

## Ristoranti italiani certificati

di Simona D'Alessio

06/07/2010 » Un marchio a garanzia che i ristoranti italiani all'estero siano davvero made in Italy. E, entro l'anno, una garanzia che servizi e prodotti abbiano le radici ben piantate nello Stivale. Il progetto è stato illustrato ieri a Roma, nella sede di Unioncamere, dal presidente dell'organismo Ferruccio Dardanello, dal presidente di Assocamerestero, Augusto Strianese, e dal viceministro per lo sviluppo economico con delega al commercio internazionale, Adolfo Urso. Saranno oltre mille i ristoranti nel mondo che potranno sfoggiare il marchio per certificare il rispetto di un decalogo della cultura della buona tavola; logo che serve anche a contrastare l'avanzata della pirateria agroalimentare. A fregiarsi del bollino finora sono alcune strutture tricolore a Londra, Singapore, Praga, Barcellona, Città del Messico, Caracas, Dubai e Chicago, i cui titolari si sono impegnati a rispettare dei parametri che vanno dall'assicurare al cliente una percentuale di piatti e ricette della tradizione del Belpaese non inferiore al 50% (la carta dei vini deve contenere almeno 20 produzioni nazionali su 100), all'avere ai fornelli un capocuoco in grado di preparare pietanze tipiche della Penisola. Una formula neanche troppo rigida, per rammentare ai consumatori che in Italia si realizza più del 21% dei prodotti a denominazione d'origine controllata a livello europeo (ben 203 articoli con il marchio Dop e Igp). Un patrimonio vasto che fa gola all'industria del falso, che si va inserendo di prepotenza nella ristorazione: secondo le ultime stime, infatti, il made in Italy in tavola perde ogni anno 50 miliardi a causa della commercializzazione di imitazioni (o «tarocchi»), che riducono il nostro fatturato e, nel contempo, sviscerano la nostra apprezzata tradizione. È stato calcolato che il desiderio di mangiare e bere italiano attira il 7% degli stranieri che raggiungono il nostro paese (11 milioni di presenze), con un impatto economico da 1,5 miliardi nel 2009. L'iniziativa «Ristoranti italiani nel mondo» si inserisce in una strategia, nata nel 1997, denominata «Ospitalità italiana» attraverso la quale, come rileva Dardanello, hanno conquistato il bollino di qualità «circa 6.000 imprese della filiera turistica», impegnate nella promozione delle eccellenze; il progetto, curato da Unioncamere, si avvale del supporto dell'Istituto nazionale delle ricerche turistiche e del contributo delle associazioni imprenditoriali di settore, con la collaborazione dei dicasteri degli Esteri, dello Sviluppo economico, dei Beni culturali e del Turismo. Urso parla di un programma «lodevole», presentato a ridosso della giornata nazionale per la lotta alla contraffazione, promossa dal suo ministero domani, mercoledì 7 luglio. A fargli eco Giancarlo Lanna, presidente della Simest (la finanziaria pubblico-privata che sostiene le imprese italiane all'estero), pronto ad evidenziare che il commercio internazionale «rappresenta il 22% del pil, nel 2010 contiamo di farlo crescere di un altro 5%», anche attraverso lo sviluppo di comparti fondamentali come l'agroalimentare.