



Distretto dell'Occhiale

*Italian eyewear*

---

# PIANO DI COMUNICAZIONE

---

Distretto Occhialeria Bellunese

(L.R. 13/2014)

2020 - 2021

## OBIETTIVI STRATEGICI

Attraverso il Piano di Comunicazione il Distretto del Occhialeria Bellunese vuole condividere tutte le attività svolte nell'ambito distrettuale, sia per quanto riguarda l'internazionalizzazione che la ricerca ed innovazione, coinvolgendo sia l'intera filiera dell'occhiale, sia gli stakeholders del territorio (quali ad esempio gli istituti scolastici, etc.).

Il Distretto è dotato inoltre di un logo che richiama le montagne e il made in Italy e che conferisce ancor più un senso di appartenenza e di legame tra le imprese della filiera.

Gli obiettivi principali del Piano di Comunicazione sono i seguenti:

- ❖ **promuovere l'eccellenza del Distretto e della sua filiera produttiva a livello locale, nazionale ed internazionale**, per far conoscere le origini, il tessuto produttivo e la storia e l'evoluzione di un prodotto apprezzato a livello mondiale e che fa parte dello sviluppo economico del territorio bellunese;
- ❖ **far conoscere il territorio e diffondere il patrimonio culturale dove viene ideato, sviluppato e prodotto l'occhiale**;
- ❖ **diffondere e trasferire alle nuove generazioni il know-how**, l'insieme delle competenze e delle abilità che hanno reso il Distretto leader nei mercati mondiali per il suo prodotto "bello e ben fatto".

## TIPOLOGIA DI PUBBLICI

L'attività di comunicazione prevede il coinvolgimento di diversi tipi di pubblici:

- **le istituzioni**, in primis la Regione Veneto, primo interlocutore del Distretto sia per gli aspetti normativi che di coordinamento e comunicazione;
- **le imprese del Distretto**;
- **la stampa**, al fine di far conoscere le attività del Distretto sia nell'ambito dell'internazionalizzazione che della ricerca scientifica, comunicare l'eccellenza dell'attività manifatturiera e gli elementi distintivi che caratterizzano gli occhiali prodotti sul territorio, oltre alle azioni virtuose intraprese sui temi dell'innovazione e della sostenibilità ambientale delle produzioni;
- **i buyer**, che acquistano i prodotti del Distretto, che vanno informati sulle caratteristiche peculiari che li distinguono e che ne determinano l'eccellenza;
- **i consumatori finali**, perché siano in grado di riconoscere un occhiale di qualità e made in Italy;
- **i designers**, al fine di aggiornarli sui costanti avanzamenti in termini di ricerca ed innovazione, perché diventino parte di questo processo;
- **i cittadini**, al fine di coinvolgerli e tenerli aggiornati sull'importanza del Distretto, come volano di crescita sostenibile sia a livello economico, che sociale ed ambientale;

- **gli studenti** e le famiglie, con particolare riferimento al triennio di specializzazione in tecnologia dell'occhiale attivato presso l'ITI Segato di Belluno come opportunità formativa strettamente legata alle ricadute occupazionali.

## STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Per raggiungere gli obiettivi descritti, il Distretto ha predisposto una strategia di comunicazione, che verrà declinata a seconda dello specifico destinatario, impiegando di volta in volta i mezzi e le modalità più adatte ed efficaci.

Gli stakeholders del Distretto ricoprono un ruolo determinante nell'efficacia complessiva del piano di Comunicazione, diventando Ambassador, amplificando il valore delle informazioni e aumentando la condivisione e la base dei potenziali beneficiari.

La strategia di comunicazione è volta a rafforzare e rendere sempre più incisivo il ruolo del Distretto ed allo stesso tempo, far conoscere i progetti promossi dal soggetto giuridico. Tutto ciò integrato con le attività di comunicazione istituzionale della Regione del Veneto al fine di favorire il coordinamento tra le azioni di comunicazione a livello non solo distrettuale ma anche regionale.

Saranno utilizzati canali comunicativi e strumenti differenziati per gruppi target e mirati, sulla base delle specifiche esigenze delle imprese del Distretto, in una logica di efficacia complessiva della comunicazione.

## STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Il Distretto Occhialeria bellunese prevede di utilizzare diversi strumenti di comunicazione, al fine di raggiungere i target definiti. Nel caso degli incontri con le imprese sono previste le modalità webinar a causa dell'emergenza sanitaria causata dal COVID-19. Potranno riscontrarsi problematiche nello svolgimento delle fiere per la stessa motivazione.

Principalmente il Distretto intende utilizzare:

- il sito regionale Veneto Cluster <https://www.venetoclusters.it/area-distretti-del-veneto/occhialeria-bellunese>;
- un profilo del Distretto su LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/distretto-dolomiti-occhiale/>. Questo social si distingue per il target a cui si rivolge, ovvero professionisti e imprese. È previsto un piano editoriale con la pubblicazione di contenuti in costante aggiornamento e l'interazione con le imprese;
- comunicati stampa, che hanno l'obiettivo di aggiornare i media sulle novità del Distretto;
- conferenze stampa rivolte ai giornalisti, con l'obiettivo di consolidare le relazioni con i media;

- partecipazione alle principali fiere di settore, in Italia ed all'estero per promuovere le aziende del Distretto (Mido, Silmo, Opti Munchen, etc.)
- newsletter periodica per la divulgazione di dati del settore;
- seminari e riunioni rivolte alle imprese, per consolidare le relazioni interne alla comunità del Distretto.

### CRONOPROGRAMMA 2020 - 2021

Il Piano di comunicazione, così come attuato negli anni precedenti, è finalizzato alla divulgazione delle informazioni relative ai progetti di Distretto e si sviluppa attraverso le attività di comunicazione riportate nella seguente tabella.

	I° Trimestre 2020	II° Trimestre 2020	III° Trimestre 2020	IV° Trimestre 2020	I° Trimestre 2021	II° Trimestre 2021	III° Trimestre 2021	IV° Trimestre 2021
Sito web	■	■	■	■	■	■	■	■
Social Media			■	■			■	■
Comunicati stampa			■	■			■	■
Conferenze stampa			■	■			■	■
Fiere	■				■	■		■
Newsletter	■	■	■	■	■	■	■	■
Seminari e riunioni	■		■			■		

Nota:



Attività annullate o posticipate causa emergenza sanitaria COVID-19