

# TRUE ITALIAN TASTE



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



**ASSOCAMERESTERO**  
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI  
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

# TRUE ITALIAN TASTE: *Il progetto*



Il progetto True Italian Taste è promosso e finanziato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e realizzato da Assocamerestero in collaborazione con le Camere di Commercio italiane all'estero, per valorizzare e salvaguardare il prodotto agroalimentare autentico italiano.

True Italian Taste, che è parte del programma "The Extraordinary Italian Taste", mira a incrementare il consumo consapevole del food 100% *made in Italy* diffondendone una maggiore conoscenza delle caratteristiche specifiche di tipicità, con riferimento sia ai luoghi di origine sia agli aspetti nutrizionali e certificativi DOP-IGP.

Gli obiettivi del progetto sono:



**INFORMARE IL CONSUMATORE** sui vantaggi di consumo del prodotto autentico italiano, educandolo anche al buon utilizzo degli ingredienti



**VALORIZZARE GLI APPORTI DI SALUBRITA'** del cibo autenticamente italiano promuovendo le categorie di prodotti maggiormente collegate ad aspetti di salute e fitness (prodotti biologici, *new food* e *nutri free*, integratori alimentari, etc)



**SUPPORTARE LE IMPRESE ITALIANE** di prodotti certificati, tipici e di nicchia a posizionarsi o a consolidare la loro presenza sui mercati target



**PROMUOVERE AZIENDE INNOVATIVE** specializzate nella realizzazione di nuove forme di cibo e/o di distribuzione innovativa sulla rete

## TRUE ITALIAN TASTE: *Il target e le attività*



La strategia alla base del progetto si fonda sull'**INFLUENCER MARKETING**: gli *influencer* sono figure in grado di introdurre la fiducia nei processi di business e rappresentare nodi di connessione sia di reti fisiche (community locali) che virtuali, influenzando sulle opinioni dei consumatori e/o degli utilizzatori del prodotto, attraverso processi di condivisione informativa ed esperienziale.

Le attività si rivolgono quindi a un target di *influencer*, suddivisi in 3 categorie:



### **MAVENS**

esperti del settore, quelli di cui la gente nei paesi target si fida (nutrizionisti, chef, negozianti, ristoratori, giornalisti di settore)



### **CONNECTORS**

coloro che collegano, che sanno a chi dirlo (giornalisti, blogger, social media influencer, mondo accademico; opinion leader)



### **SELLERS**

coloro che sanno come vendere, coloro che fanno parte della distribuzione, (importatori, distributori, negozianti, ristoratori)

e prevedono *Educational Tour*, *incoming* di buyer, workshop e seminari in Italia e tutta una serie di azioni formative, masterclass, ed eventi di promozione del prodotto 100% italiano all'estero.

## TRUE ITALIAN TASTE: *I Paesi*



Il progetto, realizzato nell'ambito del **Piano straordinario Made in Italy**, si propone di promuovere e valorizzare le produzioni autentiche italiane, diffondendone una maggiore conoscenza delle caratteristiche specifiche di tipicità, con riferimento sia ai luoghi di origine sia agli aspetti nutrizionali e certificativi DOP-IGP.

Ad oggi, il progetto vede coinvolte **36 CCIE** presenti in **23 Paesi** tra America, Europa, Asia e Australia

AUSTRALIA: **Melbourne**  
AUSTRALIA: **Sydney**  
BELGIO: **Bruxelles**  
BRASILE: **Belo Horizonte**  
BRASILE: **Rio de Janeiro**  
BRASILE: **San Paolo**  
CANADA: **Montréal**  
CANADA: **Toronto**  
CANADA: **Vancouver**  
CINA: **Pechino**  
COREA DEL SUD: **Seoul**  
FRANCIA: **Lione**

FRANCIA: **Marsiglia**  
FRANCIA: **Nizza**  
GERMANIA: **Francoforte**  
GERMANIA: **Monaco di Baviera**  
GIAPPONE: **Tokyo**  
HONG KONG: **Hong Kong**  
INDIA: **Mumbai**  
LUSSEMBURGO: **Lussemburgo**  
MESSICO: **Città del Messico**  
PAESI BASSI: **Amsterdam**  
POLONIA: **Varsavia**  
REGNO UNITO: **Londra**

RUSSIA: **Mosca**  
SINGAPORE: **Singapore**  
SPAGNA: **Barcellona**  
SPAGNA: **Madrid**  
STATI UNITI: **Chicago**  
STATI UNITI: **Houston**  
STATI UNITI: **Los Angeles**  
STATI UNITI: **Miami**  
STATI UNITI: **New York**  
SVIZZERA: **Zurigo**  
THAILANDIA: **Bangkok**  
VIETNAM: **Ho Chi Minh**

# TRUE ITALIAN TASTE: *I numeri del progetto dal 2016 ad oggi*

Le iniziative True Italian Taste hanno coinvolto, ad oggi, circa 14.000 influencer



## **11 INCOMING di buyer**

3.520 APPUNTAMENTI \*  
160 BUYER  
1.078 IMPRESE

\*(in corso di aggiornamento)



## **170 MASTERCLASS**

Target: studenti scuole cucina, chef,  
giornalisti, blogger, nutrizionisti,  
importatori, distributori, addetti alle  
vendite



**103 INIZIATIVE**  
nell'ambito della  
manifestazione  
**Authentic Italian Table**



## **5 EDUCATIONAL TOUR**

45 INFLUENCER  
con un totale di quasi 7 milioni  
di followers



## **253 EVENTI all'estero**

oltre 700.000 *FOODIES*  
circa 14.000 INFLUENCER



**3 INDAGINI**  
sui prodotti  
**Alimentari**  
**Italian Sounding**  
(in Nord America, Europa  
e Asia)

# TRUE ITALIAN TASTE



*madeinitaly@assocamerestero.it*



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



**ASSOCAMERESTERO**  
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI  
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO