

IL MARCHIO DI QUALITA' "RISTORANTI ITALIANI NEL MONDO" APPRODA IN GERMANIA

Parte in Germania il progetto per il marchio di autenticità dei ristoranti italiani all'estero, fortemente voluto dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali guidato da Gianni Alemanno, con la collaborazione operativa dell'Associazione Internazionale dei Ristoranti d'Italia (ARDI).

La Germania è un Paese dove la presenza italiana è storicamente fortissima, e si stima ci siano più di 20mila ristoranti italiani, o almeno di insegna italiana. Di questi, però, solo una minima parte può considerarsi davvero italiano, per piatti, ricette, cultura dell'accoglienza. Infatti spesso queste vere e proprie "ambasciate dell'enogastronomia made in Italy" sono costrette a subire la concorrenza dei tanti falsi, che danneggiano il mercato dell'export italiano, oltre quello della ristorazione locale.

Proprio per tutelare questi ristoranti davvero italiani all'estero è nato il marchio Ristorante Italiano autentico. Il progetto, cui partecipano anche Ministero delle Attività Produttive, Ministero degli Affari Esteri, Ministero degli Italiani nel Mondo, Ice, Unioncamere, Assocamerestero e Inran si pone l'obiettivo di creare un network internazionale di ristoranti italiani certificati, dove il consumatore è certo di trovare prodotti, ricette e stile italiano.

Parte importante di questo progetto, anche per un salto culturale nell'offerta della cucina italiana, sarà rappresentata dalla formazione per gli addetti dei ristoranti italiani all'estero con stages in Italia, dal virtual market place (Ristomarket) per la valorizzazione, la promozione e la vendita dei prodotti agroalimentari italiani ai ristoranti, ai distributori e ai consumatori all'estero e da un osservatorio permanente sulla cucina italiana (infopoint, scambi interprofessionali, aggiornamenti, studi e ricerche sulle abitudini alimentari e sugli stili di vita).

L'impegno forte del Governo italiano in questo progetto è anche sottolineato dal fatto che questo circuito internazionale verrà promosso e sarà utilizzato per la promozione di tutto il made in Italy nel mondo, dalla cultura alla moda all'arte, dal momento che la cultura enogastronomia italiana rappresenta uno degli aspetti più importanti di quella "qualità della vita" che in tutto il mondo è collegata all'idea dell'Italia.

Il marchio, che è volontario, è legato a un processo di certificazione – operata da società di certificazione indipendenti e accreditate DAR – che si basa su alcuni punti fondamentali, quali il rispetto delle tradizioni gastronomiche, la promozione di prodotti tipici, la sicurezza alimentare, il servizio e l'ambientazione, in modo da garantire al cliente standard altissimi.

E' importante sottolineare come questo marchio sia garanzia di processo, non di prodotto: non vuole dare giudizi di valore sui piatti, di cui unico e incontestabile giudice è il consumatore, ma valorizzare le procedure tipicamente italiane della cucina di alta qualità.

Questo naturalmente non pone alcuna discriminazione tra i diversi livelli della ristorazione: possono aspirare ad ottenere il marchio pizzerie, trattorie e ristoranti di alta fascia, perché l'enogastronomia italiana è importante – e va valorizzata – in tutte le sue espressioni, dalle meno complesse alle più sofisticate.

Dopo la fase di test in Belgio e Lussemburgo, che ha visto la certificazione e il conferimento del marchio ai primi 50 ristoranti italiani all'estero e sta avendo grande successo sia in termini di partecipazione da parte dei ristoratori che in termini di apprezzamento dell'iniziativa da parte dei consumatori di quei Paesi, è quindi partito il progetto in Germania con le prime adesioni e il conseguente avvio delle procedure di certificazione, che entro la primavera dovrebbe consentire il conferimento del marchio ai primi 100 ristoranti italiani autentici in questo Paese, dove è stata avviata tra l'altro, da qualche settimana, un'analisi conoscitiva sulla popolazione per valutare l'impatto del marchio sull'opinione pubblica.