



# OSPITALITA' ITALIANA – ITALIAN QUALITY EXPERIENCE

Il Bel paese, la sua storia, le sue produzioni  
in mostra all'Expo 2015

**Agenda Italia 2015 - Master Plan del Governo per Expo Milano 2015**

**INIZIATIVA N. 17 – Promuovere l'Italia nel mondo**



MILANO 2015

NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA



OSPITALITÀ ITALIANA

QUALITY APPROVED



## Gli obiettivi

- ✓ Generare un **flusso di visitatori verso i padiglioni di Expo, e verso** le diverse realtà territoriali di tutto **il Paese**: Ospitalità Italiana, la rete dei **1.500 ristoranti italiani certificati nel mondo** che interfacciano circa **60 milioni di clienti/anno**, insieme alle Camere di commercio, in Italia e alle 76 Camere estere, offriranno a Expo 2015 la possibilità di beneficiare di una vetrina globale, unica, e prestigiosa e di entrare in una rete qualificata, diffusa e capillare.
- ✓ **Far emergere** e portare all'attenzione di questi potenziali visitatori il grande **patrimonio delle imprese italiane e le tante eccellenze** turistiche e dei beni culturali presenti nei territori (**Expo fuori dall'Expo**) per approfondire la conoscenza degli Ecosistemi produttivi italiani, attraverso le chiavi di lettura delle **filiera 'allargate' del Made in Italy**.



## Gli asset progettuali

1. **Consolidare la rete** dei 1500 Ristoranti italiani nel mondo (certificati dal Sistema camerale e riconoscibili dal marchio “Ospitalità Italiana”) per promuovere Expo e **costruire un sistema di CRM/Paese** sui 60 milioni di clienti/anno.
2. **Mobilizzare le circa 560mila imprese** delle filiere del Made in Italy agroalimentare attraverso la creazione di una piattaforma Web, un Hub esperienziale, che partendo dalle imprese consenta ai fruitori di avvicinarsi ai territori attraverso nuovi itinerari di racconto.
3. **Individuare dei percorsi di narrazione** sull’Italia e i suoi territori utilizzando casi aziendali di eccellenza.

## Il progetto: le fasi

- Creazione del database sulle 560 mila imprese e sui territori (beni culturali, risorse turistiche etc.).
- Realizzazione della piattaforma web – Hub esperienziale.
- Raccontare i Territori - Il modello italiano come risposta ai temi dell'Expo 2015.
- Individuazione dei percorsi di racconto (Storytelling).
- Attivazione della campagna di promozione per Expo attraverso i Ristoranti italiani nel mondo.
- Realizzazione e attivazione del sistema CRM.
- Presenza Padiglione Italia.
- Oltre l'Expo: il lascito per il sistema Italia.





## Il progetto: le fasi

### Creazione del database sulle imprese e sui territori

- 
- ✓ **Estrazione delle 560 mila imprese registrate nel REA** con i codici Ateco dell'agroalimentare valorizzando le produzioni più note del sistema Italia (vino, olio d'oliva, formaggi, pasta, prodotti ortofrutticoli ecc.).  

  - ✓ Realizzazione di un **«rating» delle imprese** grazie alla selezione delle seguenti informazioni: certificazioni di qualità che le imprese hanno conseguito, segnalazioni su guide, elenchi o premi ecc, longevità aziendale, iscrizione nel registro nazionale delle imprese storiche e disponibilità ad ospitare visitatori, così da profilare le aziende anche con ulteriori informazioni fornite da loro.  

  - ✓ Il database è **implementato e arricchito** con informazioni sul territorio: aree dop/igp, indice di turisticità, beni culturali, informazioni che raccontano le peculiarità dei territori italiani.  
  






## Il progetto: le fasi

### Realizzazione della piattaforma web – Hub esperienziale



- 
- ✓ Presentazione dell'universo/imprese (560mila) per creare l'**effetto mobilitazione** delle Aziende italiane, includendo tutto il sistema imprenditoriale legato al Made in Italy agroalimentare (*Portare tutti*).
  - ✓ Profilazione delle imprese (rating) per evidenziare le tante **eccellenze presenti nei territori** (*Tutti in modo diverso*).
  - ✓ Individuazione di **casi di eccellenza con caratteristiche di notiziabilità** (es. sostenibilità, innovazione) identificabili in **imprese ritornanti** (es. imprenditori che impegnati in altri comparti tornano a fare impresa nell'agroalimentare), **innovatrici** (es. start up giovani che hanno innovato in un settore fortemente tradizionale come l'agroalimentare, imprese che hanno introdotto nuove tecnologie per produrre qualità), imprese definibili come **emergenza d'avanguardia** che possono essere descritte con parole chiave come metamorfosi, naviganti, makers, **imprese che pensano il territorio** (*Raccontare l'eccellenza e la sua diversità*).



MILANO 2015  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA





## Il progetto: “raccontare i territori”



### Il modello italiano come risposta ai temi dell'Expo 2015

- ✓ Le **informazioni e le selezioni sulle imprese** sono organizzate anche per **rispondere al tema** di Expo 2015 che si propone di affrontare il problema della nutrizione per l'Uomo, del diritto di ogni popolo, a **conservare la propria identità alimentare**, a coltivare il proprio cibo nel rispetto dell'ambiente peculiare che lo ospita, della **cultura** nata da quell'ambiente, **dei costumi gastronomici**.
- ✓ Il racconto sulle imprese e sui territori valorizza il **modello Italia (territorio-talento-tradizione)** che può essere preso ad esempio per rispondere a questioni quali: la **sovranità alimentare come strada per nutrire la popolazione** mondiale rispettando il pianeta e la vita.
- ✓ L'organizzazione delle informazioni con elementi che sottolineano **la biodiversità dei paesaggi, la sostenibilità del “fare aziendale”** fanno emergere e sottolineano quanto la salvaguardia delle diversità biologiche, frutto dell'adattamento della vita alla varietà di ambienti naturali, può garantire a ciascuno il suo cibo, le sue tradizioni, la sua identità anche culturale.



## Il progetto: “raccontare i territori”

Il modello italiano come risposta ai temi dell'Expo 2015

- 
- 
- ✓ L'Expo 2015 trova, quindi, in **Italia la sua patria elettiva**. Non per stereotipi tanto diffusi quanto superficiali, ma il racconto intrecciato tra imprese, territori e sostenibilità alimentare e ambientale porta questa biodiversità ad assurgere ad icona a livello globale.
  - ✓ Il progetto renderà un servizio utile al Paese se sarà in grado di **proiettare gli effetti della manifestazione oltre la manifestazione stessa**: oltre i suoi padiglioni, oltre il tema specifico della nutrizione (**Expo fuori dall'Expo**), e oltre i sei mesi della sua durata (**Oltre l'Expo**).



MILANO 2015  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA







## Il progetto: le fasi

### Individuazione percorsi di racconto (Storytelling)

- ✓ Nell'Hub esperienziale saranno raccontati **i territori attraverso i casi di eccellenze aziendali con la tecnica dello Storytelling**. Ogni racconto/tema sarà sviluppato su chiavi di lettura che consentano di fare emergere *il paesaggio, la cultura, l'ospitalità, i prodotti e le aziende* (con visita e conoscenza diretta dei processi produttivi). I percorsi saranno raccontati anche evocando i territori come *luoghi della scoperta, del sogno e simbolo dell'eccellenza italiana*.
- ✓ Gli utenti (business e/o turisti internazionali e nazionali) potranno selezionare i **percorsi di racconto** non solo in base ai propri **interessi**, ma anche utilizzando **parole chiave** di ricerca che costituiranno le capofila di cluster di riferimento (es. chianti, leopardi, palladio etc), e potranno anche usufruire di proposte inattese (effetto sorpresa) stabilite tramite ricerche per affinità e informazioni sui profili.



## Il progetto: le fasi

Attivazione della campagna di promozione attraverso i Ristoranti italiani nel mondo

- 
- 
- ✓ L'intera campagna promozionale, così come lo spazio espositivo nel Padiglione Italia, punterà su **messaggi e immagini che raccontano il Paese, fuori dagli stereotipi**, attraverso un mix di competenza e sapere delle imprese, peculiarità anche culturali del territorio ed ecosistemi produttivi.
  - ✓ Per tutto il periodo da **settembre 2014** a **dicembre 2015**, la rete dei 1500 Ristoranti Italiani nel Mondo e delle 76 CCIE promuoveranno l'Expo e il Paese attraverso:
    - una **campagna di comunicazione che farà da sottofondo** per tutto il periodo tramite comunicati stampa, articoli, e materiale promozionale messo a disposizione dei ristoranti e delle CCIE;
    - **3 grandi appuntamenti** in cui i 1.500 Ristoranti certificati nei **56 Paesi** che aderiranno all'iniziativa **promuoveranno contemporaneamente il progetto Expo** con eventi dedicati alle **eccellenze italiane e ai loro territori**.
  - ✓ **La linea grafica e il layout** definiti a livello centrale, saranno personalizzabili con linguaggi comunicativi **adatti alle diverse culture internazionali**.





## Il progetto: le fasi

### Realizzazione sistema CRM-Paese

- ✓ Sarà realizzata una **Banca Dati a partire dai clienti dei Ristoranti Italiani nel Mondo**, potenziali visitatori sia dell'Expo che dell'Italia (circa **60 milioni di utenti/anno**), per la pianificazione e la progettazione di un sistema di promozione CRM.
- ✓ **Il sistema CRM ITALIA** è costruito su due diversi livelli:
  - quello dei **ristoranti** che, alimentandolo, potranno usufruirne per le loro attività di marketing;
  - quello del **Paese** che potrà utilizzarlo per promuovere il brand e gli eventi Paese.
- ✓ Le azioni di fidelizzazione della clientela saranno concertate anche con le **istituzioni preposte alla promozione** della destinazione Italia (es. Enit, Mibact, Ice, ecc.).



## Il progetto: le fasi

### Presenza Padiglione Italia

- 
- ✓ Il layout grafico definito nelle fasi precedenti sarà poi esploso nella **progettazione dello spazio espositivo a Milano**.
  - ✓ L'allestimento è basato sulle **tecnologie multimediali e sulla realtà virtuale ed aumentata** per offrire una esperienza/percezione inaspettata delle qualità italiane.
  - ✓ L'obiettivo è quello di restituire una **visione generale e d'insieme**:
    - dell'enorme **patrimonio d'impresa italiano** della filiera agroalimentare del Made in Italy;
    - delle **qualità italiane** attraverso il racconto delle diverse realtà;
    - della possibilità di esplorare e **scoprire tutto il nostro Paese** attraverso percorsi, esperienze e racconti.



MILANO 2015  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA





## Il progetto: le attività delle Camere di commercio sui territori

- ✓ Realizzazione della **banca delle qualità sulle produzioni agroalimentari** di qualità e individuazione dei relativi casi aziendali di eccellenza;
- ✓ Segnalazioni sulle **peculiarità produttive** relative alla filiera «allargata» dell'agroalimentare del proprio territorio;
- ✓ Realizzazione di azioni di sensibilizzazione per la **mobilitazione delle aziende** italiane;
- ✓ Aggiornamento del database sia per quanto riguarda le imprese che per le **caratterizzazioni** del territorio **turistiche** e **culturali**;
- ✓ Arricchimento dell'Hub esperienziale con l'inserimento e la descrizione degli **eventi organizzati sui territori** di promozione delle filiere dell'agroalimentare e dell'Expo (**Expo fuori dall'Expo**).





## Il progetto: le fasi

### Oltre l'Expo: il lascito per il sistema Italia



L'iniziativa produrrà **effetti permanenti** anche soprattutto dopo l'evento Expo:

- 
- ✓ un **Hub esperienziale** gestito, implementato e aggiornato dalle Camere di commercio con tutte le aziende, le specificità territoriali, i beni culturali e le risorse turistiche, intrecciate attraverso racconti innovativi come base per la promozione di proposte per l'incoming (percorsi, itinerari, pacchetti etc.);
  - ✓ una **rete internazionale consolidata dei Ristoranti italiani nel mondo** certificati "Ospitalità Italiana" sempre più coesa e collegata con il sistema Italia;
  - ✓ un **sistema CRM-Paese** a disposizione delle istituzioni e delle imprese per avviare politiche di direct marketing e di promozione su un universo potenziale di oltre 60 milioni di clienti/anno.



MILANO 2015  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

