercato e il loro ruolo nel plasmare il loro sviluppo.</li> <li>8. Incoraggiare i corsisti a partecipare alle iniziative locali relative ai forum economici con particolare attenzione al loro mercato di riferimento, alle tendenze e alle innovazioni, alla sostenibilità e ad altre iniziative commerciali.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ausili visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le pratiche dell'analisi del portafoglio attuale e della valutazione della soddisfazione del cliente.</li> <li>● Casi di studio sull'adozione di nuovi prodotti, innovazioni, scale-up e diversificazione del portafoglio.</li> <li>● Strumenti e compiti per un'esperienza pratica di apprendimento di diverse strategie per l'espansione delle quote di mercato esistenti.</li> <li>● Racconto di storie</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Materiali EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico.</li> <li>● Raggruppare i partecipanti in gruppi per lavorare sugli esercizi (se applicabile).</li> <li>● Moderare le discussioni, compreso l'uso di materiali tangibili, quiz su computer portatile/online e altri compiti e preparazione di documenti.</li> <li>● Consentire ai partecipanti di creare una rete di contatti</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

### 4.2.3. Come creare una nicchia di marketing per OO & OO

<b>Argomento</b>	<b>Come creare una nicchia di marketing per OO&amp;OO</b>
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti devono comprendere il processo di creazione di una nicchia di marketing per OO &amp; OO (oli biologici e olio d'oliva). In primo luogo, è fondamentale che gli studenti riconoscano l'importanza della segmentazione e la necessità di dividere i consumatori in gruppi specifici, con particolare attenzione ai consumatori di alimenti biologici.</p> <p>Gli studenti dovrebbero essere invitati a esaminare a fondo le motivazioni e i comportamenti di acquisto dei clienti. È essenziale capire che il consumo di OO &amp; OO non è solo per soddisfare un bisogno psicologico, ma fa anche parte dello stile di vita sociale dei consumatori e rappresenta il loro desiderio di agire in modo sostenibile ed ecologico.</p> <p>Inoltre, i discenti dovrebbero essere consapevoli del fatto che i prodotti biologici sono spesso associati a scelte naturali e più sane, che possono fornire significativi vantaggi competitivi attraverso la differenziazione. I discenti devono approfondire le ragioni principali che spingono le preferenze e la domanda di prodotti biologici da parte dei consumatori, compresi fattori come la sensibilità al prezzo.</p> <p>Inoltre, i discenti devono acquisire conoscenze sulle domande importanti da porre quando si crea una nicchia di marketing per OO &amp; OO. Queste domande includono: Chi, Cosa, Quando, Dove, Perché e Come. Le risposte a queste domande aiuteranno a identificare la combinazione ideale per rivolgersi a una nicchia di mercato, che comprende un'elevata domanda di un prodotto o servizio, un alto potenziale di reddito e una concorrenza limitata.</p>



<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Iniziare a definire cosa sia una nicchia di marketing e i suoi principi, come l'opposto del marketing di massa e del posizionamento di massa.</li><li>2. Discutere i vantaggi del marketing di nicchia, come ad esempio concentrarsi su un elemento del mercato, un sottoinsieme, e concentrare tutti gli sforzi sulla migliore qualità, con il massimo impatto/profitto.</li><li>3. Introdurre iniziative e movimenti diversi legati a strategie specifiche per un pubblico di nicchia offre alcuni vantaggi chiave.</li><li>4. Spiegare il concetto di creazione di una nicchia di marketing per i prodotti OO e OO, affrontando i seguenti aspetti: Chi, Cosa, Quando, Dove, Perché e Come, descritti nel materiale di EcoOlives.</li><li>5. Discutere le sfide e gli ostacoli affrontati dagli agricoltori e dai produttori/trasformatori biologici e spiegare l'importanza della conoscenza delle tendenze del mercato, delle preferenze dei clienti, degli strumenti di marketing, dell'innovazione e delle modifiche ai prodotti per superare queste sfide e posizionarsi in una nicchia di mercato e il contributo dei tirocinanti come innovatori.</li><li>6. Evidenziare gli effetti dell'implementazione del marketing di nicchia utilizzando: campagne di passaparola, direct mail, messaggi sociali, eventi mirati, marketing esperienziale, video marketing, diversi marketing di nicchia nel segmento di clientela, diversi stili di comunicazione, alleanze con altri prodotti e servizi locali.</li><li>7. Incoraggiare gli studenti a descrivere la propria "nicchia ideale" in relazione a OO &amp; OO, mirando a una potenziale forte domanda di un prodotto o servizio, a un alto potenziale di reddito e a una concorrenza leggera.</li><li>8. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li></ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Esaminare i principi e le pratiche di creazione di una nicchia di marketing, compresi i suoi vantaggi, come ad esempio concentrarsi su un elemento del mercato, un sottoinsieme, e concentrare tutti gli sforzi sulla migliore qualità, con il massimo impatto/profitto, i requisiti e i potenziali ostacoli.</li><li>2. Discutere lo stato attuale delle iniziative e dei movimenti relativi alle strategie specifiche per i mercati di nicchia e il loro marketing.</li></ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Analizzare l'importanza di porre le giuste domande al pubblico: Chi, Cosa, Quando, Dove, Perché e Come, descritte nel materiale EcoOlives. Adattare i contenuti del Modulo 4.2.3 (compresi altri esempi) ai corsisti avanzati e incoraggiarli a realizzare localmente iniziative legate alla creazione di nicchie di mercato efficaci.</li> <li>4. Se necessario, fornire materiale aggiuntivo sulle modalità di attuazione del marketing di nicchia (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali, ricerche, ecc.)</li> <li>5. Incoraggiare gli studenti a condurre strategie indipendenti su argomenti relativi alla creazione di una nicchia di marketing, applicando diversi modi e programmi e come questi riflettono la loro posizione di mercato e il loro portafoglio di OO &amp; OO - presentare i loro risultati alla classe.</li> <li>6. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li> <li>7. Evidenziare il ruolo della "nicchia ideale" in relazione a OO &amp; OO, mirando a una potenziale forte domanda di un prodotto o servizio, a un alto potenziale di reddito e a una concorrenza leggera.</li> <li>8. Discutere il futuro dei prodotti OO &amp; OO, la nicchia di marketing e il loro ruolo nel plasmare il suo sviluppo.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ausili visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le pratiche dell'analisi del portafoglio attuale e della valutazione della soddisfazione del cliente.</li> <li>● Casi di studio di successo di nuove nicchie di mercato, innovazioni, scale-up, diversificazione del portafoglio.</li> <li>● Strumenti e compiti per un'esperienza pratica di apprendimento di diverse strategie per l'espansione delle quote di mercato esistenti.</li> <li>● Materiali EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico.</li> <li>● Raggruppare i partecipanti in gruppi per lavorare sugli esercizi (se applicabile).</li> <li>● Moderare le discussioni, compreso l'uso di materiali tangibili, quiz su computer portatile/online e altri compiti e preparazione di documenti.</li> <li>● Lasciare ai partecipanti il tempo di fare rete.</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 60 minuti</p>



### 4.3. Sviluppo della strategia di marketing

Argomento	Sviluppo della strategia di marketing
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti devono capire come commercializzare e vendere meglio le olive e l'olio d'oliva biologici, concentrandosi sullo sviluppo e sull'attuazione di una strategia di marketing su misura. Gli studenti devono essere invitati a comprendere e implementare nel tempo una combinazione di diversi approcci, idee e strategie di marketing.</p> <p>I discenti devono inoltre essere consapevoli dell'importanza del marketing dei prodotti OO &amp; OO, che spesso include strategie di vendita diretta in combinazione con mostre museali, artigianato, visite guidate, gastronomia, organizzazione di sessioni artistiche e/o partecipazione a festival di musica e danza, eventi notturni a tema, ecc.</p> <p>Inoltre, i discenti devono sapere che una strategia di marketing di successo combina preferibilmente l'esperienza turistica nel dominio, la presentazione dell'ospitalità della regione locale, la presentazione di altri prodotti locali e il cross-selling, promettendo risultati unici e stupefacenti grazie al completamento di un piano di marketing efficace, in modo che gli attuatori possano rispondere in modo diverso alle azioni commerciali.</p> <p>Ai discenti va consigliato di adattare continuamente la strategia di marketing dei prodotti OO &amp; OO, imparando dalle buone pratiche di lavoro, dagli esempi mondiali, dai consigli di vendita e di marketing, dal materiale di ricerca, dalle innovazioni e dalle statistiche che possono aiutare le aziende a formulare una strategia di marketing sostenibile.</p> <p>Inoltre, i discenti devono sapere che possono optare per diverse strategie di marketing come: strategia che delinea il carattere organico dei prodotti; strategia e ricerca per migliorare le vendite e la rete; approcci che alimentano le campagne di marketing.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare a definire che cos'è una strategia di marketing e i suoi obiettivi, elementi, portata, principi, come l'inesistente approccio unico.</li> <li>2. Discutere i vantaggi per i tirocinanti di essere aperti a nuove strade per pensare e sperimentare le strategie di marketing e di impegnarsi per ottenere la migliore visibilità e riconoscimento, la migliore qualità dei prodotti OO e OO e la realizzazione del massimo impatto/profitto.</li> <li>3. Presentare ai tirocinanti diverse iniziative e movimenti legati a specifiche strategie di marketing - presentare alcuni vantaggi chiave di ciascun approccio: strategia di marketing</li> </ol>



sostenibile e biologico che enfatizza il carattere biologico delle olive e degli oli; strategia di vendita diretta in combinazione con mostre museali, gastronomia, sessioni d'arte - festival, organizzazione e partecipazione di eventi tematici; strategia che combina l'esperienza turistica presso il dominio, visite guidate che presentano l'ospitalità della regione locale, unite alla presentazione di altri prodotti locali e al cross-selling, ecc.

4. Adattare i contenuti del Modulo 4, Unità 4.3 (compresi altri esempi) per una migliore comprensione da parte dei tirocinanti delle iniziative relative alla creazione di strategie di marketing efficaci per un pubblico mirato, ad esempio concentrandosi sulla gestione del museo dell'olio d'oliva, sulla vendita incrociata di altri prodotti biologici, sulle innovazioni nel settore; ponte con l'esperienza gastronomica locale, ecc.
5. Spiegare il concetto di creazione di una strategia di marketing per i prodotti OO e OO Origine e per il concetto di museo e l'organizzazione della mostra, descritti negli esempi di materiale EcoOlives.
6. Incoraggiare gli studenti a descrivere la propria "strategia di marketing" relativa a OO & OO, mirando a delineare il carattere organico dei prodotti, e presentarla alla classe (se applicabile).
7. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.
8. Spiegare gli effetti dello sviluppo della strategia di marketing con particolare attenzione a: guerrilla marketing; diverse tecniche per motivare i clienti a diventare sostenitori del marchio e dell'etichetta, campagne di passaparola; modi per monetizzare l'origine di OO & OO e la storia del marchio attraverso il marketing esperienziale, il video marketing, diverse nicchie di marketing nel segmento di clientela, campagne di marketing mirate; lancio di programmi di fidelizzazione dei clienti, ecc.
9. Spiegare il concetto di strategie dirette (come l'offerta di bottiglie/campioni gratuiti e la degustazione abbinata alla gastronomia) e come può aiutare a promuovere una strategia di vendita diretta sostenibile ed efficace, perché permette ai clienti di provare e sperimentare il marchio e i prodotti.
10. Discutere le sfide e gli ostacoli affrontati dagli agricoltori e dai produttori/trasformatori biologici e spiegare l'importanza



	<p>di una maggiore conoscenza delle tendenze del mercato, delle preferenze dei clienti, degli strumenti e delle tecniche di marketing innovative per superare queste sfide e per adattare continuamente le strategie di marketing e il ruolo e il contributo dei tirocinanti come innovatori.</p> <p>11. Incoraggiare i tirocinanti a seguire e partecipare a iniziative locali e internazionali relative al marketing di prodotti OO e OO e all'agricoltura biologica, come mercati agricoli, fiere, conferenze agroalimentari e commerciali, nonché a rivolgersi ad agenzie di marketing e/o a consulenti di marketing interni come attività inevitabili per il loro business sostenibile.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivedere i principi e le pratiche di creazione di una strategia di marketing, compresi gli elementi, i vantaggi, i requisiti e i potenziali ostacoli.</li> <li>2. Discutere lo stato attuale delle iniziative e dei movimenti relativi a specifiche strategie di marketing già applicate dai tirocinanti avanzati ai prodotti/servizi di OO &amp; OO, e/o qualsiasi conoscenza acquisita dai piani di marketing eseguiti e dagli adattamenti delle strategie precedenti.</li> <li>3. Analizzare il ruolo delle innovazioni nello sviluppo e nella promozione di strategie di marketing sostenibili e il loro impatto sul settore biologico.</li> <li>4. Esaminare le varie iniziative e movimenti relativi a specifiche strategie di marketing, quali: strategia di marketing sostenibile e biologico che enfatizza il carattere biologico delle olive e degli oli; strategia di vendita diretta in combinazione con mostre museali, gastronomia, sessioni d'arte - festival, organizzazione e partecipazione a eventi tematici; strategia che combina l'esperienza turistica sul territorio, visite guidate che presentano l'ospitalità della regione locale, unite alla presentazione di altri prodotti locali e al cross-selling, ecc.</li> <li>5. Valutare criticamente l'efficacia di ciascuna tecnica nel promuovere tale strategia di marketing e il ruolo degli implementatori come innovatori.</li> <li>6. Adattare i contenuti del Modulo 4, Unità 4.3 (compresi altri esempi) ai discenti avanzati e fornire materiali aggiuntivi sui modi per creare e implementare la strategia di marketing, se necessario (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali, narratori, ricerche, campagne, cause, ecc.)</li> <li>7. Incoraggiare gli studenti a creare strategie indipendenti o adattare strategie di marketing esistenti per i prodotti/servizi</li> </ol>



	<p>di OO e OO, applicando modi e programmi diversi e come questi riflettono la loro posizione di mercato e il loro portafoglio - presentare i loro risultati alla classe. Guidarli a concentrarsi su: guerrilla marketing; diverse tecniche per motivare i clienti a diventare sostenitori del marchio e dell'etichetta, campagne di passaparola; modi per monetizzare l'origine di OO &amp; OO e la storia del marchio attraverso il marketing esperienziale, il video marketing, diverse nicchie di marketing nel segmento dei clienti, campagne di marketing mirate; lanciare programmi di fidelizzazione dei clienti, campioni diretti e ponte con la gastronomia, ecc. Fornire un feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</p> <p>8. Discutere le sfide e gli ostacoli affrontati dagli agricoltori e dai produttori/trasformatori biologici e spiegare l'importanza di una maggiore conoscenza delle tendenze del mercato, delle preferenze dei clienti, degli strumenti e delle tecniche di marketing innovative per superare queste sfide e per adattare continuamente le strategie di marketing e il ruolo e il contributo dei tirocinanti come innovatori.</p> <p>9. Incoraggiare i tirocinanti a seguire e partecipare a iniziative locali e internazionali relative al marketing di prodotti OO e OO e all'agricoltura biologica, come mercati agricoli, fiere, conferenze agroalimentari e commerciali, nonché a rivolgersi ad agenzie di marketing e/o a consulenti di marketing interni come attività inevitabili per il loro business sostenibile.</p>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ausili visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le pratiche delle strategie di marketing esistenti, per supportare l'attuale strategia di marketing applicata dai tirocinanti e la sua valutazione.</li> <li>● Casi di studio di strategie di marketing di successo a livello mondiale, innovazioni, buone pratiche di lavoro, tendenze del mercato OO &amp; OO, diversificazione del portafoglio e promozione incrociata, programmi di fidelizzazione per la soddisfazione dei clienti, tecniche per motivare il consumo dei clienti e monetizzazione del marchio.</li> <li>● Strumenti e compiti per un'esperienza di apprendimento pratico delle diverse strategie di marketing e per lo sviluppo e l'applicazione di strategie di marketing su misura.</li> <li>● Racconto di storie, disponibilità a condividere l'esperienza.</li> <li>● Utilizzare i materiali di EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generare ma non dominare le discussioni, includere l'uso di materiali tangibili, laptop/quiz online e altri compiti.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

#### 4.4. Elementi essenziali di marketing digitale

Argomento	Elementi essenziali di marketing digitale
<b>Obiettivo</b>	<p>I discenti devono comprendere gli elementi essenziali del marketing digitale e come cercare di applicare le tecnologie di comunicazione digitale per trasformare le loro attività, al fine di diffondere la parola attraverso metodi di marketing digitale come podcasting, reel, storie, ottimizzazione della ricerca vocale/visiva e brand storytelling che delineano le nuove tendenze di marketing.</p> <p>I tirocinanti devono inoltre essere consapevoli dell'importanza della transizione al business digitale per la redditività - potenziale aumento dei ricavi, basato su un maggior numero di clienti e sulla loro fidelizzazione; riduzione dei costi grazie a processi aziendali efficienti e altri benefici intangibili - notorietà del marchio; espansione della rete; migliore previsione e pianificazione; marketing e servizio clienti più reattivi, ecc.</p> <p>Ai discenti dovrebbe essere consigliato di conoscere i tre principali tipi di canali mediatici per raggiungere il pubblico digitale: paid media, earned media e owned media.</p> <p>Inoltre, i discenti dovrebbero essere istruiti sulle attività di marketing fondamentali relative alle interazioni di marketing digitale, le cosiddette 7D del marketing digitale: obiettivi e strategia; pubblico; dispositivi; piattaforme; media; dati; tecnologia di marketing.</p> <p>Inoltre, i discenti dovrebbero conoscere gli obiettivi delle 5S del marketing digitale, come: vendere; parlare; servire, salvare, sfrigolare - come viene fornito il beneficio ed esempi di obiettivi tipici.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inizia definendo il marketing digitale e i suoi principi, come offrire nuove opportunità di marketing tecnologico basate su Internet e sulle comunicazioni mobili.</li> <li>2. Spiegare i vantaggi dell'applicazione delle tecnologie di comunicazione digitale per trasformare le aziende, come la promozione di metodi di marketing digitale come podcast, reel, storie, ottimizzazione della ricerca vocale/visiva, storytelling del marchio e altro ancora.</li> </ol>



3. Introdurre i due impatti principali della transizione al business digitale sulla redditività: potenziale di aumento delle entrate derivante da una maggiore portata verso gruppi di clienti più ampi, incl. vendite incrociate; e riduzione dei costi ottenuta attraverso la fornitura di servizi per via elettronica, incl. processi aziendali più efficienti, cicli più brevi, ecc.
4. Discutere con i tirocinanti i vantaggi intangibili del marketing digitale e della digitalizzazione in generale, come l'effetto sulla consapevolezza del marchio; comunicazioni di marketing e servizio clienti più reattivi; previsione e pianificazione; sviluppo più rapido del prodotto, ecc.
5. Spiegare i canali principali e come raggiungere un pubblico digitale e promuovere i prodotti OO e OO ai clienti tramite media a pagamento; media guadagnati e media posseduti..
6. Introdurre il concetto di marketing digitale, il suo scopo e le diverse attività di marketing relative alle interazioni del marketing digitale, come Le 7D del marketing digitale: obiettivi e strategia; pubblico; dispositivi; piattaforme; media; dati; tecnologia di marketing.
7. Adattare i contenuti del Modulo 4, Unità 4.4 (compresi altri esempi) per consentire ai tirocinanti una migliore comprensione delle iniziative relative ad attività di marketing digitale efficaci, dispositivi, tecnologia e strategia per il pubblico mirato, incl. focus su diversi canali, altre soluzioni digitali per il cross-selling, innovazioni nel campo della raccolta ed elaborazione dei dati - incl. Supporto e integrazione dell'intelligenza artificiale, ecc.
8. Discutere le sfide e gli ostacoli che i tirocinanti possono affrontare durante l'implementazione di una strategia di marketing digitale e l'importanza dell'innovazione nel superare queste sfide.
9. Evidenziare il ruolo e i vantaggi della realizzazione del marketing digitale: spiegare i 5 obiettivi del marketing digitale (vendere; parlare; servire, risparmiare, sfriggolare), come vengono forniti i vantaggi e fornire esempi di obiettivi tipici a cui mirare e misurare l'impatto .
10. Incoraggiare i tirocinanti a seguire e partecipare a iniziative locali e internazionali relative al marketing dei prodotti OO e OO, alla digitalizzazione dell'agricoltura biologica, come conferenze digitali e di marketing, webinar, fiere, vertici agricoli e commerciali, nonché a rivolgersi alle agenzie di



	<p>marketing e/o consulenza di marketing interna come attività inevitabili per il loro business sostenibile e la transizione alla digitalizzazione.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Esaminare i principi e i metodi del marketing digitale, compresi i suoi vantaggi e le tendenze; metodi come podcasting, reel, storie, ottimizzazione della ricerca vocale/visiva, storytelling del marchio e menzione delle limitazioni del marketing digitale.</li> <li>2. Discutere con i tirocinanti lo stato attuale e i vantaggi derivanti dall'applicazione delle tecnologie di comunicazione digitale per trasformare le aziende e i prodotti e servizi OO e OO, compresi gli impatti principali sulla redditività - potenziale di aumento delle entrate e riduzione dei costi, nonché Impatto immateriale sul marchio, su cura del cliente e dell'intera organizzazione e dei processi.</li> <li>3. Incoraggiare gli studenti a condurre ricerche indipendenti su argomenti relativi al marketing digitale e all'innovazione e a presentare i risultati alla lezione.</li> <li>4. Valutare criticamente l'efficacia delle iniziative di marketing digitale attualmente applicate dai tirocinanti e promuovere le innovazioni e la digitalizzazione, sottolineando il ruolo dei tirocinanti come innovatori.</li> <li>5. Esaminare i vari canali e il modo in cui i tirocinanti dovrebbero raggiungere un pubblico digitale e promuovere i prodotti OO e OO ai clienti tramite media a pagamento; media guadagnati e media posseduti.</li> <li>6. Analizzare le diverse attività di marketing relative alle interazioni del marketing digitale, come Le 7D del marketing digitale: obiettivi e strategia; pubblico; dispositivi; piattaforme; media; dati; tecnologia di marketing.</li> <li>7. Discutere il ruolo e i vantaggi della realizzazione del marketing digitale: evidenziare i 5 obiettivi del marketing digitale (vendere; parlare; servire, risparmiare, sfrigorare), come vengono forniti i vantaggi e fornire esempi di obiettivi tipici a cui mirare e misurare l'impatto .</li> <li>8. Adattare i contenuti del Modulo 4, Unità 4.4 (compresi altri esempi) ai tirocinanti avanzati e fornire materiali aggiuntivi su iniziative relative ad attività di marketing digitale efficaci, dispositivi, tecnologia e strategia per un pubblico mirato, incl. focus su diversi canali, altre soluzioni digitali per il cross-selling, innovazioni nel campo della raccolta ed elaborazione dei dati - incl. Supporto e integrazione</li> </ol>



	<p>dell'intelligenza artificiale, se necessario (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali, narratori, ricerche, campagne, cause, ecc.).</p> <p>9. Discutere il potenziale futuro del marketing digitale per l'agricoltura biologica e il ruolo dell'innovazione nel modellarne lo sviluppo.</p> <p>10. Incoraggiare i tirocinanti a partecipare a iniziative locali e internazionali relative al marketing dei prodotti OO e OO, alla digitalizzazione dell'agricoltura biologica, come conferenze sul digitale e sul marketing, webinar, fiere, summit sull'agricoltura e sul commercio, nonché a rivolgersi ad agenzie di marketing e/o o consulenza di marketing interna come attività inevitabili per il loro business sostenibile e la transizione alla digitalizzazione.</p>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Supporti visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le pratiche</li> <li>● Casi di studio di iniziative e campagne di marketing digitale e branding di successo che possono aiutare gli studenti a capire come applicare queste strategie in situazioni del mondo reale</li> <li>● Storytelling, buone pratiche ed esempi</li> <li>● Materiali EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico</li> <li>● Raggruppare i partecipanti in squadre per lavorare sugli esercizi (se applicabile)</li> <li>● Generare ma non dominare le discussioni, includere ad esempio l'uso di materiali tangibili, quiz su laptop/online e altri compiti relativi all'ambiente digitale nella bacheca Miro.</li> <li>● Attività di gioco di ruolo per simulare il processo decisionale e la risoluzione di problemi relativi al marketing digitale di prodotti OO e OO sostenibili e all'agricoltura biologica.</li> <li>● PowerPoint, interviste video, tutorial, presentazioni con immagini per illustrare concetti e idee chiave.</li> <li>● Discussioni in classe e attività di gruppo che incoraggiano gli studenti a collaborare e ad applicare ciò che hanno imparato</li> <li>● Dispense o fogli di lavoro che riassumono i punti chiave e offrono opportunità agli studenti di mettere in pratica le proprie competenze di marketing e digitali.</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 60 minuti</p>



## 4.5. Tecniche di comunicazione con - clienti e stakeholder

Argomento	Communication techniques with - customers and stakeholders
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti dovrebbero comprendere come le tecniche di comunicazione con i clienti e le parti interessate potrebbero migliorare il modo in cui commercializzano e vendono olive e olio d'oliva biologici, al fine di realizzare una strategia di comunicazione e marketing di successo come una combinazione di diversi approcci fondamentali e di traguardi raggiunti.</p> <p>Gli studenti dovrebbero anche essere consapevoli dell'importanza di un'identità di marca ben definita, di una chiara strategia di branding in particolare, di come comunicare questi prodotti unici e di generare benessere per l'intera realizzazione della produzione.</p> <p>Gli studenti dovrebbero essere informati di realizzare una revisione completa dello stile standard del mercato come: la creazione di un sito internet, il posizionamento sui social media, lo sviluppo di materiali stampati, l'utilizzo dei media audiovisivi, la definizione di azioni sui punti vendita, la partecipazione attiva alle fiere, inviti ad eventi culinari e link ai siti produttivi.</p> <p>Inoltre, gli studenti dovrebbero sapere che possono optare per diverse tecniche per strutturare una comunicazione efficiente verso i clienti e le parti interessate, ad esempio: influenzare le emozioni dei clienti e creare un "loyalty-loop"; concentrarsi sulla "Percezione - la 5a "P"; la tecnica dello Storytelling; aggiungere WOM e influencer, social media e presenza sul web; partecipazione a fiere e concorsi; il potere delle reti orizzontali.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Start by explaining "communication strategy" definition and fundamental communication principles, channels, techniques, tools, key actors and targeted audience as enablers for better marketing and sales of OO &amp; OO products and services.</li> <li>2. Discuss the challenges and obstacles facing organic products communicating with stakeholders and clients and the importance and existence of so called standard-market style communication like: internet site, social media positioning, printed materials development, audio-visual media usage, definition of points of sales actions, active participation in trade fairs culinary events and invitations and links to production sites.</li> <li>3. Explain the concept of branding and the importance of application of a well-defined brand identity, clear strategy in</li> </ol>



particular, on how to communicate OO & OO unique products and to generate well-being for the whole production realization.

4. Introduce and explain the different considerations & examples, ideas & techniques as an approach trainees to structure an efficient communication towards customers and stakeholders such as: to affect customers' emotions and create "loyalty-loop"; to focus on "Perception - the 5th "P"; to use the Storytelling; to add WOM & influencers, social media and web presence; to participate at fairs and competitions; the power of horizontal networks and perform active networking.
5. Encourage trainees to realize locally, initiatives related to full review of communication techniques currently in use, so that they can outline some gaps and focus on new approaches towards consumers who share certain characteristics and better meet the expectations of the stakeholders.
6. Provide feedback upon the completion of activities and exercises.
7. Explain to trainees the benefits of such new communication techniques application and how they affect the OO & OO consumption, based on specific experience, scenario and targeted market.
8. Discuss the challenges and obstacles and which techniques in their perspective can help promote sustainable and better OO & OO products market disruption and realization.
9. Explain the concept of communication strategy, differentiated for clients and stakeholders, and how it can help promote sustainable production.
10. Highlight some useful recommendations in promoting and communication such as: adopting different types of language for effective marketing messages, thus differentiated marketing programmes can be applied, based on analyzed clients' motivations/stimuli, perception of risks and information quality, customer retention and preferences for ways of olives and olives oil communication, which are inevitable for choosing the techniques and conduction of effective communication strategy towards consumers and establishment of fundamentals and OO & OO's principles.
11. Facilitate networking.



	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Encourage trainees to participate in local and international fairs and events related to organic agriculture, innovations and tools application or AI support that can be adopted.</li> <li>13. Encourage trainees to participate in local and international competitions related to OO &amp; OO where they can be awarded, and cause positive effects on: knowledge-sharing; build goodwill &amp; recognition, brand integrity and industry/sector norms.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentare i concetti e la terminologia tecnica di EcoOlives ai tirocinanti avanzati con esempi rilevanti per facilitare il processo di apprendimento su come migliorare le tecniche di comunicazione con le parti interessate e i clienti dei prodotti OO e OO.</li> <li>2. Discutere lo stato attuale e le sfide che devono affrontare i prodotti biologici e l'importanza della strategia di comunicazione in atto e la conoscenza dei produttori sulle tendenze del mercato, la percezione dei consumatori, le preferenze e la creazione di un circuito di fidelizzazione, le diverse tecniche e approcci di marketing digitale per superare queste sfide.</li> <li>3. Adattare i contenuti (compresi gli esempi) ai tirocinanti avanzati e incoraggiarli a realizzare a livello locale iniziative legate alla revisione completa delle tecniche di comunicazione in uso come: Storytelling, WOM e influencer, social media e presenza sul web; partecipazione a fiere e concorsi; esecuzione di reti attive ed espansione orizzontale della rete.</li> <li>4. Fornire materiali aggiuntivi sulle diverse tecniche di comunicazione, se necessario (riferimenti aggiuntivi, video, casi di studio locali, documentari).</li> <li>5. Incoraggiare gli studenti a condurre ricerche indipendenti su argomenti relativi al migliore posizionamento e realizzazione dei prodotti OO e OO sul mercato applicando diverse tecniche di comunicazione e programmi di marketing - per presentare i risultati alla classe.</li> <li>6. Fornire feedback al completamento delle attività e degli esercizi.</li> <li>7. Valutare criticamente l'efficacia delle tecniche e dei programmi di comunicazione attualmente applicati. Discutere le sfide, gli ostacoli e la strategia nella loro prospettiva può</li> </ol>



	<p>aiutare a promuovere l'interruzione e la realizzazione del mercato dei prodotti OO e OO sostenibili e migliori.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Discutere il potenziale futuro dei prodotti OO e OO, la strategia di comunicazione differenziata per clienti e parti interessate, il marketing digitale e l'applicazione delle innovazioni sul campo e il loro ruolo nel modellarne lo sviluppo.</li> <li>9. Analizzare con i tirocinanti il ruolo delle innovazioni, del marketing digitale, della valutazione a 360 gradi della soddisfazione e della promozione di una strategia di comunicazione sostenibile verso clienti e parti interessate e il suo impatto sul settore biologico.</li> <li>10. Facilitare il networking.</li> <li>11. Motivare e coinvolgere i tirocinanti per aumentare la partecipazione a iniziative locali legate all'agricoltura biologica, alle innovazioni, all'applicazione di nuove tecnologie e strumenti, piattaforme o supporto e interfaccia AI che possono essere utilizzati per personalizzare e presentare meglio i prodotti e servizi OO e OO.</li> <li>12. Incoraggiare i tirocinanti a partecipare a concorsi locali e internazionali relativi a OO e OO dove possono essere premiati e causare effetti positivi su: condivisione delle conoscenze; costruire buona volontà e riconoscimento, integrità del marchio e norme di settore/industria.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Supporti visivi, come infografiche e video, per illustrare i principi e le tecniche di comunicazione.</li> <li>● PowerPoint, Prezi, interviste video, tutorial, presentazioni con immagini per illustrare concetti e idee chiave.</li> <li>● Casi di studio di iniziative, eventi, concorsi, campagne e presentazioni di successo che possono aiutare gli studenti a comprendere come applicare queste tecniche in situazioni del mondo reale.</li> <li>● Storytelling, documentari - esempi di attività e pratiche di successo dell'agricoltura biologica con clienti e altre parti interessate; prevedere le preferenze dei consumatori e le tendenze future dei prodotti e servizi OO e OO.</li> <li>● Materiali EcoOlives per un'esperienza di apprendimento pratico.</li> <li>● Attività di gioco di ruolo per simulare il processo decisionale e la risoluzione dei problemi relativi alle tecniche di comunicazione con le parti interessate e i clienti dei prodotti OO e OO e dell'agricoltura biologica.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Raggruppare i partecipanti in squadre per lavorare sugli esercizi (se applicabile).</li> <li>● Attività ed esercizi di gruppo che coinvolgono gli studenti nell'esplorazione delle tecniche di comunicazione - le "cosa fare" e "non fare" con le parti interessate e le preferenze dei consumatori, come discussioni di gruppo, dibattiti e progetti di ricerca.</li> <li>● Discussioni in classe e attività di gruppo che incoraggiano gli studenti a collaborare e ad applicare ciò che hanno imparato (se applicabile).</li> <li>● Generare ma non dominare le discussioni, includere l'uso di materiali tangibili, quiz su laptop/online e altri compiti e preparazione di documenti.</li> <li>● Lavagna/lavagna e pennarelli/gessetti per illustrare concetti e idee chiave durante la lezione.</li> <li>● Dispense o fogli di lavoro che riassumono i punti chiave e offrono agli studenti l'opportunità di mettere in pratica le proprie capacità di marketing, vendita e comunicazione.</li> <li>● Database, fonte di informazioni su diversi prodotti OO e OO, eventi e concorsi futuri: date, struttura, requisiti e premi, ecc.</li> <li>● Lasciare ai partecipanti il tempo per il networking.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

### 4.6.1 Il processo di ricerca di marketing

<b>Argomento</b>	<b>Il processo di ricerca di mercato</b>
<b>Obiettivo</b>	<p>Gli studenti dovrebbero comprendere il processo di ricerca di mercato e la sua importanza nello sviluppo di strategie di marketing efficaci per un'azienda. Entro la fine dell'unità, gli studenti dovrebbero essere in grado di identificare le fasi coinvolte nel processo di ricerca di marketing, come l'identificazione del problema, lo sviluppo di un piano di ricerca, la raccolta e l'analisi dei dati e la presentazione dei risultati. Inoltre, gli studenti dovrebbero essere in grado di distinguere tra metodi di ricerca primaria e secondaria e comprendere i tipi di analisi che possono essere utilizzati per valutare i dati. In definitiva, gli studenti dovrebbero essere in grado di utilizzare le conoscenze acquisite da questi contenuti per creare un rapporto di ricerca che riassume i risultati e offra consigli per migliorare le strategie di marketing.</p>



<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Inizia spiegando le basi della ricerca di marketing e la sua importanza nel processo decisionale aziendale.</li><li>2. Sottolineare l'importanza di identificare il problema o la questione che deve essere affrontata nella ricerca di mercato.</li><li>3. Introdurre i diversi metodi di raccolta dei dati, come sondaggi, interviste e focus group.</li><li>4. Spiegare la differenza tra dati qualitativi e quantitativi e come vengono utilizzati nelle ricerche di mercato.</li><li>5. Insegnare i diversi tipi di analisi, come la ricerca esplorativa, descrittiva e causale.</li><li>6. Utilizzare esempi e casi di studio per aiutare gli studenti a comprendere come viene utilizzata la ricerca di marketing in scenari reali.</li><li>7. Incoraggiare gli studenti a porre domande e a partecipare alle discussioni in classe.</li><li>8. Assegnare progetti individuali o di gruppo per aiutare gli studenti a esercitarsi nella conduzione di ricerche di mercato.</li><li>9. Fornire feedback e supporto per aiutare gli studenti a migliorare le loro capacità di ricerca.</li></ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Inizia esaminando le basi della ricerca di marketing e la sua importanza nel processo decisionale aziendale.</li><li>2. Introdurre argomenti avanzati, come l'analisi dei big data e la modellazione predittiva, e spiegare come vengono utilizzati nelle ricerche di mercato.</li><li>3. Discutere i vantaggi e gli svantaggi dei diversi metodi di ricerca, inclusa la ricerca primaria e secondaria.</li><li>4. Insegnare tecniche avanzate di analisi dei dati, come l'analisi dei cluster e l'analisi di regressione.</li><li>5. Discutere come la ricerca di marketing può essere utilizzata per migliorare l'esperienza del cliente, la percezione del marchio e le prestazioni aziendali complessive.</li><li>6. Utilizzare casi di studio del mondo reale per aiutare gli studenti a comprendere come la ricerca di marketing può essere applicata in scenari aziendali complessi.</li><li>7. Incoraggiare gli studenti a impegnarsi nel pensiero critico e nella risoluzione dei problemi presentando loro domande di ricerca stimolanti.</li><li>8. Assegnare progetti di gruppo che richiedono agli studenti di sviluppare un piano completo di ricerche di mercato.</li><li>9. Fornire feedback e supporto per aiutare gli studenti a sviluppare capacità di ricerca avanzate.</li></ol>



<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagne o lavagne a fogli mobili per ausili visivi durante le lezioni o le sessioni di brainstorming.</li> <li>● Software di presentazione come PowerPoint o Presentazioni Google per la creazione di rapporti di ricerca e presentazioni.</li> <li>● Strumenti online per la creazione di sondaggi e l'analisi dei dati, come SurveyMonkey o Qualtrics</li> <li>● Simulazioni o giochi di ricerche di mercato per rafforzare l'apprendimento in modo divertente e interattivo. Discussioni in classe e attività di gruppo che incoraggiano gli studenti a collaborare e ad applicare ciò che hanno imparato.</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 60 minuti

#### 4.6.2 Analisi dei casi di studio

<b>Argomento</b>	<b>Study cases analysis</b>
<b>Obiettivo</b>	<p>L'unità si aspetta che gli studenti comprendano l'importanza di strategie di marketing efficaci nella promozione e nella vendita di prodotti in un mercato competitivo. Sottolinea la necessità di comunicare al consumatore il valore di un prodotto, non solo la sua qualità intrinseca, ma anche la qualità percepita dal mercato. L'unità suggerisce inoltre vari modi per differenziare e promuovere un prodotto, come l'imballaggio personalizzato, le etichette informative sulla bottiglia e la fornitura di contenuti pertinenti e di valore al consumatore. In definitiva, il testo si propone di guidare gli studenti nello sviluppo delle proprie strategie di marketing aggiungendo valore ai propri prodotti e differenziandosi dalla concorrenza.</p>
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inizia introducendo il concetto di marketing e la sua importanza nella promozione dei prodotti.</li> <li>2. Definire il pubblico target e la necessità di differenziazione dalla concorrenza.</li> <li>3. Spiegare l'importanza di comunicare al cliente la qualità del prodotto e come questa influisce sulle sue decisioni di acquisto.</li> <li>4. Discutere le varie strategie di marketing che possono essere utilizzate per far risaltare un prodotto sul mercato.</li> <li>5. Utilizzare esempi di campagne di marketing di successo per illustrare i concetti.</li> </ol>



	<p>6. Incoraggiare gli studenti a scambiare idee per commercializzare i propri ipotetici prodotti.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniziare con un ripasso delle basi del marketing e dell'identificazione del pubblico target.</li> <li>2. Discutere le varie strategie che le aziende utilizzano per differenziarsi dai concorrenti.</li> <li>3. Concentrarsi sull'importanza di una comunicazione efficace della qualità del prodotto e sul ruolo che gioca nelle decisioni di acquisto dei clienti.</li> <li>4. Analizzare le campagne di marketing di successo e discutere i fattori chiave che hanno contribuito al loro successo.</li> <li>5. Incoraggiare gli studenti ad applicare le loro conoscenze per sviluppare le proprie strategie di marketing per prodotti esistenti o ipotetici.</li> <li>6. Condurre studi di casi di campagne di marketing di successo e infruttuose e incoraggiare l'analisi critica e la valutazione delle strategie impiegate.</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagne e pennarelli: le lavagne sono ottime per sessioni di brainstorming di gruppo in cui le idee possono essere scritte e discusse.</li> <li>● Lavagne a fogli mobili: simili alle lavagne, le lavagne a fogli mobili possono essere utilizzate per esporre idee e tenere traccia dei progressi compiuti durante il lavoro di gruppo.</li> <li>● Post-it: questi piccoli foglietti adesivi possono essere utilizzati per annotare idee e attaccarle su un muro o una lavagna affinché tutti possano vederle e discuterne.</li> <li>● Schede: le schede sono un ottimo strumento per organizzare le informazioni e possono essere utilizzate per varie attività di gruppo, come l'ordinamento e la classificazione delle idee.</li> <li>● Scenari e casi di studio: scenari e casi di studio possono essere utilizzati per incoraggiare la discussione di gruppo e la risoluzione dei problemi. Questi materiali possono assumere la forma di scenari scritti, video o attività di gioco di ruolo.</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 60 minuti</p>



## Modulo 5 - Sostenibilità e certificazione

<b>Riassunto del modulo</b>	<p><b>Il modulo 5 approfondisce l'impatto dei diversi processi di agricoltura biologica sull'ambiente, le modalità di utilizzo dei residui colturali e, infine, i processi di certificazione delle olive e dell'olio d'oliva biologici.</b></p> <p><b>Durante il modulo verranno esaminati alcuni aspetti come l'igiene, la prevenzione della sicurezza, i prodotti secondari e le direttive e regolamenti UE.</b></p>
<b>Obiettivi del modulo</b>	<p>Capire come utilizzare al meglio le proprie colture rispettando il più possibile l'ambiente. Conoscere <u>le certificazioni e le normative sulla produzione biologica e sull'etichettatura dei prodotti biologici</u></p>
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conoscere / Comprendere / Identificare / Riconoscere le diverse certificazioni e normative sulla produzione biologica e sull'etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>● Essere in grado di mantenere l'azienda agricola biologica in modo rispettoso dell'ambiente.</li> <li>● Essere in grado di identificare i prodotti secondari e comprendere come riutilizzarli.</li> </ul>
<b>Durata del modulo</b>	<p>Approximately 2 hours</p>
<b>Materiale necessario</b>	<p>Whiteboard/flipchart, paper pads and notepads for participants, markers, projector, laptop/PC, internet connection, small glass containers with the different varieties of olives available locally (in the eras when they are available), small copies of the equipment used in the olive growing stages-if available, printed materials of the case studies contained in the EcoOlives platform curriculum.</p>

### Unità 5.1: Pulizia e sanificazione degli impianti

<b>Argomento</b>	<p><b>Scopri l'importanza della pulizia, della manutenzione e dell'impatto ambientale nella produzione alimentare, concentrandoti sulle pratiche corrette</b></p>
------------------	---



<b>Obiettivo</b>	Scopri la pulizia, la manutenzione e l'impatto ambientale in relazione alla produzione alimentare, in particolare nel contesto della sicurezza alimentare e della qualità dei prodotti agricoli.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Introdurre il concetto di pulizia e igiene nella produzione alimentare ed evidenziarne l'importanza per garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti.</li><li>2. Spiegare i rischi associati a una cattiva gestione della pulizia e dei servizi igienico-sanitari nel processo di produzione alimentare.</li><li>3. Presentare adeguate pratiche di pulizia e sanificazione in tutte le fasi, dal campo al mercato, sottolineando i punti critici in cui possono verificarsi contaminazione e diffusione di microrganismi dannosi.</li><li>4. Descrivere il ruolo dei disinfettanti e la loro incorporazione nelle pratiche di pulizia e lavaggio per prevenire il trasferimento di agenti patogeni di origine alimentare.</li><li>5. Spiegare le raccomandazioni e le normative specifiche per la produzione biologica riguardanti l'uso di disinfettanti e prodotti chimici, sottolineando la limitazione del loro utilizzo e le condizioni stabilite dal regolamento.</li><li>6. Discutere le preoccupazioni relative agli effetti ambientali e alla tossicità dei disinfettanti e promuovere l'uso di metodi alternativi ove possibile.</li></ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Condurre una revisione completa degli attuali principi e pratiche di pulizia e igiene nella produzione alimentare.</li><li>2. Analizzare le sfide specifiche affrontate dai professionisti nel campo della pulizia e dell'igiene in relazione alla qualità e alla sicurezza degli alimenti.</li><li>3. Esplorare in dettaglio i disinfettanti e altri prodotti chimici utilizzati nell'industria alimentare, compresa la loro classificazione, tossicità ed effetti sugli organismi e sull'ambiente.</li><li>4. Esaminare le linee guida e le normative attuali, sia a livello nazionale che internazionale, per l'uso di disinfettanti e sostanze chimiche nella produzione alimentare.</li></ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Presentare casi di studio ed esempi di buone pratiche di pulizia e igiene in diversi contesti di produzione alimentare.</li> <li>6. Analizzare le tecnologie emergenti e gli approcci innovativi nella pulizia e nell'igiene, come la disinfezione con luce ultravioletta, l'ozonizzazione e la nanotecnologia.</li> <li>7. Incoraggiare la discussione e lo scambio di esperienze tra i professionisti e promuovere la collaborazione per migliorare le pratiche di pulizia e igiene nell'industria alimentare.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Approximately 15 minutes

### 5.1.2 Ridurre al minimo l'impatto ambientale

<b>Argomento</b>	<b>Minimizzazione dell'impatto ambientale nell'agricoltura biologica.</b>
<b>Obiettivo</b>	Scopri le misure e le azioni che devono essere intraprese nell'agricoltura biologica per ridurre al minimo l'impatto ambientale. I tirocinanti apprenderanno il divieto di alcuni prodotti sintetici, l'uso limitato di input esterni e gli effetti positivi che l'agricoltura biologica ha sull'ambiente.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione all'agricoltura biologica e ai suoi principi.</li> <li>2. Spiegazione delle norme e dei regolamenti relativi alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>3. Discussione sul divieto dei prodotti di sintesi e sull'uso limitato di input esterni.</li> <li>4. Esplorazione di pratiche sostenibili per mantenere la salute del suolo, degli ecosistemi e delle persone.</li> </ol>



	<p>5. Mostra degli effetti positivi dell'agricoltura biologica sull'ambiente, sul clima, sulla biodiversità, sul benessere degli animali, sul reddito degli agricoltori e sullo sviluppo rurale.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisione dei fondamenti dell'agricoltura biologica e della sua importanza nel ridurre al minimo l'impatto ambientale.</li> <li>2. Analisi dettagliata delle norme e dei regolamenti attuali relativi alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>3. Casi di studio ed esempi di buone pratiche nell'agricoltura biologica per ridurre l'impatto ambientale.</li> <li>4. Esplorazione di tecniche avanzate di gestione del suolo, controllo dei parassiti e fertilizzazione in agricoltura biologica.</li> <li>5. Studio di tecnologie e metodologie innovative che promuovano la sostenibilità nell'agricoltura biologica.</li> <li>6. Discussione sui benefici economici, sociali e ambientali dell'agricoltura biologica e sul suo ruolo nello sviluppo sostenibile. Chiedere ai SS di raccontare quali caratteristiche e priorità li hanno orientati nella loro esperienza nella selezione di cultivar e piante da trapiantare</li> </ol>
<p><b>Risorse e materiali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<p><b>Durata stimata</b></p>	<p>Circa 10 minuti</p>

### 5.1.3 – Prevenzione degli incendi e altre misure di sicurezza



Argomento	Prevenzione incendi e altre misure di sicurezza
<b>Obiettivo</b>	Scopri le linee guida e le raccomandazioni per prevenire gli incendi e garantire la sicurezza nelle costruzioni per l'agricoltura. Le persone che ricevono la formazione apprenderanno le misure di protezione strutturale, le attrezzature antincendio, i sistemi di allarme, l'evacuazione, l'approvvigionamento idrico e la formazione necessaria per la protezione antincendio in campo agricolo.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione all'importanza della prevenzione incendi negli edifici agricoli.</li> <li>2. Spiegazione della Confederazione delle associazioni di protezione antincendio in Europa (CFPA E) e del suo ruolo nel facilitare e supportare le attività di protezione antincendio.</li> <li>3. Identificazione dei comuni rischi di incendio negli edifici agricoli e la loro relazione con materiali, attrezzature e stoccaggio infiammabili.</li> <li>4. Presentazione delle linee guida per la protezione strutturale, come la pianificazione delle zone di sicurezza tra gli edifici e l'uso di adeguate attrezzature per la lotta antincendio.</li> <li>5. Discussione sui sistemi di allarme, evacuazione sicura e misure di prevenzione per evitare l'inizio di incendi.</li> <li>6. Informazioni sulle cause più comuni di incendi nelle aziende agricole, come guasti agli impianti elettrici, alle apparecchiature meccaniche, al riscaldamento e al lavoro con il fuoco.</li> <li>7. Introduzione all'importanza della formazione sulla protezione antincendio per gli agricoltori e i loro dipendenti.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisione dettagliata delle linee guida e delle raccomandazioni della Confederazione delle associazioni di protezione antincendio in Europa (CFPA E) nel contesto degli edifici agricoli.</li> <li>2. Analisi di casi studio ed esempi di buone pratiche in materia di prevenzione incendi e sicurezza negli edifici agricoli.</li> <li>3. Esplorazione della normativa nazionale relativa alla protezione antincendio in campo agricolo e sua applicazione.</li> <li>4. Studio di tecniche avanzate di protezione strutturale, quali compartimentazioni, zone di sicurezza e adeguati sistemi di ventilazione.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Analisi di sistemi di allarme, metodi di rilevazione precoce e tecnologie innovative nella protezione antincendio in agricoltura.</li> <li>6. Considerazioni specifiche sull'approvvigionamento idrico per la lotta agli incendi in ambienti agricoli e coordinamento con i servizi di soccorso.</li> <li>7. Sviluppo di programmi di formazione e sensibilizzazione sulla protezione antincendio adattati alle esigenze e alle condizioni delle aziende agricole.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 15 minuti

## Unità 5.2 : Prodotti secondari.

### 5.2.1 Recupero e riutilizzo dei sottoprodotti derivati dall'olio d'oliva

<b>Argomento</b>	<b>Recupero e riutilizzo dei sottoprodotti derivati dall'olio di oliva.</b>
<b>Obiettivo</b>	Scopri il recupero e la valorizzazione dei sottoprodotti generati nella produzione dell'olio d'oliva, concentrandoti sull'ottenimento di composti ad alto valore aggiunto, come tirosolo, idrossitirosolo, oleocantale, oleuropeina, ligustroside, squalene, acidi grassi, tra gli altri. Le persone che riceveranno la formazione apprenderanno le tecnologie di estrazione e caratterizzazione di questi sottoprodotti, nonché la loro applicazione nell'industria alimentare e farmaceutica.



<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione all'importanza del recupero e riutilizzo dei sottoprodotti derivati dall'olio di oliva.</li> <li>2. Presentazione delle opportunità di valorizzazione di questi sottoprodotti e di ottenimento di composti ad alto valore aggiunto.</li> <li>3. Descrizione delle tecnologie di estrazione verde (PLE, SFE, ecc.) utilizzate per recuperare i composti biologicamente attivi presenti nei sottoprodotti.</li> <li>4. Discussione sull'importanza di caratterizzare i composti recuperati e conoscenza delle loro proprietà biologiche e meccanismi d'azione.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisione dettagliata delle tecnologie di estrazione e caratterizzazione utilizzate per il recupero di composti preziosi dai sottoprodotti dell'olio d'oliva.</li> <li>2. Analisi degli avanzamenti della ricerca e sviluppo legati al recupero di questi sottoprodotti e all'ottenimento di composti ad alto valore aggiunto.</li> <li>3. Studio delle proprietà biologiche e dei meccanismi d'azione dei composti recuperati e loro applicazione nell'industria alimentare e farmaceutica.</li> <li>4. Analisi delle politiche e degli approcci di economia circolare applicati al riutilizzo dei sottoprodotti dell'olio di oliva.</li> <li>5. Discussione sulle tendenze future e sulle opportunità nel recupero e riutilizzo dei sottoprodotti derivati dall'olio di oliva.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	Circa 10 minuti

## 5.2.2 Acque reflue



<b>Argomento</b>	<b>Acque reflue generate durante l'estrazione dell'olio d'oliva.</b>
<b>Obiettivo</b>	Scopri il trattamento e la gestione delle acque reflue generate durante il processo di estrazione dell'olio d'oliva, concentrandoti sul caso specifico delle acque reflue note come "Acque reflue dei frantoi" (OMWW). Le persone che riceveranno la formazione conosceranno la composizione delle acque reflue dei frantoi, le loro proprietà fertilizzanti e le sfide legate al loro smaltimento a causa della presenza di sostanze fitotossiche e biotossiche.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione alle acque reflue generate durante l'estrazione dell'olio d'oliva e alla loro importanza in termini di quantità e composizione.</li> <li>2. Descrizione della composizione di base delle acque reflue dei frantoi, compreso il contenuto di acqua, i composti organici e inorganici.</li> <li>3. Spiegazione delle proprietà fertilizzanti delle acque reflue dei frantoi</li> <li>4. Presentazione delle sfide legate allo smaltimento delle acque reflue dei frantoi a causa della presenza di sostanze fitotossiche e biotossiche.</li> <li>5. Discussione sulla biodegradabilità delle acque reflue dei frantoi e sulla loro idoneità come fertilizzante o acqua di irrigazione.</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisi dettagliata della composizione delle acque reflue dei frantoi e della sua variabilità in funzione di vari parametri.</li> <li>2. Studio delle proprietà fertilizzanti delle acque reflue dei frantoi e del loro potenziale utilizzo come fertilizzante a basso costo e abbondantemente disponibile.</li> <li>3. Analisi delle sostanze fitotossiche e biotossiche presenti negli scarichi dei frantoi e loro effetti sullo smaltimento e riutilizzo delle acque reflue.</li> <li>4. Revisione delle tecniche di trattamento e depurazione utilizzate per eliminare le sostanze fitotossiche e biotossiche dalle acque reflue dei frantoi.</li> <li>5. Esplorazione di alternative sostenibili per la gestione delle acque reflue dei frantoi, come l'uso di processi di trattamento biologico o l'applicazione di tecniche di recupero energetico.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	i

## 5.3 Certificazione

### 5.3.1 – Certificazioni biologiche, bio ed ecologiche: analogie e differenze

<b>Argomento</b>	<b>Certificazioni biologiche, bio ed ecologiche: analogie e differenze</b>
<b>Obiettivo</b>	Spiegare le somiglianze e le differenze tra le certificazioni organiche, biologiche ed ecologiche e fornire una chiara comprensione dei requisiti e degli standard associati a ciascuna. I lettori impareranno a distinguere tra questi termini e a capire come sono regolati e applicati nell'Unione Europea.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione alle certificazioni biologiche, bio ed ecologiche e alla loro importanza nel mercato dei prodotti sostenibili.</li> <li>2. Spiegazione del termine "eco" e sua mancanza di una regolamentazione legale esplicita.</li> <li>3. Descrizione delle certificazioni biologiche e loro attenzione alla produzione senza l'uso di pesticidi sintetici, fertilizzanti chimici, organismi geneticamente modificati (OGM) e additivi artificiali.</li> <li>4. Presentazione della certificazione biologica rilasciata da un organismo di controllo accreditato e utilizzo del logo o dell'etichetta biologica UE sui prodotti.</li> <li>5. Spiegazione del termine "bio".</li> </ol>
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	1. Analisi dettagliata dei requisiti e degli standard associati alle certificazioni biologiche, biologiche ed ecologiche nell'Unione Europea.



	<p>2. Esplorazione dei processi di certificazione e accreditamento delle certificazioni biologiche e biologiche, compresa la partecipazione di organismi di controllo accreditati e della legislazione UE.</p> <p>3. Confronto dei criteri utilizzati nelle certificazioni bio e bio, sottolineando le differenze nell'uso di pesticidi, fertilizzanti chimici, organismi geneticamente modificati e altri additivi artificiali.</p> <p>4. Discussione sui vantaggi e sui limiti delle certificazioni biologiche, bio ed ecologiche, sia per i produttori che per i consumatori.</p> <p>5. Analisi delle attuali tendenze del mercato dei prodotti biologici, bio ed ecologici e del loro impatto sulle scelte dei consumatori e sulle strategie commerciali delle aziende.</p>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	15 minuti

### 5.3.2 Direttive della Commissione europea

<b>Argomento</b>	<b>Norme e standard per l'olio d'oliva e la produzione biologica.</b>
<b>Obiettivo</b>	Spiegare le normative e gli standard associati al commercio dell'olio d'oliva e alla produzione biologica, concentrandosi sulle



	<p>normative dell'Unione Europea e sull'importanza della certificazione biologica.</p> <p>Acquisiranno informazioni sui requisiti e sui controlli necessari per il commercio di olio d'oliva e la produzione biologica, nonché sulle misure per garantire la qualità e l'integrità dei prodotti.</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione alle normative e agli standard applicabili al commercio dell'olio d'oliva, tra cui l'Unione Europea, il Consiglio oleicolo internazionale e il Codex Alimentarius.</li> <li>2. Spiegazione della normativa dell'Unione Europea per l'olio d'oliva, riguardante le caratteristiche fisiche, chimiche e organolettiche, nonché i metodi di analisi.</li> <li>3. Descrizione del regolamento biologico dell'Unione Europea (Regolamento 2018/848) e del suo campo di applicazione nella produzione ed etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>4. Presentazione del sistema di certificazione ufficiale per gli operatori (produttori, trasformatori e distributori) che desiderano ottenere la certificazione biologica.</li> <li>5. Spiegazione dei principi della produzione biologica, che includono il rispetto dei sistemi naturali, il mantenimento della salute del suolo, dell'acqua e dell'aria, l'esclusione degli organismi geneticamente modificati e l'uso responsabile delle risorse naturali.</li> <li>6. Informazioni sui requisiti dell'agricoltura biologica in termini di fertilità del suolo, diversità genetica, selezione delle varietà vegetali e allevamento degli animali.</li> </ol>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisi dettagliata delle normative e degli standard stabiliti dall'Unione Europea per il commercio dell'olio d'oliva e della produzione biologica.</li> <li>2. Esplorazione delle differenze tra la normativa dell'Unione Europea e gli standard del Consiglio Oleicolo Internazionale in materia di commercio dell'olio d'oliva.</li> <li>3. Discussione sul Regolamento 2018/848 dell'Unione Europea e il suo impatto sulla produzione biologica e sull'etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>4. Analisi dei controlli ufficiali e delle misure di conformità stabilite per garantire l'integrità dei prodotti biologici e prevenire le frodi.</li> </ol>



	<p>5. Valutazione dei requisiti e delle procedure per l'importazione di prodotti biologici da paesi esterni all'Unione Europea.</p> <p>6. Esplorazione delle implicazioni e dei benefici della certificazione biologica per produttori, trasformatori e consumatori, nonché l'impatto sulla fiducia dei consumatori e sulla promozione del logo biologico dell'Unione Europea.</p>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	30 minuti

### 5.3.3 Etichettatura

<b>Argomento</b>	<b>L'uso del logo biologico dell'Unione Europea nell'etichettatura dei prodotti biologici.</b>
<b>Obiettivo</b>	Spiegare le normative e i requisiti associati all'uso del logo biologico dell'Unione Europea sull'etichettatura dei prodotti biologici. I lettori apprenderanno le condizioni che i prodotti devono soddisfare per portare il logo, come deve essere visualizzato sull'etichetta e quando il suo utilizzo è vietato.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduzione al logo biologico dell'Unione Europea e alla sua importanza nell'identificazione dei prodotti biologici.</li> <li>2. Spiegazione delle condizioni che i prodotti devono soddisfare per portare il logo, inclusa la certificazione da parte di un'agenzia o entità di controllo autorizzata.</li> <li>3. Descrizione dei requisiti per il contenuto di ingredienti biologici nei prodotti (almeno il 95%) e condizioni aggiuntive per il restante 5%.</li> <li>4. Informazioni sulla visualizzazione del logo.</li> <li>5. Spiegazione del carattere obbligatorio del logo nella maggior parte dei prodotti biologici preconfezionati e della possibilità facoltativa di utilizzo negli altri casi.</li> </ol>



<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	<p>6. Descrizione delle restrizioni sull'utilizzo del logo,</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisi dettagliata delle normative e dei requisiti per l'uso del logo biologico dell'Unione Europea nell'etichettatura dei prodotti biologici.</li> <li>2. Esplorazione dei criteri e dei processi di certificazione necessari affinché i prodotti possano fregiarsi del logo.</li> <li>3. Discussione sulle rigorose condizioni per il contenuto di ingredienti biologici nei prodotti (almeno il 95%) e sulle misure aggiuntive per il restante 5%.</li> <li>4. Informazioni sui requisiti di visualizzazione del logo, comprese le dimensioni minime e la combinazione di colori standard.</li> <li>5. Analisi dei casi in cui l'uso del logo è consentito e non consentito, come prodotti importati, prodotti non preconfezionati e prodotti in periodo di conversione.</li> <li>6. Valutazione delle implicazioni e dei benefici del logo biologico dell'Unione Europea per produttori, trasformatori e consumatori, compresa la fiducia dei consumatori e la promozione di autentici prodotti biologici.</li> </ol>
<b>Risorse e materiali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lavagna/lavagna a fogli mobili</li> <li>● blocchi cartacei/bloc notes per i partecipanti</li> <li>● marcatori</li> <li>● computer portatile/PC</li> <li>● proiettore</li> <li>● Presentazione in PowerPoint</li> </ul>
<b>Durata stimata</b>	15 minuti

## Modulo 6 – Gli oliveti come parte del patrimonio culturale nazionale

<b>Titolo Modulo</b>	<b>Gli oliveti come parte del patrimonio culturale nazionale</b>
<b>Riassunto del modulo</b>	Il modulo 6 approfondisce la storia, la cultura, le preferenze e le specificità nazionali della produzione di olio d'oliva. Durante il modulo verranno passate in rassegna le principali tendenze nel corso della storia dell'olio d'oliva e individuate le principali aree di



	<p>produzione. Inoltre, verrà brevemente esaminato l'aspetto culturale e verranno delineate le preferenze a livello generale e specifico del paese partner. Infine, verranno presentati brevi casi di studio di agriturismo dai paesi partner di Spagna, Italia, Portogallo, Cipro, Bulgaria e Germania.</p>
<b>Obiettivi del modulo</b>	<p>L'obiettivo principale dell'unità è comprendere il valore storico dell'olio d'oliva per la nostra società e il modo in cui il suo utilizzo si è diffuso nel corso dei tempi, i cambiamenti sociali e la formazione della cultura dell'olio d'oliva dei tempi attuali;</p>
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<p>Al termine di questo modulo:</p> <p>Conoscenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprendere la vasta storia della produzione di olio d'oliva nel corso dei secoli</li> <li>● Riconoscere i periodi chiave della storia dell'olio d'oliva</li> <li>● Comprendere come l'olio d'oliva si collega al patrimonio culturale</li> <li>● Identificare come le preferenze per l'olio d'oliva sono cambiate nel tempo</li> <li>● Comprendere le realtà internazionali dell'olio d'oliva</li> </ul> <p>Competenze e abilità::</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Essere in grado di cogliere le tendenze generali della storia dell'olio d'oliva dall'età del Bronzo all'età moderna;</li> <li>● Essere in grado di comprendere e distinguere le differenze culturali della produzione e del consumo di olio d'oliva nelle diverse regioni;</li> <li>● Essere in grado di distinguere tra le abitudini di produzione e consumo di olio d'oliva;</li> </ul>
<b>Durata del modulo</b>	240 minuti
<b>Materiale necessario</b>	

## Unità 6.1: Introduzione

	<b>6.1.1</b>	<b>6.1.2</b>
<b>Argomento</b>	Gli oli d'oliva attraverso i secoli	Cultura e preferenze petrolifere (abitudini)
<b>Obiettivo</b>	Introdurre gli studenti alla storia dell'olio d'oliva	Introdurre gli studenti agli usi dell'olio d'oliva e ai



		cambiamenti nelle preferenze per l'uso dell'olio d'oliva
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento avviando una discussione con gli studenti su ciò che sanno della storia dell'olio d'oliva.	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento avviando una discussione con gli studenti su a cosa serve l'olio d'oliva.
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	Nessuno	Dopo la presentazione gli studenti hanno potuto discutere le possibilità dell'olio d'oliva secondo la loro prospettiva
<b>Risorse e materiali</b>	Proiettore, video (breve storia dell'olio d'oliva su YouTube, ad esempio)	proiettore
<b>Durata stimata</b>		30 minuti

## Unità 6.2. Cultura dell'olio d'oliva biologico specifica per il paese

	<b>6.2.1.</b>	<b>6.2.2.</b>	<b>6.2.3.</b>	<b>6.2.4.</b>	<b>6.2.5</b>	<b>6.2.6</b>
<b>Argomento</b>	Spagna	Italia	Bulgaria	Cipro	Portogallo	Germania
<b>Obiettivo</b>	Presentare lo studente all'industria e alle statistiche dell'olio d'oliva spagnolo	Introdurre lo studente all'industria e alle statistiche dell'olio d'oliva italiano	Presentare lo studente all'industria e alle statistiche dell'olio d'oliva bulgaro	Presentare lo studente all'industria e alle statistiche dell'olio d'oliva cipriota	Presentare lo studente all'industria e alle statistiche dell'olio d'oliva portoghese	Presentare lo studente all'industria e alle statistiche tedesche dell'olio d'oliva



<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione sul perché e come il Paese è uno dei principali produttori di olio d'oliva al mondo</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione sul perché e come il Paese è uno dei principali produttori di olio d'oliva al mondo</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento come un caso di studio di un produttore di olio d'oliva meno conosciuto</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione sul perché e come il Paese è uno dei principali produttori di olio d'oliva al mondo</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione sul perché e come il Paese è uno dei principali produttori di olio d'oliva al mondo</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare l'argomento dalla prospettiva di un paese non olivicolo, ma come uno dei principali consumatori</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<p>Il formatore dovrebbe avviare una discussione su quali sono i vantaggi e i difetti del mercato rispetto ad altri paesi</p>	<p>Il formatore dovrebbe avviare una discussione su quali sono i vantaggi e i difetti del mercato rispetto ad altri paesi</p>	<p>il formatore dovrebbe avviare una discussione su come il paese potrebbe migliorare i propri numeri di</p>	<p>Il formatore dovrebbe avviare una discussione su quali sono i vantaggi e i difetti del mercato rispetto ad altri paesi</p>	<p>Il formatore dovrebbe avviare una discussione su quali sono i vantaggi e i difetti del mercato rispetto ad altri paesi</p>	<p>Il formatore dovrebbe avviare una discussione sul motivo per cui il paese è un attore importante nel mercato dell'olio d'oliva</p>



			produzione			
<b>Risorse e materiali</b>	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore
<b>Durata stimata</b>	10 minuti					

### Unità 6.3. Agriturismo

	6.2.1.	6.2.2.	6.2.3.	6.2.4.	6.2.5	6.2.6
<b>Argomento</b>	Spagna	Italia	Bulgaria	Cipro	Portogallo	Germania
<b>Obiettivo</b>	Presentare lo studente al caso di studio spagnolo nell'agroturismo	Presentare lo studente al caso di studio italiano nell'agroturismo	Presentare lo studente al caso di studio bulgaro nell'agroturismo	Presentare lo studente al caso di studio cipriota nell'agroturismo	Presentare lo studente al caso di studio portoghese nell'agroturismo	Presentare lo studente al caso di studio tedesco nell'agroturismo
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il	Il formatore dovrebbe presentare l'argomento sullo schermo e avviare una discussione su quali sono i pro e i contro dello studio (cosa porta il



	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)	caso di studio al produttore, al visitatore, ecc.)
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente	Il formatore dovrebbe avviare una discussione su come questo caso esemplificativo potrebbe (o se dovrebbe) essere replicato nell'ambiente dello studente
<b>Risorse e materiali</b>	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore	Proiettore
<b>Durata stimata</b>	20 minuti					



## Modulo 7 – Conclusione e Valutazione

<b>Riassunto del modulo</b>	The final module is intended to walk the learners through the process of a business plan creation and the evaluation process after completion of the course.
<b>Obiettivi del modulo</b>	The two main objectives of the module are to create a business plan and to evaluate the progress after completion of the EcoOlives Course
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<p>Upon completion of this Module you will:</p> <p>Knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● be aware of the benefits of creating a business plan</li> <li>● know the factors that may influence business planning</li> <li>● recognize the progress made during the EcoOlives course</li> </ul> <p>Competences and skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● be able to prepare and execute a business plan</li> <li>● be capable of self evaluating your progress of the EcoOlives Course</li> </ul>
<b>Durata del modulo</b>	210 mins
<b>Materiale necessario</b>	

### Unità 7.1: Progettare un piano aziendale

	<b>7.1.1</b>	<b>7.1.2</b>	<b>Allegati</b>
<b>Argomento</b>	Introduzione al piano aziendale	I sette sottopiani	Allegati
<b>Obiettivo</b>	Lo scopo di questa lezione è introdurre gli studenti all'attività di business plan	Lo scopo di questa lezione è quello di approfondire i 7 sottoargomenti del business plan	Mettere in pratica il business plan



<p><b>Linee guida per i gruppi di principianti</b></p>	<p>Presentare le basi del concetto allo studente utilizzando strumenti di presentazione. Il principiante dovrebbe essere introdotto all'argomento e dato tempo per discutere perché è necessario e perché dovrebbero prendere in considerazione l'idea di realizzarlo.</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare agli studenti i 7 sottopiani in modo completo passo dopo passo ed essere pronto a rispondere alle domande</p>	<p>I formatori dovrebbero presentare gli allegati/modelli e spiegare ai partecipanti cosa sono e a cosa sono destinati</p>
<p><b>Linee guida per i gruppi avanzati</b></p>	<p>Per i gruppi più avanzati si potrebbero omettere le definizioni di base andando invece più in profondità al tema dei benefici del business plan, includendo letture aggiuntive.</p>	<p>Il formatore dovrebbe presentare le linee generali dei 7 sottopiani e avviare una discussione sui vantaggi e sugli svantaggi dei sottopiani e sull'eventuale necessità di apportare eventuali aggiunte specifiche.</p>	<p>Per gli utenti più avanzati, il formatore dovrebbe accompagnare gli studenti attraverso il processo di completamento di un business plan, discutere sugli aspetti più specifici e pianificare una tempistica di completamento. Alla fine della sessione, gli studenti dovrebbero avere un'idea più o meno astratta del proprio piano aziendale.</p>



<b>Risorse e materiali</b>	Proiettore	Proiettore	Proiettore, dispense degli allegati
<b>Durata stimata</b>	30 minuti	60 minuti	60 minuti

## Unità 7.2 – Valutazione e verifica

	<b>7.2.1</b>	<b>7.2.2</b>
<b>Argomento</b>	Domande di autovalutazione/a risposta aperta	Domande di autovalutazione/scelta multipla
<b>Obiettivo</b>	Lo scopo di questo esercizio è che gli studenti autovalutino i propri progressi in termini di come vedono i vantaggi e i limiti della formazione	Lo scopo di questo esercizio è verificare l'assorbimento delle informazioni del corso di formazione EcoOlives e ottenere la certificazione di completamento.
<b>Linee guida per i gruppi di principianti</b>	Il formatore dovrebbe presentare le domande e avviare una discussione aperta con i tirocinanti sulle domande.	Il formatore dovrebbe distribuire le domande del test. Il processo dovrebbe essere completato tramite la piattaforma, ma è possibile stampare le domande per la revisione individuale. In caso di domande stampate la certificazione non verrà ottenuta.
<b>Linee guida per i gruppi avanzati</b>	n / a	n / a
<b>Risorse e materiali</b>	proiettore e/o dispense delle domande	Accesso alla piattaforma EcoOlives e/o dispense
<b>Durata stimata</b>	30 minuti	30 minuti

## Allegati

*Allegato 1: Esercizi del modulo*

*Allegato 2: Autovalutazione per i formatori*