

## **Pikante, primer restaurante de la Confederación Suiza que obtiene la licencia de marca país**

- **Entrega de autorización se realizó en festival gastronómico organizado por el día nacional del Perú, en la ciudad de Lucerna.**

**Lima, 6 de agosto del 2020.** La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) concedió al restaurante Pikante, la primera licencia para el uso de la marca país en la Confederación Suiza (Francia y Suiza).

La ceremonia de entrega se realizó el 25 de julio en Lucerna (Suiza) y estuvo a cargo de la oficina comercial de PROMPERÚ en Francia y la Confederación Suiza. El acto se hizo en el marco del festival de gastronomía peruana, que permitió a los asistentes conocer y deleitarse con los platillos, bebidas y otros productos nacionales.

Esta actividad, que se desarrolló con el apoyo de la red de importadores y distribuidores de productos peruanos en el país helvético, se realizó por la conmemoración del día nacional del Perú, lo que fue una muestra de solidaridad con los exportadores que siguen abasteciendo de alimentos de primera calidad al mercado europeo.

### **EL FESTIVAL GASTRONÓMICO**

Para el festival, se instaló un mercadillo peruano donde expusieron importadoras y distribuidoras suizo-peruanas como Tumi de Oro, especialista en productos frescos, secos y congelados; Sabores Latinos, quesos típicos peruanos hechos en Suiza; y Makumayu, de prendas y accesorios de alpaca, que además, ofreció un desfile.

También estuvieron Café Viajero, con su propuesta de cafés especiales y chocolates de ají con cacao peruano; Inkaru, cerveza artesanal a base de quinua; Pisco Mundo; así como Import Drinks, distribuidor de Taberbero. La artesana de joyas de plata Isabel Ramos y el bartender Jesus Peruvian Pisco también estuvieron presentes.

La gastronomía peruana ha recibido múltiples reconocimientos a nivel internacional. Con la otorgación de la licencia de marca país al restaurante Pikante, se fomentará aún más la deliciosa comida nacional en el exigente mercado europeo.

### **ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

La estrategia de promoción de nuestro país como destino gastronómico se refleja en la creciente intención de viaje hacia el Perú, así como el incremento de restaurantes nacionales y extranjeros con una carta que considera platos peruanos, que fortalecen el posicionamiento de nuestros productos en los mercados internacionales.

Nuestra marca país incluye identidad y orgullo nacional, y permite posicionar al Perú a nivel mundial, a través de los bienes y servicios que ofrece, contribuyendo a su conocimiento, mediante una identidad única, relevante y consistente.

En el festival, también se hicieron presentes la Asociación de Cocineros Peruanos en Suiza; la Asociación Machu Picchu basada en Neuchâtel; la Plataforma Cultural Peruana en Zúrich; Marco Schwarz, gestor de la presencia peruana en FeinFestival de Basilea; y destacados representantes de la comunidad peruana en Suiza.