

BREAKFAST

MADE IN ITALY



ADV - MACGROWER - DUBAI

BREAKFAST E MADE IN ITALY il senso delle parole



BREAKFAST

Il primo pasto della giornata, il più delle volte mangiato la mattina presto prima di intraprendere il lavoro della giornata. "Breakfast" può essere utilizzato per riferirsi a questo pasto o per riferirsi a un pasto "leggero" servito in qualsiasi momento della giornata.

MADE IN ITALY

È una diffusa cultura estetica, accompagnata dall'orgoglio tipico dell'artigiano che cerca di realizzare un prodotto perfetto per propria intima soddisfazione, l'orgoglio del saper fare, di essere artefice, creatore.

Il "Made in Italy" perciò viene da molto lontano; è il frutto di una lunga e fertile cooperazione e "cross fertilisation" tra cultura, arte, artigianato, abilità manifatturiera, territorio, memorie storiche. I prodotti e lo "stile di vita" che rappresentano il Made in Italy vincente non sono frutto del caso, vengono da lontano: sono frutto di questa cultura, di questa civiltà.

OPPORTUNITÀ DUBAI E GCC AREA

L'area del Golfo è sempre più protagonista del cambiamento, non solo della geopolitica mondiale, ma anche della geografia economica che si sta delineando con l'uscita dalla crisi.

Il Fondo Monetario Internazionale conferma l'inarrestabile crescita dell'economia del GCC e si prevede un'ulteriore sviluppo nell'anno in corso.

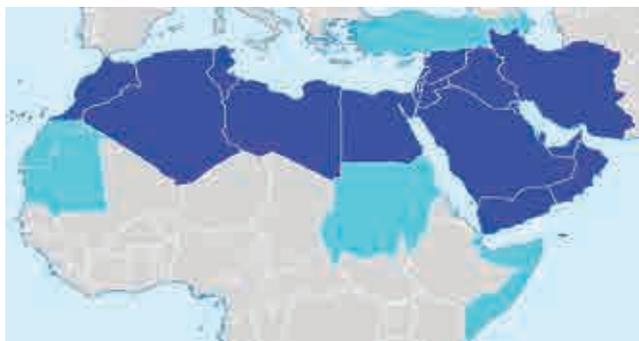
Lo scenario è trainato dagli Emirati Arabi Uniti, che assorbono quasi la metà dell'export nell'area del GCC, con Dubai grande hub di accesso a tutto il vicino oriente, all'India e sempre più anche ai mercati dell'Africa Sub Sahariana.

Il settore turistico è oggi uno dei principali motori dell'economia di questi Paesi: già prima di ottenere la sede dell' EXPO 2020 il turismo rappresentava il settore nel quale gli Emirati Arabi Uniti stavano impiegando ingenti risorse finanziarie.

Gli Emirati Arabi Uniti si posizionano tra i primi cinque Paesi al mondo in termini di numero di strutture alberghiere portate a termine negli ultimi cinque anni, e detengono anche il primato nella Regione per il maggior numero di camere di hotel attualmente in fase di costruzione (32.107 unità).

Il settore alberghiero di Dubai rappresenta dal 2008 il mercato in maggiore espansione dopo la Cina, ed attualmente conta oltre 10.900 camere in fase di costruzione. Secondo recenti stime in previsione del World Expo l'offerta alberghiera di Dubai – che è già fra le più alte dell'area – dovrà raddoppiare rendendo necessari oltre 7 miliardi USD di investimenti per un totale di 80.000 nuove stanze d'albergo.

Dubai è nel novero delle 10 capitali mondiali con la più alta presenza di catene alberghiere.



IL PROGETTO

Il progetto prevede due fasi.

FASE UNO si svolgerà in Italia all'interno del SIA GUEST di Rimini dal 13 al 15 ottobre 2016 con oltre 14.000 albergatori presenti in fiera nell'edizione 2015.

Sarà realizzata un'area tendenze dedicata al "Breakfast Made In Italy" con l'esposizione di arredamenti, attrezzature e prodotti per il breakfast con le imprese italiane più rappresentative dove saranno invitati gli espositori, i visitatori e i Buyers internazionali del TTG, del SIA Guest e del SUN.* (*Nel 2015 TTG Incontri, SIA Guest e SUN hanno visto la presenza di 63.045 visitatori professionali, con oltre 3.000 espositori con un incremento di operatori esteri del 19% con oltre 1000 i buyer da 85

paesi, 700 i giornalisti accreditati e 300 blogger.

L'area trend sarà realizzata creando isole dedicate ai diversi "Speciality Corner" come ad esempio il corner delle bevande calde con tutti i prodotti e le attrezzature per somministrare le bevande calde tipicamente italiane come caffè e cappuccino, il corner delle bevande fredde con in primo piano le arance rosse di sicilia che sono una tipicità unicamente italiana oppure l'isola dei dolci all'italiana fatti con le nostre tipiche farine, con una particolare attenzione alla creazione di brevi eventi di show cooking sulle isole dove sarà presentato il Breakfast Trainer la nuova figura professionale fondamentale per la gestione della sala colazione, formata in collaborazione con L'istituto alberghiero Severo Savioli di Riccione.

Nei pressi dell'area trend sarà tenuto nei giorni della fiera un workshop sui nuovi concept del breakfast da uno staff di docenti (professionisti e consulenti) forniti dalle imprese che parteciperanno al progetto dell'area trend che illustreranno i nuovi concept del breakfast in un'ottica "Made in Italy".

Di fatto a Rimini sarà realizzato uno spin off del progetto che poi dal 7 al 9 novembre si svolgerà a Dubai a Speciality Food Festival con materie prime e macchinari per la preparazione dei prodotti tipici italiani.

Questo servirà ad affinare e migliorare la FASE DUE prevista poi negli E.A.U., in funzione della quale ICE intende invitare alcuni distributori/operatori a Rimini ad assistere alla FASE UNO del progetto.



FASE DUE si svolgerà a Dubai dal 7 al 9 novembre 2016 e prevede un evento presso una delle maggiori scuole di formazione alberghiera di Dubai con un'area trend e un workshop che siano in linea con quanto presentato a Rimini dove mostrare a tutti gli operatori distributori/importatori, catene alberghiere, albergatori e ristoratori dell'area, precedentemente contattati, informati ed invitati da ICE, come si realizza dalla A alla Z il "BREAKFAST MADE IN ITALY" con una particolare attenzione alla figura innovativa del Breakfast Trainer.

Inoltre ICE - Italian Trade Agency realizzerà una "Area Degustazione" all'interno di Speciality Food Festival per la promozione dell'evento e delle aziende che parteciperanno al progetto BREAKFAST MADE IN ITALY, che non dovranno obbligatoriamente essere anche espositori nello stand collettivo che ICE organizzerà per la fiera ma che dovranno sostenere il progetto nella parte workshop e area tendenze presso la location dove si svolgeranno i workshop sul "BREAKFAST MADE IN ITALY" con i formatori forniti dalle imprese.

PERCHÈ

L'Italia è un paese con la maggiore tradizione e cultura nell'ospitalità ed è un territorio con una biodiversità alimentare che la porta ad essere il ponte tra il nord e il sud del mondo occidentale. Si passa dai prodotti alimentari delle Alpi vicini alla cultura alimentare nord europea e slava ai prodotti del sud più vicini alla cultura alimentare del mondo mediterraneo.

Attorno al cappuccino fulcro della colazione Made in Italy si avvicinano prodotti d'eccellenza italiani tipici dei diversi territori, dalle mele del trentino all'arancio rossa della sicilia, dalle crostate alle fette di pane con burro e marmellata ecc. ecc., con una particolare attenzione a tutto il mondo salutare e del benessere .

COME

Grazie alla sinergia tra Ministero dello Sviluppo Economico, ICE - Italian Trade Agency, CNA - Confederazione Nazionale delle Piccole e Medie Imprese ed alla collaborazione con SIA GUEST - Rimini Fiera alle imprese che collaboreranno al progetto viene chiesto di essere presente con prodotti, attrezzature, servizi all'interno dell'area trend e la collaborazione per la realizzazione dei workshop con formatori, cuochi, testimonial, consulenti, ecc. sia a Rimini sia a Dubai.





Ufficio Promozione e Mercato Internazionale
Piazza M. Armellini 9A - 00162 Roma - Italia
email: internazionale@cna.it

Tel. +39 06 44188.271 – 508 - Fax +39 06 44249515