

Testo n. 3

In occasione delle celebrazioni del settimo centenario dalla morte di Dante Alighieri, l'Ambasciata d'Italia a Pechino e la rete diplomatico-consolare in Cina, in raccordo con gli Istituti di Cultura ed ENIT, hanno elaborato un articolato palinsesto composto da oltre cinquanta attività promozionali di tema dantesco.

Queste attività si articolano in diversi filoni che spaziano dalla letteratura al cinema, dalla musica alle produzioni teatrali e all'arte, ivi incluse le presentazioni al pubblico delle più recenti e autorevoli traduzioni cinesi della Divina Commedia. Ai filoni più tradizionali, si affiancheranno attività sperimentali che vedranno la messa a confronto di Dante con grandi poeti cinesi, l'associazione della produzione dantesca con percorsi turistici tematici e con la riscoperta della gastronomia trecentesca nonché l'utilizzo di strumenti e piattaforme digitali per la diffusione della conoscenza dantesca destinata al grande pubblico di internauti cinesi.

“Insieme ai Consolati Generali d'Italia in Cina e agli Istituti di Cultura –ha commentato l'Ambasciatore d'Italia in Cina, Luca Ferrari- abbiamo organizzato un fitto programma di eventi per diffondere la conoscenza di Dante anche ai giovani che compongono il variegato miliardo di netizen cinesi. Essi andranno così ad aggiungersi agli intellettuali cinesi e ai circoli culturali e universitari dove Dante è già molto conosciuto e apprezzato. Il Sommo Poeta fiorentino costituisce per noi italiani un patrimonio culturale inestimabile e la messa a confronto con poeti e artisti cinesi costituirà un tassello di pregiatissimo valore in vista dell'Anno della Cultura e del Turismo tra Italia e Cina del 2022.”

Testo n. 2

Oltre mille aziende hanno partecipato al webinar ospitato oggi dall'Ambasciata d'Italia a Pechino e organizzato assieme alla Farnesina e Agenzia ICE per le imprese italiane interessate al mercato cinese. L'iniziativa si colloca nel più ampio programma di numerosi eventi virtuali realizzati finora dall'Ambasciata in collaborazione con i principali soggetti del Sistema Paese.

In apertura dei lavori, moderati dall'Ambasciatore d'Italia in Cina Luca Ferrari, il Sottosegretario al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, On. Manlio Di Stefano, ha illustrato i principali strumenti messi a disposizione delle imprese dal Governo per fronteggiare l'impatto dell'epidemia di Covid-19 sul sistema produttivo nazionale.

Il Presidente dell'Agenzia ICE, Carlo Maria Ferro, ha ricordato le principali iniziative a sostegno delle imprese italiane attive in Cina, soffermandosi sulle opportunità di rafforzare la presenza del "made in Italy" nei profittevoli canali della Grande Distribuzione Organizzata e dell'e-commerce cinesi.

Il vasto potenziale espansivo ancora inespresso dell'export italiano al centro dell'intervento del Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI, Amb. Lorenzo Angeloni, che ha presentato il "Piano straordinario per il made in Italy" con risorse già stanziare per circa 350 milioni di Euro destinati all'individuazione di nuovi mercati e alla loro penetrazione in base alle priorità strategiche delle aziende italiane.

Testo n. 1

Il Console Generale d'Italia a Chongqing, Guido Bilancini, ha partecipato ieri pomeriggio all'evento "Italian Pasta and Spices Masterclass"

Organizzato presso l'hotel Crowne Plaza di Jiefangbei, l'evento e' parte del piu' ampio progetto "True Italian Taste", finanziato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e promosso da Assocamerestero insieme con le camere commercio all'estero, con l'obiettivo di combattere il fenomeno del c.d. "Italian sounding", ovvero la vendita di quei prodotti (soprattutto nel campo alimentare) che evocano l'Italia attraverso immagini e nomi commerciali, senza tuttavia essere "made in Italy".

Dopo i discorsi inaugurali, i numerosi esperti nel settore F&B, nutrizionisti, distributori di prodotti italiani, media e blogger che hanno partecipato all'evento hanno potuto assistere ad una tavola rotonda dal titolo "Mediterranean diet", durante la quale hanno avuto l'opportunità di apprendere il significato dei marchi di qualita' "DOP" e "IGP" presenti su alcune confezioni di pasta. La tavola rotonda e' stata seguita da una cooking class, diretta a far meglio conoscere la cucina autentica italiana, un wine tasting e ad una sessione di networking.