

## ASSOCAMERESTERO: ENTRA NEL VIVO “THE AUTHENTIC ITALIAN TABLE”

ROMA\ aise\ - È entrata nel vivo “The Authentic Italian Table”, iniziativa a valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy agroalimentare autentico promossa da Assocamerestero e realizzata da 23 Camere di Commercio italiane all'estero (CCIE) con la partecipazione di Alitalia, in qualità di “Official Airline Carrier” in 10 sedi. La manifestazione, in corso fino al prossimo 29 giugno, coinvolge in tutto 3 continenti e oltre agli Stati Uniti vede nell'edizione di quest'anno per la prima volta la partecipazione di Asia e Europa. Finora sono 15 le tappe che si sono susseguite con successo sui territori su un totale di 29. Oltre ai numerosi consorzi, cantine, aziende del food & wine e del lifestyle italiane, più di 160 i ristoranti coinvolti di cui molti certificati Ospitalità Italiana (OI) con la partecipazione di chef stellati e sommelier. “Per questi eventi le CCIE hanno coinvolto quasi 8.000 tra influencer, esperti di settore, e foodies – afferma Gian Domenico Auricchio, Presidente di Assocamerestero – che stanno partecipando a workshop culinari e degustazioni di prodotti italiani DOP, IGP e BIO. Le numerose tappe in corso testimoniano il profondo impegno della rete camerale nel progetto True Italian Taste, di cui la manifestazione fa parte. Grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, Assocamerestero sta infatti lavorando già da tre anni insieme con le CCIE per aumentare la conoscenza all'estero dei prodotti 100% Made in Italy.” Show cooking e masterclass per influencer e consumer selezionati da Madrid a Monaco, tasting guidati di autentici prodotti Made in Italy da Londra a Vancouver, workshop dedicati al food & wine a Francoforte, corsi di cucina a Monaco, contest da Houston a Pechino, creazioni di food design a Miami, talk show con chef a Tokyo: sono queste le principali iniziative di “The Authentic Italian Table”, per promuovere e diffondere la conoscenza del vero prodotto agroalimentare italiano e del suo gusto più “autentico”. Più nel dettaglio la manifestazione mette in tavola le eccellenze della tradizione culinaria italiana e del prodotto 100% autentico grazie alla collaborazione delle Camere di Commercio italiane di Amsterdam, Bangkok, Barcellona, Bruxelles, Chicago, Città del Messico, Francoforte, Houston, Londra, Los Angeles, Lussemburgo, Madrid, Marsiglia, Miami, Monaco, Montréal, New York, Nizza, Pechino, Tokyo, Toronto, Vancouver e Zurigo. Con un valore di 41,8 miliardi di euro, l'export dell'agroalimentare tricolore ha registrato un nuovo record nel 2018, in aumento dell'1,2% sull'anno precedente. E anche il 2019 si è aperto con un'accelerazione registrando una crescita del 3,2% delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2018. Il 65% del nostro export food & beverage è assorbito dai paesi europei – primi fra tutti Germania (16,7%), Francia (11,3%) e Regno Unito (8,1%) – mentre il Nord America (12%) si conferma mercato di riferimento al di fuori dell'Europa, seguito dal Giappone (2,7%). “THE AUTHENTIC ITALIAN TABLE” IN AMERICA Ad ospitare l'apertura e la chiusura di “The Authentic Italian Table” sono Miami e Città del Messico che accompagnano numerosi appuntamenti nel continente americano, da Los Angeles a Montréal e Toronto, da New York a Chicago fino a Houston e Vancouver. Protagonista in Canada è stata l'Emilia-Romagna: a Montréal i ristoranti hanno preparato 3 piatti e uno di questi è stato realizzato con ingredienti romagnoli ed è diventato oggetto di un contest. Anche a Vancouver la giuria ha premiato la miglior ricetta e il miglior abbinamento di prodotti agroalimentari e vini emiliani. Negli States sono stati celebrati la pasta, il grana padano e il food design: giurie di influencer hanno selezionato le ricette migliori, in presenza dei principali food blogger americani, e contest per le migliori creazioni di food design in grado di interpretare il legame che unisce il buon cibo allo stile di vita italiano. “THE AUTHENTIC ITALIAN TABLE” IN ASIAPer la prima volta “The Authentic Italian Table” approda nel continente asiatico, con appuntamenti a Bangkok, Pechino e Tokyo. A Bangkok tutti i ristoranti coinvolti sono certificati OI e le protagoniste sono le aziende che vendono prodotti italiani autentici, messi a disposizione per le degustazioni. A Pechino le attività culinarie saranno affiancate da quelle ludiche e a fine informativo – educativo, con un contest finale in cui il pubblico sarà coinvolto nell'identificare prodotti e ingredienti. La capitale giapponese ha ospitato invece oltre 250 influencer e ha visto la partecipazione di special guest, tra cui l'influencer food Francesco Bellissimo, l'attore e modello Andrea Cocco e Benedetta Parodi in videocollegamento. Sono stati coinvolti circa 20 ristoranti e organizzate cooking performance. “THE AUTHENTIC ITALIAN TABLE” IN EUROPA In Spagna il focus della manifestazione che giunge per la prima volta in Europa è rappresentato dal connubio tra i piatti e le specialità della tradizione italiana e le storie e tradizioni culinarie del Belpaese, con masterclass e show cooking. La Germania ospita i prodotti tipici pugliesi, alcuni DOP e IGP, seminari di degustazione guidata, workshop e un corso di cucina sul riso, che illustrerà le caratteristiche dei risi italiani e la preparazione di un risotto tipico con prodotti DOP. A Ginevra, l'evento della CCIE di Zurigo, si raccoglieranno oltre 100 influencer e sarà consegnato il premio “I Numeri Uno”, istituito dalla CCIS per premiare le personalità che con la loro attività professionale in Svizzera hanno contribuito a diffondere la cultura gastronomica italiana. Gli eventi di Amsterdam e Bruxelles saranno guidati da prestigiosi Chef mentre il Lussemburgo dedicherà un focus al Sud Italia, con degustazioni di pasta di Gragnano e orecchiette pugliesi, oli del Meridione e dolci siciliani. In Francia infine, è stato protagonista il tartufo, mentre Londra darà spazio al beverage con corner dedicati ai principali brand italiani di acque minerali e bibite. (aise)