

BOZZA PROGETTO

ROMA SOUL FOOD

A SEUL

Progetto di
partecipazione
alla
manifestazione
Taste of Seoul
in Corea del Sud



The seven-day event is
the one and only food festival in Seoul,
a city of gastronomy

Agenda

Premesse	01	Caratteristiche di Taste of Seoul	02
<hr/>		<hr/>	
Partecipazione di Roma	03	Partnerships	04
<hr/>		<hr/>	
Costi	05	Nex steps	06
<hr/>		<hr/>	

01 PREMESSE

- La Corea del Sud è uno dei paesi con la maggiore crescita economica in tutto il mondo; ha alcuni players mondiali di altissima risonanza (Samsung, LG, settore semiconduttori, Hyundai); cresce molto in campi inediti, come la moda, la musica, il cinema, la cosmesi e la cucina; c'è una vera e propria "onda coreana" nel sistema globale della comunicazione;
- La Corea sta sviluppando un'azione molto importante in Italia di *soft power* per accreditarsi nel nostro paese; ha un Istituto di cultura coreana a Roma e recentemente al Teatro Argentina ha promosso spettacoli per affermare il valore della cultura di quel paese. Il turismo coreano è in crescita dovunque e anche a Roma e in Italia;
- Nell'estremo est asiatico la Corea del Sud è l'unico paese con maggioranza cristiana e una significativa presenza cattolica, argomento importante per il Giubileo;
- Nell'azione di soft power la cucina è uno degli elementi su cui il paese punta molto per affermarsi, anche in competizione con la cucina cinese e quella giapponese. In questo contesto la loro strategia è quella delle "alleanze", con una grande apertura verso l'Occidente e verso l'ibridazione delle due tradizioni, orientale e occidentale;
- L'iniziativa **Taste of Seoul** è la principale manifestazione in Corea in questo ambito: per una settimana si sviluppa nella capitale del Paese un festival della cucina in cui sono invitati anche ospiti internazionali, proprio per segnare la loro idea di diventare una città globale nell'ambito del food;
- Per l'edizione 2024 che si svolgerà alla fine di settembre (la data esatta uscirà fra pochi giorni) hanno invitato Roma a partecipare alla manifestazione, mettendo a disposizione servizi, infrastrutture e comunicazioni del festival;
- È loro intenzione sviluppare un interscambio promozionale tra Seul, Roma e l'Italia;
- La Corea del Sud è uno dei tre paesi identificati nel programma della Fondazione Roma & Partners per iniziative internazionali. In particolare, è il paese da privilegiare per la costruzione di iniziative di medio termine. L'edizione del 2024 è una prima iniziativa che, dati i tempi ristretti di preparazione, non permette un pieno dispiegamento delle potenzialità di Roma. Per l'edizione 2025 si potranno realizzare programmi ancora più impegnativi;

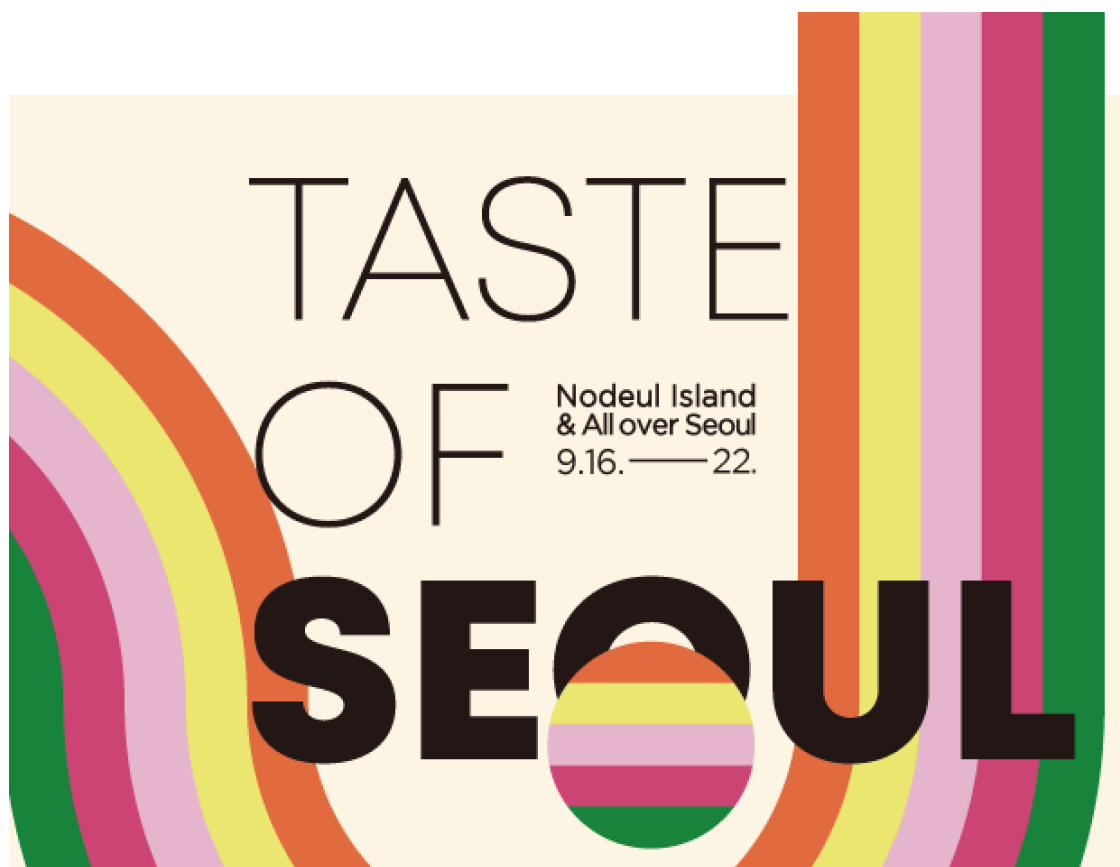
Si possono delineare alcuni vantaggi importanti per la città di Roma e in specifico per i Soci della Fondazione:

- La città di Roma costruisce un programma di marketing e di promozione turistica in uno dei paesi di più grande sviluppo al mondo che, anche per le sue dimensioni e le sue caratteristiche (paese libero, democratico e collegato all'occidente), può recepire più di

altri l'attrazione di Roma e dell'Italia. Può seguire la rotta del Giappone che da decenni è uno dei principali paesi di turismo internazionale che si rivolge a Roma;

- La Camera di Commercio può sviluppare attività molto promettenti per le imprese romane, soprattutto nel settore agro-alimentare, dell'agricoltura e della ristorazione;
- Aeroporti di Roma può incrementare il traffico su una rotta di lungo raggio molto promettente e, in aggiunta, anche eventuali operazioni di scalo-hub per altre capitali europee.

02. CARATTERISTICHE DI TASTE OF SEOUL



The seven-day event is
the one and only food festival in Seoul,
a city of gastronomy

Molte informazioni si possono dedurre dal sito dedicato all'edizione del 2023 al seguente indirizzo: <https://tasteofseoul.visitseoul.net>

In breve: **Taste of Seoul** è un festival gastronomico annuale della durata di sette giorni organizzato dal Governo Metropolitano di Seul per celebrare e promuovere la diversità culinaria della città. Ecco le principali attività e caratteristiche dell'evento:

1. Collaborazioni tra Ristoranti:

- *Menù Speciali*: Chef rinomati di ristoranti di alto livello collaborano per creare menù esclusivi. Ad esempio, chef di Jungsik Seoul, Jua di New York e di Lima hanno collaborato su un menù di 10 portate
- *Cene di Gala*: Il giorno di apertura presenta cene di gala con chef e talenti culinari di vari ristoranti raccomandati. Questo fornisce una piattaforma per lo scambio e l'innovazione culinaria.

2. Eventi Pop-Up:

- *Corsi di Cucina e Tour*: Il festival include corsi di cucina, tour guidati nei mercati tradizionali come il Mercato Gwangjang e il Mercato Ittico Noryangjin, e visite a bar e case da tè. Guide in lingua inglese sono disponibili per queste attività;
- *Integrazione Culturale*: Eventi come il programma di produzione di makgeolli alla Sool Gallery e collaborazioni con chef internazionali offrono opportunità di scambio culturale.

3. Settimana dei Ristoranti:

- *Offerte Speciali*: Durante la Settimana di Taste of Seoul, i ristoranti selezionati offrono piatti speciali e promozioni. 67 ristoranti partecipano, presentando nuove pietanze e innovazioni culinarie.

4. Guide Gastronomiche e Promozioni:

- *Guida 100 Taste of Seoul*: Una guida che elenca i 100 migliori ristoranti in varie categorie (coreana, asiatica, occidentale, griglia, a base vegetale, caffè, dessert, bar) è pubblicata per aiutare i visitatori a esplorare la scena culinaria di Seoul. Questa guida è disponibile sia in coreano che in inglese;
- *Promozioni sui Social Media*: Il governo di Seul promuove attivamente i ristoranti e gli eventi partecipanti sui social media per incoraggiare i commensali a condividere le loro esperienze e creare un forte interesse.

Taste of Seoul non solo mette in evidenza la diversità culinaria della città, ma mira anche a rafforzare la sua posizione come destinazione gastronomica di rilievo a livello globale, attirando appassionati di cibo da tutto il mondo per sperimentare i sapori unici e la cultura gastronomica di Seoul.

Sul sito sono riportati i programmi dell'edizione dello scorso anno, che comprendono una serie ricchissima di iniziative, che vanno dalle lezioni di cucina, ai tour nei mercati, dalle cene di gala alle conferenze sul cibo. Il promotore dell'iniziativa è la municipalità di Seul, con un importante coinvolgimento delle istituzioni nazionali.

03 PARTECIPAZIONE DI ROMA

Roma intende partecipare all'edizione del 2024 in maniera leggera, utilizzando le disponibilità logistiche, organizzative e di comunicazione messe a disposizione dalla municipalità di Seul e perciò degli organizzatori della manifestazione.

In particolare, il programma comprende:

- Lezioni sulla cucina romana e italiana da parte di uno o più chef romani: potrebbe esserci una lezione al giorno, con una rotazione dei menù e dei piatti tipici romani;
- Cena di gala con uno chef romano, possibilmente insieme a uno chef coreano con un tentativo di "ibridare" le due cucine, o comunque prendere alcuni ingredienti o piatti delle due tradizioni e inserire elementi dell'altra o come gli chef suggeriranno;
- Video descrittivi della cucina romana da distribuire durante la manifestazione e da postare sui loro canali di distribuzione on line (social media, you tube);
- Conferenza sulle qualità della cucina romana (e italiana) durante una giornata della manifestazione da dedicare a Roma.
- Altre iniziative possono partire anche su suggerimenti degli organizzatori o inserimenti nei loro programmi in via di definizione.

Inoltre, gli organizzatori s'impegnano nella loro attività di comunicazione della manifestazione a promuovere sia le iniziative di Roma in programma, sia di valorizzare la presenza romana nella loro comunicazione ufficiale.

La partecipazione del 2024 è propedeutica a una presenza più strutturata e sistematica nel 2025, con la presenza dei produttori agricoli; dei maggiori brand dell'industria agro-alimentare sia romani che laziali; iniziative di pubbliche relazioni e presenza stampa più ampie.

04 PARTNERSHIP DELL'INIZIATIVA

La partecipazione di Roma è ideata, composta e realizzata dalla Fondazione congiuntamente ai tre soci della Fondazione, ciascuno dei quali apporterà particolari specifiche azioni.

In particolare, si può pensare a:

- un apporto del comune di Roma in termini di comunicazione, relazione con i media internazionali e predisposizione di materiali di comunicazione generali sulla città, la sua storia e la sua cultura, già disponibili, da sottotitolare in coreano;
- un apporto di AdR in termini di relazione con compagnie aeree (a partire da Korean Airlines) per la promozione ed eventuale sponsorizzazione di quella compagnia aerea della nostra partecipazione; in termini di comunicazione dell'evento con mezzi di propria disponibilità in aeroporto; in termini di comunicazione di carattere più generale;
- un apporto della Camera di Commercio di Roma in termini di coinvolgimento di alcune imprese romane all'iniziativa, o di apporto di istituzioni e associazioni del sistema camerale, a partire dalla camera di Commercio italiana a Seul.

Partner dell'iniziativa, con differenti ruoli e specifici compiti, possono essere:

- il Gambero Rosso, che ha già realizzato alcune manifestazioni a Seul (degustazioni di vini e altre iniziative sulla cucina) e ha dei corrispondenti stabili in Corea, che potrebbe fornire video selezionati già editi, ma da sottotitolare in Coreano; supportare l'iniziativa scegliendo, istruendo e coordinando gli chef da coinvolgere e l'insieme dei contenuti e della comunicazione digitale correlati al cibo e al vino;
- Confcommercio-Fipe per mobilitare l'interesse di ristoranti e del mondo degli esercizi commerciali legati al cibo per promuovere l'evento.

05 COSTI

In via generale i costi relativamente alle infrastrutture di localizzazione e di ospitalità delle iniziative di Roma sono a carico degli organizzatori di Taste of Seoul.

Sono a carico della Fondazione Roma & Partners:

- Costi dei viaggi e soggiorno* dei partecipanti;

- Costi dei viaggi, soggiorno* e compenso professionale dello chef (o al massimo due) che arrivano da Roma (in alternativa si può coinvolgere uno chef italiano che già ha un ristorante di successo a Seul);
- Costi della fornitura da parte del Gambero Rosso del materiale video sottotitolato in coreano, reclutamento, istruzioni e coordinamento delle attività relative alle lezioni di cucina e comunicazione in loco;
- Cena di gala in un ristorante italiano a Seoul, o in ambito della fiera, con menù “romano” per 30 persone.

(*) Si può chiedere a Korean Air se può sponsorizzare l’evento facendosi carico del costo dei voli; si chiederà alla Municipalità di Seul eventuali costi di ospitalità.

06 NEXT STEPS

I passaggi necessari e, data la ristrettezza dei tempi, particolarmente urgenti sono:

1. Condivisione del Progetto, con eventuali integrazioni, cambiamenti, variazioni tra la Fondazione e i suoi Soci (entro giugno)
2. Condivisione del Progetto con maggiori dettagli con l’Istituto di cultura coreana a Roma (entro giugno);
3. Invito ufficiale della Municipalità di Seul (entro giugno);
4. Coinvolgimento partner (entro luglio)
5. Avvio operazioni (entro luglio).