

Italian Food Emotion

promozione della Cucina e dei Prodotti italiani



Ristoranti con Chef - Patron come Ambasciatori culturali

dei Prodotti tipici regionali e della Cucina Italiana, in collaborazione con gli Addetti culturali dei Consolati italiani nel mondo.

**Proposta di promozione sensoriale di Chef-Patron
per prodotti e Cucina Italiana di Eccellenza**





Strategia per la presenza nel mondo

I Ristoranti italiani Chef/Patron possono diventare Network mondiale di riferimento per la promozione dei Prodotti agroalimentari di eccellenza e della Cucina Italiana salutare, derivante dalla Dieta Mediterranea.

A questo scopo è necessario definire una strategia opportuna, basata sulla promozione **Incoming ITALIA**, utilizzando:

- moderne tecnologie di marketing multimediale e sensoriale
- cinque direttrici principali:
 - Cultura
 - Formazione
 - Valorizzazione degli obiettivi
 - Classificazione culturale del Network
 - Partecipazione diretta ai grandi eventi mondiali.



Strategia per la presenza Italiana nel mondo



- Con un progetto pubblico/privato si può valorizzare il Network esistente nei maggiori mercati esteri con i seguenti obiettivi:**
- **valorizzare i prodotti certificati e combattere le imitazioni**
 - **creare nuove opportunità di formazione e divulgazione**
 - **promuovere punti di degustazione e acquisto di prodotti tipici certificati italiani.**



Tre progetti strategici

Una strategia proattiva deve basarsi su progetti con forte valore aggiunto e realizzabili rapidamente. Si propongono tre iniziative:

- Un network di ristoranti “**Italian Food Emotion**” come **Punti di Degustazione e Promozione**, sponsorizzati da marchi e consorzi italiani di produzione con una doppia valenza: supporto del Made-in-Italy e del Turismo Incoming ITALIA per la cultura enogastronomica
- Un **Portale multimediale** in cui ogni Chef certificato può creare la sua vetrina virtuale, valorizzando la sua immagine, con una presentazione multimediale basata su immagini e video per documentare la sua conoscenza ed esperienza dei **Prodotti tipici originali**.
- Una **Biblioteca multimediale on-line** per diffondere e promuovere la cultura dei Prodotti tipici per Tematiche, Distretti alimentari di produzione e Cucine regionali italiane. Testi selezionati e validati da esperti, acquistabili on-line, consentirà di finanziare il progetto e ottenere visibilità puntando su Formazione e Cultura di settore.



Network “**Italian Food Emotion**” per garantire la presenza sul territorio

In tutti i Paesi si possono trovare esperti della Cucina Italiana, sia Italiani emigrati, sia cuochi stranieri che hanno frequentato scuole professionali di alto livello (es. ICIF - www.icif.it).

Tutti quelli che hanno queste caratteristiche e che accettano di usare esclusivamente prodotti italiani certificati (con opportuni controlli) possono essere cooptati nel Network “**Italian Food Emotion**”. Qui trovano la sponsorizzazione di produttori e associazioni, la visibilità derivante da iniziative promozionali e di marketing, la possibilità di partecipare a corsi di formazione continua basati su seminari e sistemi di e-learning.

Inoltre la loro attività può avere un forte valore aggiunto con l’apertura di un Punto di Degustazione, con possibilità di gestire l’acquisto dei prodotti italiani direttamente dai produttori.

Questi punti sono una soluzione particolarmente efficace per diffondere cultura del prodotto originale Made in Italy.

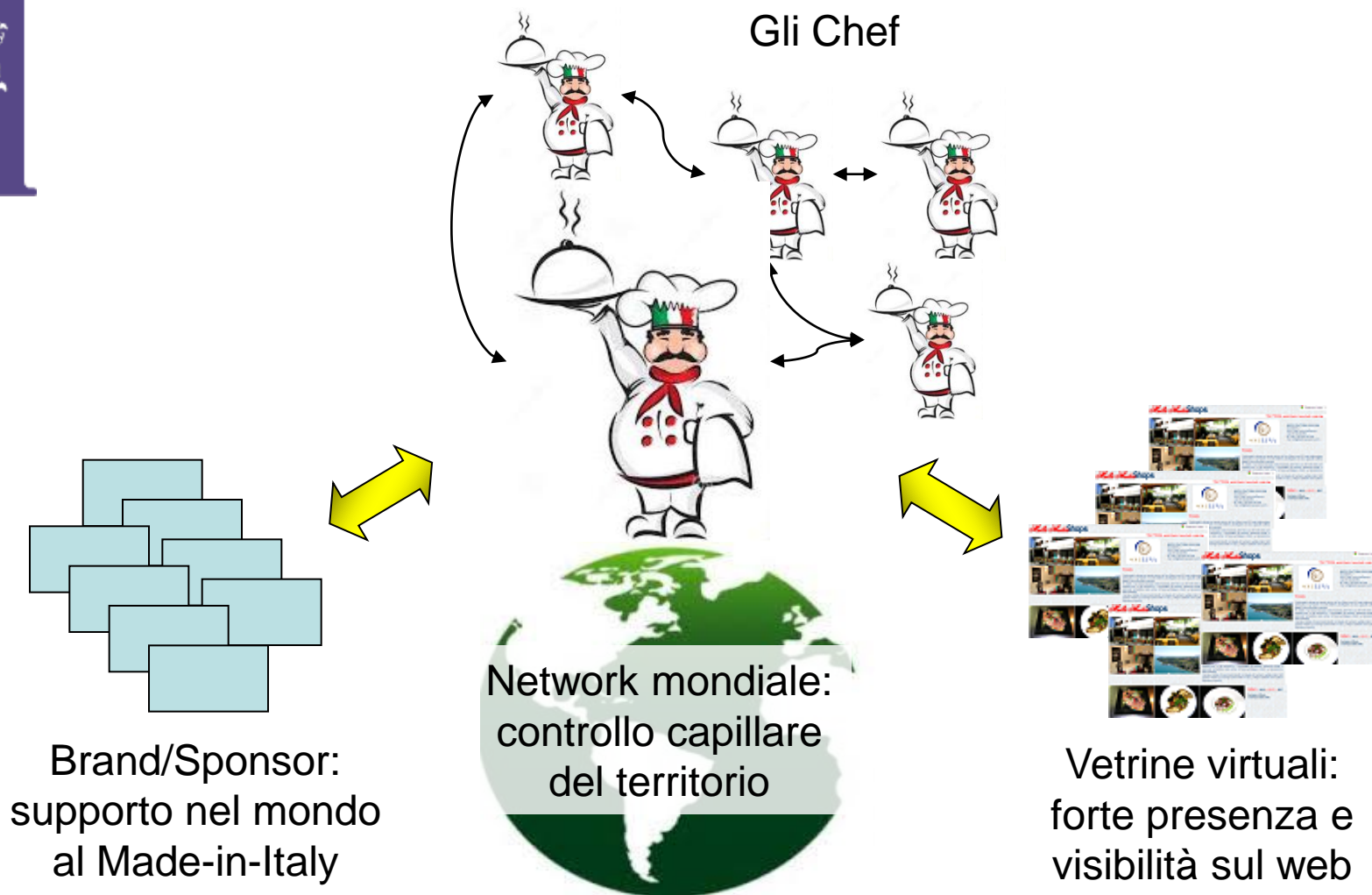


Portale multimediale a supporto della strategia di marketing

- Ogni chef può gestire la sua vetrina virtuale e può fregiarsi di un simbolo riconosciuto di professionalità e competenza: 1, 2, 3 “i” , alternativa italiana alle stelle Michelin.
- Gli sponsor hanno negli chef i loro referenti locali: ogni chef è promotore dei Prodotti dei suoi sponsor per la sua zona: può così acquisire visibilità, supporto economico, immagine e contribuire alla lotta contro la contraffazione.
- Il Portale con centinaia di vetrine diventa strumento di interazione e forte visibilità sul web a supporto dei partecipanti, ma anche delle Istituzioni preposte e dei Produttori
- Il Network mondiale può così acquisire il controllo del territorio con una presenza capillare fisica e virtuale ed avere un forte potere di negoziazione verso i fornitori.



Portale multimediale del *Network*





Biblioteca multimediale on-line

Una biblioteca on-line della Cucina italiana per diffondere contenuti editoriali, classificati e corredati dai commenti degli Chef: un'idea innovativa realizzabile con costi e tempi contenuti, un potente e prestigioso mezzo di comunicazione, che i competitor non hanno.

Turismedia ha classificato per capitoli oltre 2.000 libri, creando una base dati che consente ricerche tematiche.

La Cultura della Cucina e il know-how della Nutrizione funzionale per la Salute ed il Benessere oggi hanno assunto grande valore economico e di immagine per la **Dieta MED**.

http://archiviostorico.corriere.it/1993/settembre/29/Pavia_stress_infarto_malattie_del_co_0_93092912722.shtml



Biblioteca multimediale on-line



Conclusioni

Le idee progettuali esposte nelle pagine precedenti sono il risultato di un'attività di studio e sperimentazione che ha dato origine a progetti basati su tecnologie multimediali in Rete.

Turismedia mette a disposizione del Network il know-how derivante da tutte le attività pregresse, al fine di realizzare congiuntamente le iniziative proposte, in collaborazione con

Mostre specializzate , come BIT 2016 e TUTTOFOOD - Fiere Milano

<http://bit.fieramilano.it/it/bit2016-nel-mondo-prossimi-appuntamenti>

E' necessario definire le modalità di realizzazione di queste iniziative sulla base di programmi elaborati con associazioni di categoria ed enti pubblici preposti: uno studio di fattibilità può definire le priorità e identificare strategie, aspetti operativi, costi e ricavi delle iniziative approvate. Con i Partner di sviluppo si decideranno: priorità , modalità di approfondimento e realizzazione, considerando un ritorno adeguato per le diverse parti coinvolte.

L'Autore della Proposta

Questa idea progettuale è stata ideata e sviluppata da T. Sgobba, a cui si devono molte iniziative e realizzazioni nel settore del Turismo e delle attività ad esso collegate (Made in Italy, Enogastronomia, Marketing del Territorio, Comunicazione multimediale e via web,...).

Col Brand Turismedia da lui creato coordina un team multidisciplinare di esperti in vari settori, che possono contribuire allo sviluppo del Progetto.

Turismedia dispone anche di innovative tecnologie web proprietarie, particolarmente interessanti per i costi contenuti, la semplicità d'uso e la rapidità di sviluppo delle applicazioni.

Turismedia mette a disposizione del progetto queste tecnologie, che possono essere utilizzate per attività di Comunicazione, Marketing e Training on-line, come contributo per la realizzazione dell'iniziativa proposta.

NOTA - Sgobba fa parte del Board di FEMTEC, Federazione mondiale delle Terme e Medicina del Benessere www.femteconline.org a cui partecipano le rappresentanze ufficiali di oltre 30 Paesi. In questo contesto può proporre la BIOcucina italiana, sempre più richiesta da Terme e SPA.