

Kuala Lumpur

COMUNICATO STAMPA

AUTHENTIC ITALIAN FOOD EXCELLENCE WEEK 2020 EAT HEALTHY, TASTE ITALY

KUALA LUMPUR, 22 SETTEMBRE 2020 – Nell'ambito delle azioni promozionali presso la GDO (Grande Distribuzione Organizzata) in Malesia, è stata inaugurata ieri, martedì 22 settembre, la seconda edizione del roadshow - Authentic Italian Food Excellence – dal tema “Eat Healthy, Taste Italy” che si svolge fino al prossimo 4 ottobre presso la catena di supermercati *Jaya Grocer*, <https://www.jayagrocer.com/>, nel centro commerciale Intermark di Kuala Lumpur. Il roadshow è stato inaugurato ufficialmente dall'Ambasciatore d'Italia in Kuala Lumpur, S.E. Cristiano Maggipinto insieme al Dr. Samuele Porsia, Direttore dell'Ufficio ICE di Kuala Lumpur e i due titolari delle due società di importazione di prodotti alimentari e ortofrutticoli alla presenza dei proprietari della catena *Jaya Grocer*.

L'inaugurazione ha avuto il suo momento topico nel taglio di una forma di pecorino alla presenza dei giornalisti e blogger della stampa specializzata che hanno potuto assaggiare i piatti tipici italiani, finemente preparati da uno chef professionista italiano, che ha illustrato i benefici degli ingredienti e dei prodotti della dieta mediterranea. La promozione *in-store* si svolgerà dal 22 settembre al 18 ottobre per quattro settimane presso 7 supermercati di *Jaya Grocer* attraverso l'offerta di una vasta gamma di generi alimentari e di prodotti freschi di importazione. In particolare verranno promossi nuovi prodotti quali: cioccolatini, patatine, farine, crostini, grissini, pasticcini, piatti pronti, marmellate e tartufi e oli di oliva aromatizzati. Tali prodotti appartengono a vari marchi presenti per la prima volta, in particolare, Amica, Granoro, La Rustichella, Scotti, Vitavigor, Caputo, Panealba. Sono stati anche introdotti per la prima volta sul mercato locale prodotti ortofrutticoli freschi quali finocchio, radicchio rosso, lattuga, cipolla boretana, cavolo nero, e fichi d'india.

Per attirare i consumatori, l'Ufficio ICE in loco e *Jaya Grocer* organizzeranno un concorso “Spendi e Vinci”. I partecipanti al concorso avranno una possibilità di vincere una notte in una camera Premier presso l'albergo Le Meridien e buoni in contanti per il ristorante La Favola una volta raggiunto un controvalore di acquisti pari a RM2,000 (€400) di prodotti italiani presso i supermercati.

Il roadshow “Eat Healthy, Taste Italy” - Authentic Italian Food Excellence - rappresenta la più vasta campagna promozionale supportata dall'Ufficio ICE in loco per promuovere i prodotti alimentari “Made in Italy” in Malesia. L'iniziativa sarà promossa sulle piattaforme

multimediali come giornali, stazioni radio e tramite i più popolari Key Opinion Influencer (KOI). Oltre a incoraggiare gli acquisti di autentici prodotti italiani, la campagna mira anche a mettere in luce l'eccellenza dei prodotti e della produzione italiana, soprattutto, a condividere lo stile del vivere all'Italiana. Al riguardo è stato anche realizzato un opuscolo che verrà distribuito nei supermercati per educare i consumatori locali all'utilizzo corretto degli ingredienti per preparare piatti tipici della dieta mediterranea.

L'iniziativa rientra tra le azioni promozionali per la GDO in Malesia. L'Ufficio ICE di Kuala Lumpur ha individuato, tra i maggiori importatori locali di prodotti alimentari, la società Euro-atlantic <https://euro-atlantic.com.my/>, specializzata nei prodotti ortofrutticoli e la società Global Pacific Victory (GPV) <https://euro-atlantic.com.my/>, specializzata nei prodotti lattiero-caseari, pasta e conserve. È stata trasformata l'area dell'atrio del centro commerciale Intermark in un tradizionale mercato italiano, offrendo ai consumatori locali, una larga scelta di prodotti alimentari. Il lancio di questi nuovi prodotti alimentari ha riscosso un notevole successo di pubblico e ha rappresentato una novità assoluta per la capitale della Malesia.

Secondo gli ultimi dati sull'interscambio commerciale Italia-Malesia relativi ai primi sei mesi del 2020, le esportazioni di prodotti alimentari italiani hanno registrato un calo del 33.6% rispetto allo stesso periodo del 2019 mentre le vendite di bevande sono diminuite del 65% a causa del confinamento dovuto alla pandemia e della conseguente paralisi del settore HORECA. Nel 2019 le esportazioni di prodotti alimentari italiani avevano registrato una crescita del 24% rispetto allo stesso periodo del 2018, per un controvalore di circa 58 milioni di euro mentre le esportazioni di bevande erano rimaste stabili per un importo di circa 6 milioni di euro. La costante crescita delle esportazioni di prodotti alimentari italiani, ad eccezione del presente anno, conferma l'importanza dell'organizzazione di eventi promozionali, come l'Authentic Italian Food Excellence, volti a incrementare la vendita di prodotti made in Italy, sempre più diffusi e apprezzati dai consumatori locali.

