

MALAYSIA

I prodotti Italiani, dopo aver conquistato e saturato il mercato cinese, invadono la Malaysia!

Sogni di una notte d'estate avanzata!

Kuala Lumpur 20 – 24 settembre 2006



KUALA LUMPUR Petronas Towers: 22 piani di acciaio e cristallo, simbolo della strabiliante crescita economica Malese. Silhouette di 451 metri che domina il quartiere degli affari e dei commerci.

A Kuala Lumpur, contrariamente a *Shanghai* (Missione Asiatica di CIAO ITALIA maggio 2006) è facile dialogare con le persone del luogo. Questo facilita molto la comprensione del Paese in cui ci si trova: quanto sia conosciuta l'Italia e gli italiani, quali prodotti si attendono da noi e soprattutto aiuta a riflettere sul perché siamo assenti, quasi totalmente, da questo mercato.

Il tassista che ci porta dall'albergo alla sede dove abbiamo allestito la mostra dei prodotti eno gastronomici ed agro – alimentari della *Provincia di Latina* ha, come tutti i malesiani, voglia di conoscerci e, come un qualunque tassista italiano, incalza con una serie di domande: chi siamo? da dove veniamo, cosa siamo venuti a fare in Malaysia, ci piace Kuala Lumpur?

Soddisfatto delle nostre risposte ci dice cosa conosce dell'Italia e cosa pensa di noi.

La conversazione, nonostante le difficoltà della lingua, conferma le nostre impressioni.

La *Ferrari* è un mito universale ed il *calcio* e i *calciatori italiani* sono un "interesse" costante, accresciuto ancor di più, se possibile, dalla vittoria Italiana al Campionato del Mondo. Il nostro tassista apprezza la *cucina italiana*, ma sinceramente non so se per averla provata o solo per sentito dire, perché comunque, vino e spaghetti, costituiscono uno *status simbol*.

Prima riflessione: quanto e come sfruttiamo questi formidabili veicoli pubblicitari per promuovere il MADE IN ITALY ?

La conversazione continua e dalla "Ferrari" alla "Fiat" il passo è breve, anche perché il nostro tassista ha avuto in passato una Fiat:

"Ho avuto una Fiat ed era veramente una grande e bella macchina, scattante, affidabile, veloce e comoda; ma era una Fiat Mirafiori (testuali parole n.d.r.) non le Fiat odierne, Fiat asiatiche.."

In effetti, in mezzo ad un traffico da ora di punta a Roma, non riesco a vedere auto italiane in circolazione. Non capisco, le auto del gruppo Fiat, prime, per me, per eleganza e prestazioni, sono ancora oggi all'altezza della fama della "Fiat Mirafiori".

Le auto d'importazione hanno tariffe proibitive e le Alfa Romeo, prodotte in Italia, sono quasi introvabili.

Ma non è questa la ragione della mancata diffusione delle auto italiane nei mercati asiatici, sia della Malaysia che della Cina: la causa è in un errore che si ripete da parte delle nostre Aziende e dei nostri produttori, piccoli e grandi e di qualsiasi prodotto. L'Italia delude l'immaginario collettivo che vuole vedere nel *made in Italy* il **Modello Italia** che vuol dire esaltare, rendere visibile gli elementi che vengono dai codici estetici e creativi di una cultura millenaria, che punta sui tratti caratteristici e distintivi del gusto, dell'arte, dei paesaggi, del piacere sensoriale ed intellettuale, della creatività artistica, della sensibilità, il bello, l'armonia, la simmetria, la proporzione, la misura, in una sola parola, la **perfezione**.

Fondare le prospettive di competizione sul proprio specifico, su ciò che si è, su se stessi. Il **Modello Italia** è **impossibile da contraffare e vendere a basso costo**. Significa adattarsi alla domanda personalizzata, superando la logica della produzione di massa, che non significa non raggiungere importanti quantità di vendita, possibili considerando il rapido sviluppo economico dei Paesi Asiatici.

Insistiamo sulla *Fiat* perché è un esempio emblematico di un comportamento permeato di presunzione, e per non usare parole forti, d'ignoranza e preconcetti tutti italiani, nei confronti di Paesi che non si conoscono.

Per la rapida evoluzione della classe media urbana, i modelli che la Fiat fabbrica in Asia si trovano pericolosamente vicini alla competizione con la fascia medio – bassa: quella dove incombono nuovi protagonisti dell'auto *made in China*, dai costi inferiori. Non solo, ma è un errore che costa carissimo, non solo alle auto Fiat, ma a tutto quel *made in Italy* che tratta questi Paesi emergenti come consumatori di serie B, come se fossero da terzo mondo tentando di rifilare ai consumatori modelli vecchi, brutti e privi di qualsiasi "glamour", proprio all'opposto dell'eleganza che loro associano ai prodotti italiani. Per di più ci si colloca nella fascia bassa del mercato, la prima a subire l'avanzata del made in China.

Tale critica non si estende, ovviamente, all'alta moda dei *Versace, Armani, Gucci, Ferragamo...* e dei gioielli di un *Bulgari*, per fare un esempio.

I nostri imprenditori vivono il mito dell'Italia del dopo guerra, dell'Italia del boom economico e hanno un approccio sbagliato dimenticando che *l'Asia, la Cina, la Malesia, l'India e dintorni* sono un mercato da tre miliardi e mezzo di persone che vivono in Paesi tecnologicamente avanzati, con enormi differenze e disparità economiche, ai quali però si deve offrire solo il meglio della nostra produzione perché al "*medio basso*" sono in grado di pensarci, e bene, da soli.

Questa premessa di carattere generale è utile per chiarire che anche per esportare i nostri prodotti eno gastronomici ed agro alimentari è necessario che si realizzino almeno tre condizioni:

- 1) *conoscenza del Paese* e del suo grado di sviluppo economico;
- 2) *sinergie tra pubblico e privato* anche per presentarsi come "Sistema Italia";
- 3) *investimenti correlati al valore del ritorno* auspicato ma sostenibile dal Paese importatore.

Completa il quadro un *Master Plan* che contempli una strategia italiana e un *Focal Point* nel Paese che si vuol commercialmente conquistare.



Esposizione prodotti: Mrs Carmen e Fabrizio Vergamini (Resp. Economico Ambasciata), Cirino (CIAO ITALIA), Dr Chef Luigi Azzaro Abdullah (*Holiday Villa International*), Paolo Panfili, Thelma in giallo e Michela, Amb. Felicani Anacleto, dott.sa Paola Roncolini di spalle e Francesco (prov. Latina).

La *Missione Imprenditoriale* di CIAO ITALIA a Kuala Lumpur, modernissima capitale della Malaysia, con la presentazione delle **Aziende della Provincia di Latina**, resa possibile da un Assessore di lungimiranti idee, *Paolo Panfili*, e da un gruppo di produttori eno – gastronomici ed agro alimentari che credono alla vocazione internazionale dei loro prodotti, ha costituito un primo passo nella direzione che indicavamo in premessa, al di là delle vendite immediate che pure ci saranno certamente, visti i contatti che si sono creati. Un grazie particolare all'onnipresente *Michela Forte* senza la quale tante porte non sarebbe stato possibile aprire.

La **cena di Gala** che ha concluso la prima giornata di mostra, la sera del 22 settembre, ha visto la partecipazione di più di 60 invitati tra i quali l'Ambasciatore d'Italia, Ministro Plenipotenziario Felicani Anacleto accompagnato dalla sua gentile Signora, la Direttrice dell'ICE dott.sa Paola Roncolini, il Responsabile Economico dell'Ambasciata dott. Vergamini e Signora, responsabili di Catene Alberghiere della Malaysia quali Hazel Wong del *THE CORONADE HOTEL*, Long Li Li del *CENTRAL MARKET*, Mr Capt. Charles A. Bain e Mr Ahmad Kamal Merican dell'*HOLIDAY VILLA HOTEL&RESORT MALAYSIA e INTERNATIONAL*, Mrs Mary Loon del *CHERATING*, Mr. Federico Michieletto del *CHEF TYTON GROUP OF RESTAURANTS* e vice presidente del *CHEFS ASSOCIATION OF MALAYSIA*, Mrs Trisma Dewi del *RESORT BALI*, Mrs Cik Rosy Isa dell'*HILTON HOTEL*, Mr Nicholas Leong del *VENEZIA ITALIAN RESTAURANT CHERAS*, Ettore Altamura dell'*ITAL POINT Sdn Bhd*, Responsabile Economico *CATERING del GOVERNO*, Mr Jimmy Wong Pavilon, Mr Lawrence Chieng, Mr Simon Chadbourne, Mr Chandran Kasi, Mr Tom Luenheng, Mr Musalfa Jaring, Mr Glenn De Souza, Mr Chia Bee Leng Grace (chiediamo scusa agli ospiti, citati a parte, per non appesantire la lettura di queste note).

Tra i giornalisti non possiamo non citare la gentile Vivienne Pal giornalista dello *STAR METRO* alla quale abbiamo rilasciato un'interessante intervista, Mrs Chan Shiew Yien e Mrs Lee Xiao Mei giornaliste dell'*ORIENTAL DAILY NEWS*, Mr Joe Doyan giornalista del *NEWS. MEDIA. LIFESTYLE*, Miki Chon *REPORTER* Naturalmente erano presenti Ristoratori Italiani e di Kuala Lumpur che tra i loro menù hanno sempre qualche specialità italiana.



Ambasciatore Felicani Anacleto col simbolo di LATINA e Assessore Paolo Panfilì durante la Cena di Gala. Direttrice ICE dott.sa Paola Roncolini seduta con ai lati Lorella (CIAO ITALIA) e Michela (prov. Latina).

Rudy Stecca è stato il nostro impareggiabile anfitrione. Discreto e sempre presente a risolvere in anticipo qualsiasi nostro desiderio. Il suo **Ristorante Italiano "CIAO"**, con le sale, l'ufficio, l'ampio giardino (quasi un parco) dove la mattina sconfinavano, dalla limitrofa mini foresta, le scimmie, il gazebo, il bar e tutto il personale, Rudy non ha esitato a dedicarlo alla riuscita della mostra e della serata di gala. Grazie Rudy su di te confidiamo per realizzare i nostri progetti in Malaysia.

CIAO
Caffé Ristorante



E il pensiero torna all'export italiano e ci assale la rabbia per quanto il nostro Paese potrebbe fare e non fa pur disponendo nel mondo di giovani italiani intelligenti ed intraprendenti come Rudy.

E' fin troppo evidente il sarcasmo con cui abbiamo voluto titolare queste note sulla "missione" di *CIAO ITALIA*, ma è certo che in Malaysia ci torneremo e l'esperienza fatta sarà utile specie se riusciremo a far capire ed ad ottenere dal Governo Italiano e dai Presidenti delle Regioni un momento di riflessione imprenditoriale che progetti e realizzi una strategia globale che serva a non disperdere le risorse finanziarie ed a penetrare veramente in Asia con tutti i nostri prodotti.

***CIAO ITALIA Associazione dei Ristoranti Italiani nel Mondo* è pronta e con lei l'Associazione Professionisti – Sviluppo Realizzazione Progetti che si è impegnata per la riuscita della manifestazione.**

Per finire, ma dove sono in Malaysia le nostre **BANCHE?**

Ing. Cirino Carroccio

dott.sa Lorella Del Grosso