



Responsabile del Progetto

- Cristiano Musillo

Referenti per successivi contatti con l'Amministrazione:

- Dario Armini
 - Giulio Mignacca
 - Chiara Ratzenberger
-

Descrizione sintetica del progetto

La Prima Settimana della cucina italiana nel mondo è un progetto nato nell'ambito della strategia di promozione integrata del sistema Italia all'estero, posta in essere dalla DGSP.

Nel marzo del 2016, il MAECI, insieme a MIPAAF e MIUR, ha promosso e sottoscritto un Protocollo di intesa con cui le parti si impegnavano a valorizzare all'estero la cucina italiana di qualità in un approccio coordinato tra economia e cultura, comunicazione e formazione per promuovere nel biennio 2016-2017 l'alta cucina e i prodotti di qualità italiani, in Paesi prioritari: Stati Uniti, Canada, Giappone, Repubblica Popolare Cinese, Federazione Russa, Emirati Arabi Uniti e Brasile.

Oltre ai tre Dicasteri firmatari, sono stati coinvolti nel programma il MISE, l'ICE-Agenzia, il CONI, Unioncamere e Assocamerestero.

L'alta cucina italiana è stata individuata come una delle prime azioni trasversali tra le varie componenti della nostra proiezione internazionale. Tale tematica è stata difatti declinata come uno degli elementi caratterizzanti la cultura italiana attraverso il rapporto che la lega ai territori, al cinema, alla lingua italiana, all'arte, allo sport e alla promozione commerciale.

E' stato costituito un gruppo di lavoro, coordinato dal DG De Luca, che si è riunito più volte definendo le linee guida a cui la rete diplomatico-consolare e degli IIC si sarebbe attenuta per l'organizzazione degli eventi. Il gruppo di lavoro ha coinvolto oltre 40 soggetti pubblici e privati, portatori di interessi diretti nell'ambito dell'enogastronomia di alta qualità.

L'organizzazione degli eventi in loco è stata affidata al coordinamento diretto della nostra rete diplomatica, consolare e culturale con gli altri attori coinvolti.

Per facilitare l'organizzazione e per utilizzare un unico messaggio comunicativo è stata creata una piattaforma informatica dove sono stati messi a disposizione: il *concept* in italiano e in inglese, il logo dell'agroalimentare italiano «The Extraordinary Italian Taste», il materiale info-grafico, i video promozionali con leggenda in inglese, il programma completo degli oltre 1300 eventi della Settimana attraverso una facile applicazione a tendina che facilitava le ricerche incrociate.

Grazie all'eccellente coordinamento tra la Farnesina e le nostre sedi estere si è arrivati all'organizzazione, in occasione della Prima Settimana della cucina italiana nel mondo, di 1395 eventi in 108 Paesi. Le tipologie di eventi possono essere riassunte in: corsi di cucina, cooking show e "master class"; concorsi e premiazioni; incontri con gli chef, seminari e dibattiti; degustazioni e cene a tema; eventi promozionali in ristoranti; proiezioni, rappresentazioni teatrali e mostre legati al cibo; attività di promozione. La Settimana ha fatto conoscere l'eccellenza della cucina e dei prodotti italiani in tutto il mondo.

Settori interessati

Il principale settore interessato dalla Settimana è quello dell'alta cucina italiana quale vetrina della tradizione gastronomica del Paese e vettore di qualità della produzione del nostro comparto agroalimentare.

Tuttavia, grazie al citato approccio integrato, si sono coinvolti altri settori che in via indiretta si legano al tema della cucina e che hanno permesso di lavorare in raccordo con altri uffici della DGSP:

- La cucina e le Regioni italiane: es. Presentazione della Regione Piemonte e dei menù tipici della gastronomia piemontese (Harare, Zimbabwe)
 - La cucina nel cinema italiano: es. Proiezione di «La Cena» di Ettore Scola, 1988 (Bragado, Argentina)
 - La cucina e il design: es. Esposizione di prodotti di gioielleria italiana (Ashgabat, Turkmenistan) e Cena di gala in occasione del Salone del Mobile di Shanghai
 - La cucina e la lingua italiana: es. "How to read and write an Italian Menu" (Bangkok, Thailandia)
 - La cucina e la musica: es. «Serata col Genio» Leonardo e la cucina, tra musica e teatro (Sofia, Bulgaria)
 - La cucina nell'arte: es. Food in Art, a Culinary History (Washington, Stati Uniti)
 - La cucina e la storia: es. La cucina ai tempi dei Borboni (Edimburgo, Regno Unito)
 - La cucina e la solidarietà: es. Italian Restaurant Week. Una percentuale del ricavato è stata donata a favore delle zone colpite dal recente terremoto in centro Italia (Houston, Stati Uniti)
 - La cucina e la cooperazione: workshop a beneficio delle recluse del penitenziario femminile di Omdurman per apprendere alcuni basilari pietanze di tradizione italiana (Khartoum, Sudan)
-

Situazione antecedente alla realizzazione del progetto

L'industria agroalimentare italiana è riconosciuta internazionalmente quale simbolo di qualità e sicurezza alimentare, diversità e rispetto per le tradizioni e le origini.

Expo Milano 2015 e la Carta di Milano hanno messo al centro dell'attenzione mondiale proprio i temi della nutrizione e della sostenibilità ambientale. Tuttavia il successo dell'Esposizione universale era strettamente legato all'ampiezza del progetto e all'estesa partecipazione internazionale, fattori non immediatamente replicabili.

Da una parte, dunque, il quadro della promozione dell'enogastronomia italiana si presentava come sforzo isolato caratterizzato da eventi singoli, organizzati di volta in volta dalle nostre Sedi o da privati. Non era presente un punto di raccordo tra settore pubblico e privato e tra attori del mondo dell'alta cucina ed enti indirettamente toccati da questo settore.

Dall'altra parte non si sfruttava l'enorme potenzialità organizzativa e mediatica della nostra rete diplomatica, consolare e culturale. Le nostre Sedi estere erano già coinvolte in iniziative per la promozione della cucina italiana, ma queste non riuscivano ad avere lo stesso impatto garantito invece, con la Settimana della cucina, da un lavoro portato avanti contemporaneamente in tutto il mondo. L'evento, inoltre, diventerà ora un appuntamento a cadenza annuale.

Infine, mancava una piattaforma informatica che potesse comunicare in tempo reale la vastità degli eventi organizzati in tutto il mondo.

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- Firma del Protocollo d'intesa per la valorizzazione all'estero della cucina italiana di qualità
 - Gruppo di lavoro: oltre 40 soggetti tra istituzioni, enti pubblici e privati, imprese, associazioni di categoria
 - Piattaforma web con materiali info-grafici scaricabili per facilitare l'organizzazione dei singoli eventi e il programma completo degli eventi consultabile online
 - Comunicazione:
 - Individuazione di un segno distintivo unico "The Extraordinary Italian Taste"
 - Spot istituzionale su reti RAI e sulle radio RAI
 - «Rete di reti» grazie agli uffici stampa dei soggetti coinvolti
 - Trasmissioni televisive all'estero
 - Social media (#ItalianTaste), hackathon
 - Stampa tradizionale: lancio dell'evento alla presenza dell'On. Min. e della stampa nazionale ed estera; articolo stampa a firma congiunta Gentiloni-Martina
 - Ruolo di aggregatore della Farnesina, ma organizzazione diretta degli eventi da parte della rete diplomatica, consolare e culturale in coordinamento con gli enti coinvolti
 - Valutazione *ex post* dei risultati raggiunti e individuazione delle eventuali criticità da superare per la II edizione.
-

Miglioramenti apportati dal progetto al servizio

- Obiettivi concreti dell'azione individuati e messi per iscritto grazie alla firma del Protocollo d'intesa che ha permesso di condividere con altri dicasteri competenti la strategia e le finalità della promozione dell'alta cucina italiana
 - Per la prima volta tutti gli attori pubblici e privati hanno convogliato in un'unica strategia di sistema la promozione dell'enogastronomia italiana
 - Maggiore riscontro stampa delle iniziative intraprese grazie alla «rete di reti»: la moltiplicazione degli sforzi della comunicazione è avvenuta grazie al coordinamento con gli uffici stampa degli enti coinvolti
 - Maggiore impatto di iniziative di promozione già in atto, grazie al loro collegamento con la Settimana della cucina italiana nel mondo
-

Ostacoli più significativi riscontrati nell'attuazione del progetto

- Aggiornamento accentrato alla Farnesina della piattaforma web con i dati degli oltre 1300 eventi organizzati in tutto il mondo da circa 300 sedi

Soluzione: permettere l'accesso al portale direttamente alle sedi estere per l'auto-aggiornamento sulla base di linee guida fornite dal centro

- Nessuna risorsa a disposizione per gli eventi promozionali organizzati a Roma o risorse limitatissime per offrire supporto finanziario alle sedi.

Soluzione: la partecipazione della rete, dei privati e delle associazioni ha permesso di usufruire di servizi a costi bassissimi o a costo zero. Es. spot RAI prodotto gratuitamente e trasmesso sulle reti radiotelevisive e radiofoniche

- Mettere sotto lo stesso cappello eventi diversi sia per la loro tipologia che per il contesto locale

Soluzione: l'affermarsi della Settimana come evento annuale permetterà di superare questo ostacolo e di convogliare eventi sulla cucina che si svolgono in date lontane come pre-apertura della Settimana stessa.

- Corrispondenza delle date della Settimana con festività locali

Soluzione: si è mantenuta elasticità sulle date esatte e si è dato risalto agli eventi anticipatori o conclusivi.

- L'hashtag #ItalianTaste dovrà avere ancora maggiore diffusione.

Soluzione: una maggiore promozione dell'hashtag di riferimento nelle prossime edizioni della Settimana della cucina italiana nel mondo, ma anche fuori dal periodo della Settimana per eventi legati alla cucina italiana di qualità

Modalità di coinvolgimento del personale

L'organizzazione degli eventi legati alla Settimana della cucina italiana nel mondo esulava dalle tradizionali attività dell'Ufficio II DGSP. Il personale dell'ufficio ha contribuito con entusiasmo allo svolgimento di queste mansioni anche grazie alla visibilità della Settimana e al riscontro ottenuto in Italia e all'estero.

Principali attività:

Farnesina

- Personale diplomatico dell'Ufficio II DGSP: stesura del protocollo e cerimonia di firma svoltasi alla Farnesina, riunioni del gruppo di lavoro, presentazione alla stampa della Settimana con evento a Villa Madama, punto di snodo degli eventi svolti in 108 Paesi, aggiornamento piattaforma informatica.
- Aree funzionali: supporto nell'organizzazione della cerimonia di firma, delle riunioni e della presentazione alla stampa della Settimana

Rete diplomatica, consolare e culturale

- Organizzazione eventi
-