

AUTHENTIC ITALIAN TABLE: AL VIA LA NUOVA EDIZIONE

ROMA\ aise\ - Assocamerestero – l'Associazione delle 81 Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) e Unioncamere – lancia oggi la nuova edizione di “Authentic Italian Table”, prestigiosa manifestazione internazionale di promozione del Made in Italy agroalimentare autentico, che punta ad incrementare il consumo consapevole dei prodotti 100% italiani e ad arginare il fenomeno dell'Italian Sounding particolarmente diffuso nei principali mercati di destinazione del nostro export. Dal monitoraggio sulla diffusione del fenomeno – condotto da Assocamerestero in collaborazione con le CCIE – risulta infatti che sono molti i prodotti colpiti e in particolare i latticini e i prodotti lattiero-caseari (35,2% dell'Italian sounding) in Nord America mentre in Europa la categoria più danneggiata è quella dei prodotti confectionery (55,5%; piatti pronti e surgelati, conserve e condimenti etc) e in Asia prevalgono le imitazioni dei condimenti italiani (26,8%). Il contesto di attualità ha determinato un aggiornamento degli eventi di promozione di “Authentic Italian Table” che alla modalità classica in presenza hanno abbinato format innovativi di organizzazione fisica-digitale e a distanza. Un'occasione per coinvolgere in modo più ampio un pubblico trasversale composto da influencer, esperti di settore e foodies. La manifestazione che coinvolge tre continenti, Nord America, Asia e Europa, entra in questi giorni nel vivo dell'attività con un totale di 63 iniziative in corso in questo mese - l'ultima tappa è prevista il 2 ottobre - così suddivise: 39 in Nord America, 9 in Asia e 15 in Europa. “Authentic Italian Table” rientra nel Progetto “True Italian Taste”, promosso e finanziato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale nell'ambito della Campagna di promozione del cibo 100% Made in Italy e citato anche dal recente Patto per l'Export. Show cooking e sessioni di cucina nelle principali tappe della manifestazione in Nord America tra cui Chicago, Houston e Los Angeles, in Europa a Nizza e Londra e in Asia a Bangkok, Pechino; cooking class a Ho Chi Minh City e Seoul, workshop a Tokyo, un'accademia dedicata alle ricette Made in Italy a Barcellona, degustazioni e cene a tema con la partecipazione di chef rinomati a Bruxelles, Lione, Zurigo e New York, degustazioni di prodotti in Lussemburgo, video promozionali su specialità food a Madrid e Monaco, spot radio e promozione presso i ristoranti e gli store a Francoforte e Vancouver, percorsi enogastronomici dedicati a Marsiglia, webinar culinari a Montréal, Toronto, Città del Messico e Amsterdam, tour virtuali del gusto a Miami, Hong Kong e Singapore. Sono queste le principali iniziative di “Authentic Italian Table”, per promuovere e diffondere la conoscenza del vero prodotto agroalimentare italiano e del suo gusto più autentico. Artefici della manifestazione, oltre ad Assocamerestero le 28 Camere di Commercio Italiane all'Estero che hanno collaborato alla sua realizzazione: si tratta delle CCIE di Chicago, Houston, Los Angeles, Miami, New York, Montréal, Toronto, Vancouver, Città del Messico, Bangkok, Ho Chi Minh City, Hong Kong, Pechino, Seoul, Singapore, Tokyo, Amsterdam, Barcellona, Bruxelles, Francoforte, Lione, Londra, Lussemburgo, Madrid, Marsiglia, Monaco, Nizza e Zurigo. Particolarità dell'edizione di quest'anno l'attenzione alle specialità territoriali e alle peculiarità regionali del Made in Italy con iniziative di promozione focalizzate sulle tradizioni e le diverse eccellenze enogastronomiche locali. La tradizione culinaria siciliana, ad esempio, è oggetto delle iniziative organizzate dalle CCIE di Hong Kong, Nizza e Singapore; ancora la qualità e artigianalità delle specialità piemontesi prende vita a Zurigo; i piatti tipici della storia toscana sono i protagonisti indiscussi sulle tavole di Madrid, Chicago e Ho Chi Minh City con video regionali e show cooking dedicati; l'antica tradizione della cucina campana è valorizzata nel continente asiatico a Bangkok con la preparazione della tipica pizza napoletana, cucinata in un forno certificato italiano. L'innovazione è al centro in particolare delle iniziative promosse dalla CCIE di Singapore; la Camera prevede infatti l'utilizzo della tecnica all'avanguardia del Sound Design, che abbina la preparazione e l'assaggio dei prodotti all'utilizzo di file audio/video per far immergere a 360 gradi i partecipanti nell'esperienza di gusto del Made in Italy. Ad accompagnare i partecipanti di “Authentic Italian Table” alla scoperta dei sapori, ingredienti e realizzazione delle specialità italiane autentiche un team di chef stellati e altamente qualificati con expertise nelle diverse tradizioni enogastronomiche del Made in Italy. “Nonostante il difficile contesto di attualità, il settore agroalimentare continua a tenere con apprezzabili performance e si porrà anche in futuro come un importante asset per il nostro Made in Italy sui mercati internazionali”, ha dichiarato Gian Domenico Auricchio, Presidente di Assocamerestero. “La strategicità del progetto True Italian Taste è testimoniata anche dal fatto che il Ministro Di Maio abbia voluto inserirlo tra i canali di attuazione dei pilastri strategici delineati dal “Patto per l'Export”, che definiscono una linea condivisa di presenza sui mercati esteri di tutti i soggetti che possono dare significativi contributi all'apertura internazionale delle nostre imprese”. (aise)