



**ITALIAN
FOOD XP**

L'emozione del sapore



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND

EXPERIENCE[®]
ITALY
SOUTH AND
BEYOND

www.italianfoodxp.it



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

L'iniziativa, che gode del contributo del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, **promuove**

- la rete dei Ristoranti Italiani nel Mondo certificati Ospitalità Italiana
- le produzioni enogastronomiche tipiche a marchio d'origine (DOP, IGP, STG per gli alimenti, DOC, DOCG, IGT per i vini) e le produzioni biologiche
- l'attrattività turistica dei territori delle sei regioni italiane del Mezzogiorno

attraverso azioni di promo-commercializzazione in Italia e all'estero



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND



Gli obiettivi:

1. potenziamento **dell'appeal turistico del Sud Italia** (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia e Sardegna) e nazionale
2. promozione delle **tradizioni del Sud Italia**
3. promozione dei **prodotti agroalimentari** italiani (in particolare delle produzioni mediterranee certificate)
4. valorizzazione della **cultura gastronomica nazionale** , soprattutto all'estero
5. supporto **ai giovani imprenditori** del Mezzogiorno
6. potenziamento e valorizzazione della rete dei **Ristoranti Italiani nel Mondo (RIM)**
7. lotta **alla contraffazione** alimentare e all' **italian sounding**.

I protagonisti:

- Le imprese agroalimentari condotte da giovani under 40 e gli operatori turistici privati e pubblici del Mezzogiorno
- I Ristoranti Italiani nel Mondo certificati Ospitalità Italiana
- I buyer/importatori/distributori esteri
- I Tour Operator esteri
- I giornalisti e i blogger esteri

I PRODOTTI TIPICI PROMUOVONO IL TURISMO E VICEVERSA: LE REGIONI DEL SUD RACCONTATE DA UN'UNICA PIATTAFORMA INTEGRATA

Promuovere, facendo leva sulla forza del turismo enogastronomico (quinto pilastro della domanda del turismo mondiale), le produzioni agroalimentari certificate DOP e BIO e le regioni del Sud Italia, attraverso un'unica piattaforma integrata con la rete dei Ristoranti italiani nel mondo certificati "Ospitalità Italiana".

E' la prima iniziativa internazionale che mette insieme i territori e le località turistiche delle sei regioni meridionali (**Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna e Sicilia**) e l'eccellenza della produzione certificata (Dop e Igp per gli alimenti e Doc, Docg e Igt per i vini) attraverso un'azione di promo-commercializzazione in 12 Paesi europei (**Regno Unito, Svezia, Danimarca, Olanda, Belgio, Germania, Francia, Svizzera, Spagna, Repubblica Ceca, Polonia e Bulgaria**).

Nel progetto sono coinvolte oltre 110 risorse umane interne (Isnart, sistema camerale del Mezzogiorno ed estero), oltre che esterne.



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND



**ITALIAN
FOOD XP**
L'emozione del sapore

TUTTI I NUMERI (1)

Nel Mezzogiorno

97 i prodotti agroalimentari certificati (DOP, IGP), **35%** dei prodotti certificati in Italia

156 i vini certificati (DOC, DOCG, IGT), **30%** dei vini certificati in Italia

62% del totale Italia le Superfici Agricole Utilizzate per colture Biologiche

61% del totale Italia le aziende agricole Biologiche

395 i produttori agroalimentari under 40 coinvolti per promuovere le rispettive produzioni certificate e biologiche

100 gli operatori turistici di incoming per promuovere il turismo

6 gli eventi B2B nelle Camere di Commercio delle sei regioni

170 le persone, tra buyer/giornalisti/tour operator esteri per i workshop e i fam trip



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND



**ITALIAN
FOOD XP**
L'emozione del sapore

TUTTI I NUMERI (2)

All'Estero

15 eventi (settimane enogastronomiche) in **12** Paesi europei, tra settembre e ottobre 2016

200 ristoranti certificati Ospitalità italiana nei Paesi esteri coinvolti nelle settimane enogastronomiche

9 milioni i clienti/anno dei ristoranti Ospitalità italiana dei **12** Paesi coinvolti

200 mila i clienti dei ristoranti certificati Ospitalità italiana durante le settimane enogastronomiche

2.060 i ristoranti certificati Ospitalità Italiana in **60** Paesi nel mondo



279 prodotti agroalimentari certificati **in Italia** (DOP, IGP)

526 vini certificati **in Italia** (DOC, DOCG, IGT)

PRODOTTI DOP NEL SUD ITALIA:

BASILICATA 15 (9 prodotti agroalimentari e 6 vini)

CALABRIA 36 (17 prodotti agroalimentari e 19 vini)

CAMPANIA 51 (22 prodotti agroalimentari e 29 vini)

PUGLIA 56 (18 prodotti agroalimentari e 38 vini)

SARDEGNA 40 (7 prodotti agroalimentari e 33 vini)

SICILIA 60 (29 prodotti agroalimentari e 31 vini)

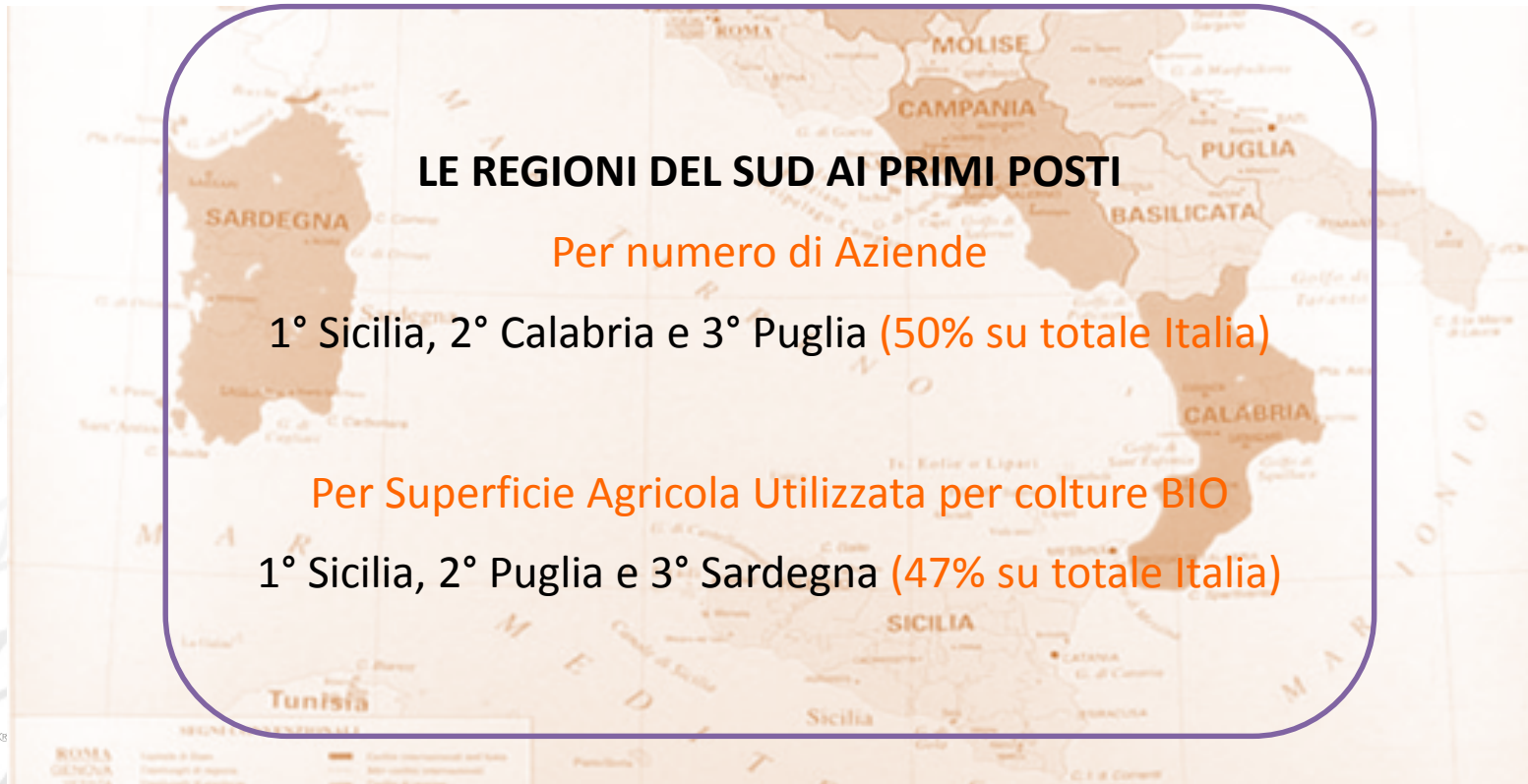
* Nel Sud Italia sono presenti **97** prodotti agroalimentari (DOP, IGP) e **156** vini certificati (DOC, DOCG, IGT), alcuni vengono prodotti in più regioni



IL BIO NEL SUD ITALIA

41.513 aziende BIO in Italia

1.317.178 la superficie agricola per colture biologiche in Italia



TURISMO ENOGASTRONOMICO I NUMERI

Le presenze totali nel Mezzogiorno sono 67 milioni con 16,9 milioni di arrivi, di questi sono oltre 6 milioni gli arrivi di turisti stranieri e 25 milioni le presenze straniere (14% delle presenze straniere in Italia e quasi il 40% delle presenze complessive nel Mezzogiorno).

Le presenze complessive (italiane e straniere) del turismo enogastronomico nelle strutture ricettive sono pari a 56 milioni, di cui circa 10 milioni nel Sud Italia. I consumi di questi turisti sono di circa 5 miliardi (oltre 1 miliardo nel Sud Italia).

Con 25.233 strutture ricettive il Sud copre il 15,9% dell'offerta ricettiva italiana, con 1 milione e 103 mila posti letto pari al 22,8% sul totale Italia. Poco più della metà dei posti letto sono in esercizi alberghieri (575.914).

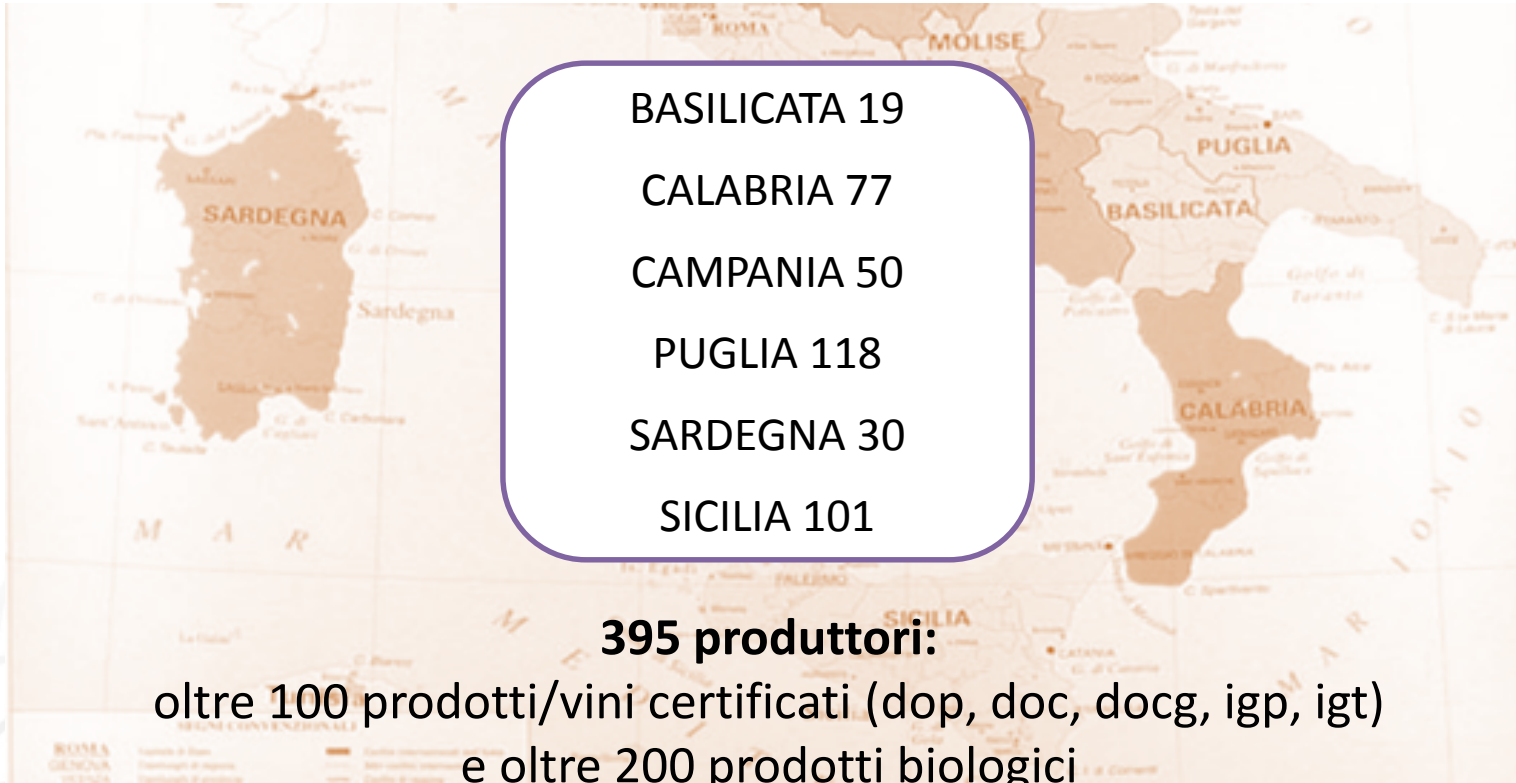
Enogastronomia: Principali Paesi di provenienza degli stranieri (%)	
Francia	25,9
Germania	22,5
Regno Unito	16,9
Spagna	7,9
Stati Uniti	5,7
Svizzera	4,1

Fonte: Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo - dati UNIONCAMERE-SICAMERA



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND

PRODUTTORI UNDER 40 COINVOLTI





**ITALIAN
FOOD XP**
L'emozione del sapore



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND

EVENTI NELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE

Olbia
6-9 ottobre

Napoli
8-11 settembre

Foggia
22 -25 settembre

Matera
22 -25 settembre

Reggio Calabria
29 settembre-2 ottobre

Catania
15-18 settembre

ITALY
SOUTH AND
BEYOND

www.italianfoodxp.it



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND



**ITALIAN
FOOD XP**
L'emozione del sapore

Camere di Commercio Italiane all'estero partecipanti

15 eventi in 12 Paesi
tra settembre e ottobre 2016

Svezia: **Stoccolma**

Danimarca: **Aarhus**

Olanda: **Amsterdam**

Belgio: **Bruxelles**

Germania: **Francoforte, Monaco**

Gran Bretagna: **Londra**

Francia: **Lione, Marsiglia, Nizza**

Svizzera: **Zurigo**

Spagna: **Madrid**

Repubblica Ceca: **Praga**

Bulgaria: **Sofia**

Polonia: **Varsavia**

EXPERI
ITALY
SOUTH AND
BEYOND

www.italianfoodxp.it



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



**ITALIAN
FOOD XP**
L'emozione del sapore

EXPERIENCE ITALY SOUTH AND BEYOND



Germania: Monaco **5 - 9 settembre**
Gran Bretagna: Londra **5-9 settembre**
Repubblica Ceca: Praga **5-11 settembre**
Danimarca: Aarhus **5-11 settembre**
Svezia: Stoccolma **12-17 settembre**
Olanda: Amsterdam **15-24 settembre**
Bulgaria: Sofia **26 settembre - 2 ottobre**
Francia: Nizza **19-25 settembre**
Germania: Francoforte **19-25 settembre**
Belgio: Bruxelles **19-25 settembre**
Spagna: Madrid **19-25 settembre**
Polonia: Varsavia **19-25 settembre**
Francia: Marsiglia **26 settembre- 2 ottobre**
Francia: Lione **26 settembre- 2 ottobre**
Svizzera: Zurigo **26 settembre- 2 ottobre**

EXPERIENCE[®]
ITALY
SOUTH AND
BEYOND

www.italianfoodxp.it



Comunicazione integrata

Le attività di comunicazione in Italia e all'estero sono finalizzate a divulgare le informazioni sul progetto e favorire l'incoming turistico, attraverso campagne sia tradizionali che social, tools e kit informativi.

È attiva un'apposita redazione digitale che promuove l'iniziativa sui *social network* con l'obiettivo di veicolare le informazioni su eventi, aziende, prodotti, menu, tradizioni, luoghi, culture, ecc. Le informazioni sono predisposte in modalità multimediale.

Obiettivo

Creazione di una rete tra ristoratori, produttori e consumatori/turisti potenzialmente interessati alla destinazione Sud Italia e alle sue eccellenze agroalimentari, attraverso un Ecosistema Digitale: website responsive, app, social network.



Piattaforma

www.italianfoodxp.it



Il progetto Marchio Ospitalità Italiana viene promosso dall'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (IS.NA.R.T.) in collaborazione con le Camere di Commercio d'Italia fin dal 1997.

I principali pilastri su cui si basa la certificazione Ospitalità Italiana sono due ed entrambi fondamentali: la certificazione e la promozione

Fasi del progetto

1. Bando pubblico della CCIAA e adesione
2. Visite di valutazione
3. Commissione di valutazione presso le CCIAA
4. Consultazione, da parte della struttura, degli esiti della verifica
5. Premiazione pubblica presso CCIAA

Ospitalità Italiana è un network di aziende selezionate su criteri qualitativi e conta oltre **8.600 imprese ricettive e ristorative**

- 2.338 Alberghi di tutte le categorie
- 2.504 Ristoranti suddivisi in 5 tipologie
- 1.089 Agriturismi
- 691 Altre (campeggi, stabilimenti, B&B, etc)
- 2.060 Ristoranti Italiani nel Mondo

Organizzazione generale

Ristoranti certificati Ospitalità Italiana

Comitato di indirizzo e coordinamento

L'organo di governance è presieduto da Unioncamere e composto da Ministero degli Esteri, Ministero Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Ministro del Turismo, Ministero dei Beni Culturali, Ministero dello Sviluppo Economico, ENIT, Isnart, Assocamerestero, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Federalimentare, Coldiretti, CIA, Confagricoltura.

Comitato di Certificazione

E' *l'organo di indirizzo tecnico*, composto da esperti rappresentanti delle principali istituzioni ed organizzazioni sopra citate ed è preposto alla *concessione del marchio Ospitalità Italiana*.

Organi di supporto

Organizzazione e coordinamento: *Istituto Nazionale Ricerche Turistiche*

Uffici esteri: *Camere di Commercio Italiane all'Estero*

Processo di certificazione:

informazione sui territori, autocandidatura, visita, preistruttoria, comunicazione aree di miglioramento, promozione