

THE ITALIAN WAY OF BREAKFAST

ITALIAN FLAVORS

GOOD ENOUGH TO TASTE

DISCOVER THE NEW CONCEPT FOR BREAKFAST

Breakfast
MADE IN ITALY

3rd EDITION

 THE SPECIALITY
FOOD FESTIVAL

October 30 - November 1, 2018
Dubai World Trade Centre

 PLANISPHERE
The Italian Marketplace for Food & Hospitality
TTG SIA SUN

October 10 - 12, 2018
Italy Rimini Fiera

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, per l'orgoglio del saper fare, di essere artefice, creatore. Il "Made in Italy" viene da molto lontano: è il risultato di una lunga e fertile cooperazione, una "cross fertilization" tra cultura, arte, artigianato, abilità manifatturiera, territorio e memorie storiche. I prodotti e lo "stile di vita" che rappresentano il Made in Italy vincente non sono casuali, sono il frutto di questa cultura e di questa civiltà.

BREAKFAST

Il primo pasto della giornata, il più delle volte gustato la mattina presto, prima di intraprendere la giornata lavorativa.

"Breakfast" può essere utilizzato per riferirsi a questo pasto o per riferirsi a un pasto "leggero" servito in qualsiasi momento.

Considerando l'arrivo in hotel nella seconda parte della giornata e la partenza entro le 12.00, il breakfast è il primo momento in cui si viene serviti ed è l'ultimo ricordo prima di pagare il conto.

Ma è anche il primo momento dedicato alla vacanza e dà la misura della lontananza dai frenetici ritmi quotidiani.

Gli operatori dell'Hotellerie non possono trascurare questo momento.

Oggi il breakfast a buffet è l'asset strategico più importante per la struttura che desidera ottenere commenti positivi sui social e migliorare la propria Brand Identity.

IL PROGETTO

Queste sono le premesse con le quali abbiamo strutturato nel 2016 questo progetto di filiera che unisce tutti gli anelli che concorrono sinergicamente alla realizzazione di un momento emozionale nel breakfast. Abbiamo utilizzato uno "storytelling" che ha posto il Made in Italy e la grande biodiversità alimentare di prodotti, di servizi e di attrezzature che l'Italia possiede.

Grazie al sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico, ICE-Agenzia e CNA (Confederazione Nazionale delle Piccole e Medie Imprese), con la collaborazione di Rimini Fiera, Breakfast Made in Italy è stato presente con la realizzazione di un'area tendenze dedicata al Breakfast, unendo l'esposizione di arredamenti e attrezzature con la somministrazione di prodotti per la colazione con imprese italiane più rappresentative, sia al TTG - SIA GUEST sia allo Speciality Food Festival di Dubai.

Alle imprese che partecipano al progetto viene richiesto di essere presenti con prodotti, attrezzature, servizi di loro pertinenza per la presentazione di questo format di filiera e contestualmente fornire formatori ed esperti per una serie di workshop che raccontino come poter realizzare una colazione "all'italiana" che emozioni l'ospite.

Il concept espositivo si baserà sulla reazzazione di "isole" dedicate ai diversi "Speciality Corner", per esempio il corner delle bevande calde con tutti i prodotti e le attrezzature per somministrarle (caffè, cappuccino, ecc), oppure l'isola dei dolci fatti con prodotti italiani.

Particolare attenzione sarà dedicata alla realizzazione di brevi eventi di show cooking presentando il "Breakfast Trainer", nuova figura professionale, fondamentale per la gestione della sala colazione formata in collaborazione con l'Istituto Alberghiero "Severo Savioli" di Riccione.

PROFILO DEI VISITATORI

Chef, ristoratori, albergatori, distributori, premium brand manager, responsabili di catering, ristoranti di lusso, Resorts e Spa, supermarket ed ipermarket, esportatori ed importatori, rivenditori al dettaglio e all'ingrosso, negozi di prodotti naturali, associazioni di Speciality Food, professionisti del settore HO.RE.CA.

F O O D
FURNITURE
EQUIPMENT
TRAINING

CHEF
RISTORATORI
ALBERGATORI
DISTRIBUTORI
F&B MANAGER
CATERING
RESORTS E SPAS
SUPERMARKET
IPERMARKET
IMPORTATORI
ECC..

FROM FLOOR
TO CEILING...
ALL ABOUT
BREAKFAST



PLANITSPHERE

TTG - SIA GUEST e SUN hanno archiviato una edizione 2017 significativa sia sul fronte dei numeri (72.667 presenze, + 5% rispetto al 2016, 1500 buyer da 90 Paesi), sia dei contenuti (2.550 espositori, 150 destinazioni, 300 gli eventi promossi da IEG e dai partners), l'edizione 2018 si caratterizzerà con forza sulla Destinazione Italia, con l'area Incoming che passerà da 3 a 4 padiglioni, in un layout da percorso geografico tra gli stand delle Regioni e dei privati. Un'offerta senza concorrenza nel panorama mondiale e quest'anno si presentano con un nuovo format fieristico e un nuovo brand PLANITSPHERE.

BREAKFAST MADE IN ITALY avrà a disposizione un'area collettiva dove far gustare a tutti i visitatori l'emozione del breakfast come in una vera e propria breakfast hall e sarà divisa in aree dedicate a breakfast indoor - breakfast outdoor - room service, nell'area sono previsti vere e propri momenti di showcooking per valorizzare il concept.

SPECIALITY FOOD FESTIVAL

Gli EAU si confermano il principale mercato di sbocco dell'export nazionale in Medio Oriente e Nord Africa. Circa l'85% dei prodotti agroalimentari consumati negli Emirati è costituito da merce importata.

Il Paese rappresenta pertanto un'area di particolare interesse per le imprese italiane del settore, che hanno il vantaggio di poter offrire prodotti di cui i consumatori locali riconoscono la qualità.

L'import alimentare emiratino è destinato a crescere ulteriormente per una serie di fattori, fra cui la crescita progressiva della popolazione residente, i cospicui livelli di reddito, la forte domanda di prodotti importati da parte degli stranieri che vivono stabilmente nel Paese e la significativa espansione del settore turistico. La Fiera attira visitatori dal Medio Oriente, dal sub continente indiano e da altri Paesi asiatici e rappresenta pertanto un'ottima vetrina per le aziende italiane interessate ad espandersi in quei mercati.

Dubai, inoltre, è tra le prime 4 città del mondo per flussi turistici.

EXPO 2020

Perché gli Emirati Arabi e perché Dubai?

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.

Continua a crescere il numero di arrivi a Dubai, oggi quarta città più visitata al mondo (ANSA med 09.02.18). Secondo i dati di Dubai Tourism, con 2,1 milioni di presenze nel 2017, l'India si è posizionata al primo posto, seguita da Arabia Saudita, con un totale di 1,53 milioni di arrivi; al terzo posto invece il Regno Unito che chiude il 2017 con 1,27 milioni di viaggiatori.

Cresce anche il totale delle camere d'albergo presenti in città, arrivato a quota 108.807 e suddiviso in 689 hotel e hotel apartments con un tasso di occupazione medio dell'87%.

Il settore alberghiero di Dubai rappresenta dal 2008 il mercato in maggiore espansione dopo la Cina ed è nel novero delle 10 capitali mondiali con la più alta presenza di catene alberghiere.

"Dubai attrae un numero sempre maggiore di visitatori stranieri, facendo del settore turistico un comparto economico che contribuisce in maniera sensibile al PIL dell'Emirato. La crescita di 6,2 punti percentuali registrati nel 2017 sta imprimendo il ritmo giusto per raggiungere il target che ci siamo prefissati per il 2020" dice Helal Saeed Almarri, direttore generale di Dubai Tourism.

EXPO 2020



25 milioni di visitatori previsti
30 mila volontari
4 chilometri quadrati
180 Paesi espositori
65 mila mq residenziali
135 mila mq commerciali

Breakfast

MADE IN ITALY



PLANITSPHERE - TTG SIA GUEST SUN
October 10 - 12, 2018 Italy Rimini Fiera



SPECIALITY FOOD FESTIVAL
October 30 - November 1, 2018 Dubai World Trade Centre



Ufficio Promozione e Mercato Internazionale
Piazza M. Armellini, 9A - 00162 Roma
e-mail: internazionale@cna.it
Tel. +39 06 44188.271 - 508 - Fax +39 06 44249515