

## Il progetto Oro di Roma 2008

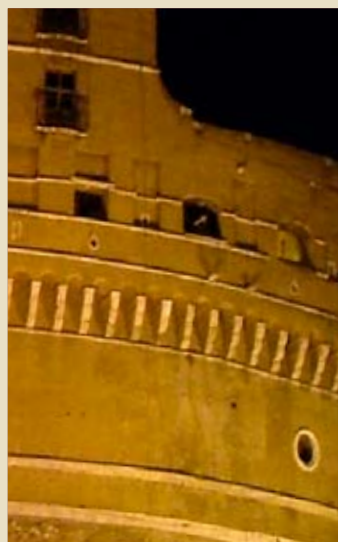
ORO DI ROMA ideato e promosso dalla Confesercenti Prov.le di Roma e' sempre più un progetto di "sistema" che sintetizza il meglio della capacità produttiva delle imprese del nostro territorio. Anche quest'anno infatti, a conferma della giusta intuizione avuta nella passata edizione, oltre al consolidato comparto orafa-argentiero rappresentato da circa sessanta aziende, vediamo il mondo legato all'enogastronomia, quello della moda, e non per ordine di importanza quello del turismo e quindi del nostro territorio. ORO DI ROMA è giunto alla sua sesta edizione evolvendosi ed ampliandosi sia dal punto di vista dell'internazionalizzazione sia per quanto riguarda la tipologia delle categorie rappresentate, tutto questo grazie alla fiducia accordataci dagli enti locali, quali la Regione Lazio con i suoi Assessorati al Commercio, all'Agricoltura e al Turismo, la Provincia di Roma, il Comune di Roma, la CCIAA di Roma, oltre all'ARSIAL e Sviluppo Lazio; senza dimenticare il ruolo fondamentale degli sponsor tra cui la Boscolo Hotels e la Banca Toscana che ci accompagnano sin dalla prima edizione.

ORO DI ROMA, a Castel Sant'Angelo presenterà circa seicento prodotti orafi rigorosamente fatti a mano e dunque unici ed irripetibili, simbolo delle eccellenze del Made in Italy che ORO DI ROMA, negli anni, ha portato nel mercato americano ed asiatico. La mostra sarà integrata da alcuni abiti firmati da maison storiche e da stilisti emergenti ed accompagnata da numerose iniziative collaterali: sfilate di moda e gioielli organizzate da Antonella Ferrari, degustazione di vini laziali, serate di gala, presentazione in anteprima del catalogo ufficiale ORO DI ROMA 2008.

### **ORO DI ROMA è mostre, sfilate, degustazioni ma non solo ...**

ORO DI ROMA avvia un importante rapporto con l'ITPC, un organismo che associa i 25 tour operator americani che programmano l'Italia, disponendo di una rete di agenzie di circa 6000 venditori dislocati in tutti gli Stati Uniti e che gestiscono il 75% dei flussi turistici verso L'Italia.

A New York, nel 2006 promuove la Roma Pass. A Chicago, nel 2007 sigla un protocollo affinché le nostre imprese del commercio e del turismo possano interagire con quelle statunitensi.



## Il progetto Oro di Roma 2008

Nel 2008 A Chicago in occasione dell'Italian Style  
verrà lanciata la Quality Card Lazio.

In tale occasione presenteremo inoltre un accordo, siglato con la MET, relativo  
all'assistenza sanitaria del turista, una vera e propria clinica del viaggiatore.

Dunque ORO DI ROMA, interagisce sempre più con il mondo del turismo,  
sponsorizzando la nostra città attraverso i turisti che possono così usufruire di tutti  
vantaggi che derivano dalla realizzazione di un circuito di imprese che si fanno garanti  
dell'assistenza e della qualità dei nostri prodotti.

ORO DI ROMA quest'anno introduce un importante novità che fa comprendere  
quanto questo progetto oltre a promuovere le aziende,  
si occupa anche di "concretizzare" quanto in questi anni ha costruito  
e lo fa organizzando, a Roma, un workshop:

Questo evento nell'evento, in quanto avrà luogo contemporaneamente a quello di  
Castel Sant'Angelo, sarà organizzato di concerto con gli Assessorati al Commercio  
ed al Turismo della Regione Lazio, con Sviluppo Lazio ed ICE.

L'evento prevede un workshop di tre giorni durante i quali verranno ospitati circa  
quaranta buyer provenienti dal Midwest degli Stati Uniti,  
dalla Cina, dalla Spagna e dalla Russia.

Ai buyer si aggiungeranno giornalisti di settore ed opinion leader che avranno il  
compito di internazionalizzare ancor più la nostra missione.

New entry nel 2008, sarà inoltre la collaborazione con la Scuola Internazionale per  
stranieri Leonardo Da Vinci, partner della Confesercenti ed ideatrice del progetto  
"Gustolab – Il laboratorio del gusto" che verrà integrato ad Oro di Roma 2008.

Cosa è Gustolab? il Laboratorio del gusto

Il cibo come approccio culturale. Gustare il cibo "laziale" per meglio comprendere  
la cultura, l'arte e lo stile di vita della nostra regione, il perché del nostro orgoglio di  
appartenenza ad una grande cultura gastronomica.

Informare ed educare gli studenti stranieri alla qualità del buon cibo e dei suoi genuini  
ingredienti, comunicare conoscenza ma anche emozione e riconoscimento della vera  
tradizione enogastronomica del Lazio, farli diventare aperti al piacere ed alla scoperta



## Il progetto Oro di Roma 2008

di quella cultura del cibo che ci ha reso famosi nel mondo. A Chicago grazie l'Assessorato all'Agricoltura della Regione Lazio ed ARSIAL verrà presentato ufficialmente il progetto Gustolab-Confesercenti in occasione di un convegno sulla dieta mediterranea.

Il 2008 sarà all'insegna dell'internazionalizzazione. Infatti oltre ad organizzare il workshop con i buyer, in concomitanza con la manifestazione romana, ORO DI ROMA sarà ospitata per il secondo anno consecutivo all'interno del centro fieristico del Navy Pier di Chicago, che registra un flusso di 9 milioni di visitatori l'anno.

L'occasione è l'Italian Style, un salone espositivo concepito per promuovere l'eccellenza dello stile italiano nel Midwest degli Stati Uniti, organizzato dalla Camera di Commercio Italo Americana.

All'Italian Style 2008 saranno presenti i più importanti nomi del Made in Italy, nonché i maggiori rappresentanti istituzionali ed imprenditoriali locali e internazionali. ORO DI ROMA organizzerà un suo spazio, all'interno del quale saranno rappresentati i sistemi produttivi caratterizzanti del progetto.

Infine ORO DI ROMA pur essendo un progetto teso a catalizzare su di se l'etichetta del lusso si ripropone, come già avvenuto nel 2004 e nel 2005 a fianco di Telethon, come veicolo di solidarietà.

In particolare quest'anno, sarà organizzata un'asta il cui risultato sarà devoluto in beneficenza.

La Sig.ra Daniela Allega Fuciarelli, nota artista romana che risiede da diversi anni a Detroit negli USA, ha realizzato un gioiello "unico" che sarà oggetto dell'asta.

Il gioiello rimarrà in esposizione presso Castel Sant'Angelo durante tutto il periodo della mostra e seguirà ORO DI ROMA nel suo percorso.

ORO DI ROMA dunque si trasforma in "sistema", inglobando diverse arti e tradizioni del nostro territorio e diventando sponsor di tutti i suoi protagonisti.

