

Certificazione per i ristoranti italiani all'estero

L'INIZIATIVA

Asacert avvia i controlli dei 90mila esercenti che si definiscono italiani

Progetto con il ministero dell'Agricoltura e Coldiretti
Presto ci sarà una app

Sara Monaci
MILANO

Da oggi un'azienda italiana certificherà i ristoranti che si autodefiniscono "italiani" all'estero. Si chiama Asacert, e non è solo un caso aziendale di successo, ma è soprattutto l'inizio di un percorso mai tentato prima: mettere un marchio autorevole a quei ristoranti che in tutti i paesi del mondo usano l'"italianità" in modo appropriato, usando prodotti realmente italiani, e, indirettamente, far emergere quel sottobosco di finzione che nuoce non solo ai clienti ma anche all'Italia.

Asacert, impresa di certificazioni che ha sede a Cormano (Milano), ha sottoscritto con il ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova, con Coldiretti e con la Filiera agricola italiana il progetto "Itaoo39": l'obiettivo, al momento, è arrivare a certificare 7mila esercizi commerciali di ristorazione all'anno. Ma il numero potrebbe crescere, se si considera che i sedicenti ristoranti italiani all'estero sono più di 90mila.

Parteciperà all'iniziativa anche Poste italiane, che supporterà la logistica di quelle attività che desiderano rifornirsi solo con materie prime italiane. Inoltre tra pochi mesi Asacert stringerà un accordo con un partner tecnologico (per ora c'è riservatezza) per creare un app capace di segnalare i «veri ristoranti italiani nel mondo», come spiega Fabrizio Capaccioli, presidente di Asacert.

«Nel mondo ci sono tanti "fake", soprattutto nella ristorazione, che sfruttano il marchio italiano e da cui bisogna tutelarsi - aggiunge Capaccioli - basti pensare che si usano inappropriatamente parole come «parmesan» e «mottadella», dichiarando i prodotti italiani».

Capaccioli, 47 anni, ha fondato 20 anni fa il Gruppo Asacert a Milano. L'azienda ha sedi anche a Roma, Bari, Manchester, Dubai e in Georgia, con 65 dipendenti e 6,5 milioni di fatturato. Una piccola realtà che è riuscita a crescere grazie alle certifi-

cazioni in tutti i settori, dall'ambiente all'informatica, dalla sicurezza sul lavoro all'alimentare. Ed è proprio quest'ultimo comparto che ha ispirato il progetto Itaoo39.

La certificazione non è un obbligo, ma conferisce credibilità alle attività che vogliono affermarsi sul mercato, e quindi in prospettiva garantisce andamenti economici migliori. Per quanto riguarda la ristorazione ci sono state molte direttive che i paesi hanno recepito sulla produzione e sulla filiera, ma non c'è mai stato nessun controllo. «Abbiamo già verificato 30 ristoranti nel Regno Unito e in molti di questi abbiamo riscontrato dei problemi. Anche in catene famose gestite da italiani i prodotti non erano italiani, e non abbiamo potuto rilasciare la certificazione», dice Capaccioli.

Il metodo usato da Asacert è l'esperienza diretta dei certificatori, che si recano nel ristorante e controllano con un audit interno tutta la

filiera alimentare. Gli esercizi commerciali devono rendere trasparenti credenze e cucine.

Quanto spingersi in avanti con i controlli di filiera è un dubbio che Asacert si sta ponendo. Ovvero: conviene limitarsi al luogo della produzione del cibo o bisogna guardare anche la provenienza delle materie prime? In questo modo, ad esempio, anche grandi marchi di pasta sarebbero penalizzati, perché reperiscono parte del grano anche fuori Europa. «Non possiamo allungare all'eccesso la filiera guardando anche i subfornitori - spiega il presidente di Asacert - Tuttavia stiamo pensando a dei meccanismi di premialità: chi usa solo produzioni esclusivamente italiane avrà un maggiore riconoscimento. La nostra certificazione infatti è concepita come un rating, una sorta di scala di qualità».

Secondo i vertici di Asacert, i paesi dove ci sarà più richiesta saranno l'Inghilterra, gli Emirati Arabi e il Qatar, il Canada e gli Stati Uniti.

LA PROTESTA

I ristoratori:
su Tripadvisor
fateci recensire
anche i clienti

Chi l'ha detto, che i ristoranti pendono tutti dalle labbra di Tripadvisor e dalle recensioni dei clienti? Dopo anni di risposte gentili anche agli utenti più sfrontati, nove su dieci sono pronti a dire basta: finalmente vorrebbero recensire loro, i clienti. E tutelare così i locali dagli avventori più sgradevoli.

La richiesta emerge forte e chiara da un sondaggio dell'agenzia RistoratoreTop, che ha intervistato diversi operatori del settore durante il Food Marketing Mastery di Bologna. Ad oggi, infatti, sul portale di viaggi che in Italia raccoglie oltre 30 milioni di recensioni di 262mila ristoranti, si può solo segnalare utenti sospetti o valutazioni fake, ma non esiste ancora la possibilità per i ristoratori di recensire i clienti. Il risultato del sondaggio è stato talmente netto che dall'agenzia che se ne sta occupando promettono di dare un seguito concreto a questo grido di protesta.

—Mi.Ca.

I ristoranti italiani nel mondo

Non ci sono dati certi sulla ristorazione italiana nel mondo, a riprova dell'anarchia nel settore. I ricercatori di Asacert sono riusciti a fare una ricerca attendibile, partendo dalle iscrizioni alle Camere di commercio. Al di fuori del territorio italiano, esistono oltre 90mila imprese ufficialmente registrate, tra ristoranti, pizzerie e pasticcerie, che si autodefiniscono "italiane".

A livello mondiale il volume d'affari generato dalla cucina italiana si stima pari a 209 miliardi di euro, di cui 60 miliardi in Cina e 56 miliardi negli Usa.

Se il mercato della ristorazione mondiale ha raggiunto un valore 2,210 miliardi di euro nel 2016 - con l'area Asia-Pacific che copre il 46% del totale e il canale Full-Service Restaurant (ristoranti con servizio più o meno formale al tavolo) che pesa per il 52% -, la cucina italiana risulta la seconda a livello globale dopo quella cinese (13% di quota di mercato), mostrando una penetrazione più elevata in termini di numero di transazioni negli Stati Uniti (15%), in Inghilterra (15%), in Brasile (13%) e in India (13%).

Secondo il giudizio degli esperti di settore, la cucina italiana è prevista in forte crescita, favorita dalla qualità percepita delle materie prime e dall'effetto dei programmi Tv. Infine, secondo i dati Istat, l'export agroalimentare italiano ha chiuso il 2017 con 41 miliardi di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il quartiere di Little Italy a Lower Manhattan. Zona dei ristoranti e della storica comunità italiana di New York

EXPORT AGROALIMENTARE

Francia e Uk le più colpite dai dazi Usa

Nella black list di Trump
beni inglesi per 1,7 miliardi
contro 482 milioni dell'Italia

Micaela Cappellini

Non sarà l'Italia, a pagare il prezzo più caro dei dazi di Trump all'Europa. Perché le nostre imprese rischiano un sovrapprezzo del 25% su 482 milioni di euro di esportazioni agroalimentari verso gli Usa. Ma la Francia dovrà sacrificare cibi e bevande per 1,23 miliardi di euro e la Gran Bretagna addirittura per 1,8 miliardi, di cui 1,6 imputabili soltanto al whisky scozzese. Anche la Spagna subirà più di noi: se gli Usa dovessero definitivamente procedere,

la mannaia dei dazi cadrebbe su quasi 850 milioni di euro di prodotti agroalimentari che Madrid ogni anno esporta oltreoceano.

Le richieste di Washington non sono uguali per tutta la Ue: la lista dei beni soggetti a dazio cambia da Paese a Paese, e non a caso penalizza di più chi partecipa al consorzio Airbus, all'origine di tutta l'escalation commerciale. Per l'Italia l'attacco si concentra soprattutto sui formaggi, con le liste di proscrizione che colpiscono il 50% dell'export italiano di settore diretto verso gli Usa. Dei 113 prodotti agroalimentari elencati nella lista emanata dall'amministrazione americana, invece, la Francia paga peggio soprattutto sui vini, mentre la Spagna sull'olio d'oliva.

I calcoli arrivano da Nomisma, che è andata anche a fare i conti sulla percentuale di export agroalimentare che potrà essere colpita per ciascun Paese, sempre che da qui al 18 ottobre la diplomazia non riporti i contendenti a più miti consigli. Visto così, l'allarme per l'Italia sembra ridimensionarsi alquanto: nel nostro Paese infatti i dazi si applicherebbero soltanto al 9% delle esportazioni alimentari verso gli Usa. Ben più alte sarebbero le quote degli altri membri Ue: per la Spagna, ad esempio, la quota di export alimentare colpito è del 35%, per la Francia del 20% e per la Gran Bretagna addirittura del 60%.

La cattiva notizia, per il nostro Paese, è semmai che il grosso dei dazi va a pesare sul comparto lattie-

ro-caseario. Il 50% dei dazi, appunto, per un valore di export interessato di 167 milioni di euro: «Questo potrebbe avere impatti molto significativi su tutta la filiera e soprattutto sugli allevamenti - spiega Denis Pantini, direttore dell'area agroalimentare di Nomisma - basti pensare al Pecorino Romano, prodotto per oltre il 90% in Sardegna, che sostanzialmente dipende dal mercato degli Stati Uniti dove esporta oltre il 60% della propria produzione».

Il secondo prodotto italiano più colpito sono i liquori, per i quali il dazio del 25% andrebbe a interessare un valore di quasi 167 milioni di dollari, mentre vino, olio d'oliva e pasta made in Italy non sono stati inseriti nella black list.

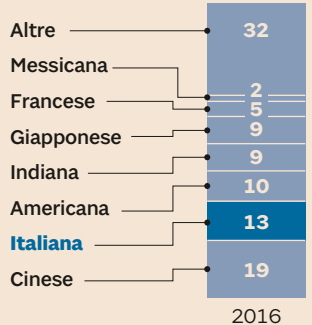
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La cucina italiana nel mondo

Quota di mercato della cucina italiana a volume

QUOTE PER TIPO DI CUCINA

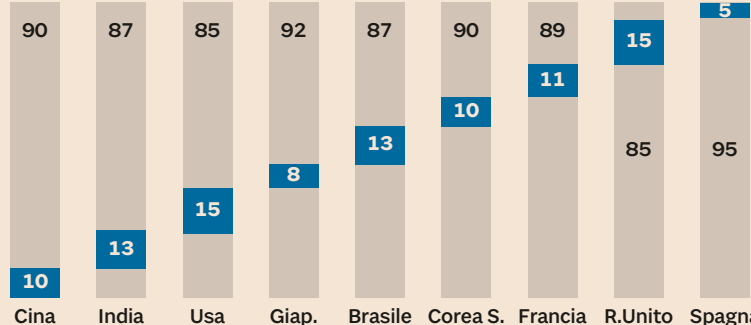
In % sul numero delle transazioni



Nota: altre cucine: thailandese, vietnamita, mediorientale, greca, spagnola, est-europa, russa, mediterranea, africana, altre minori. Fonte: elaborazione Deloitte

PENETRAZIONE DEL MERCATO PER TIPO DI CUCINA

In % sul numero delle transazioni



I cosmetici? Si fanno in distilleria

ECONOMIA CIRCOLARE

Dal biogas al lievito del pane, i nuovi business dell'industria della grappa

Della grappa non si butta via niente: dalle vinacce esauste, con cui si può produrre biogas, agli scarti che possono diventare nutrimento in agricoltura. Fino agli additivi per il pane e ai cosmetici. L'industria della distillazione sposa sempre di più l'economia circolare, con l'obiettivo di aumentare un business che oggi vale 200mila ettolitri e 300 milioni di euro l'anno di fatturato suddiviso tra 140 distillerie, la stragrande maggioranza delle quali al di sotto dei 10 addetti.

La riconversione degli scarti in biogas e in fertilizzanti sono ormai

un utilizzo consolidato. Man mano che il quadro regolatorio e la disciplina si consolidano, però, il futuro offre alle distillerie nuove possibilità: dai residui della distillazione si possono ricavare additivi alimentari, bioprodotto per la cosmetica e la nutraceutica. Alcune aziende già producono ad esempio additivi naturali per la panificazione come l'acido tartarico. Altre, invece, stanno sperimentando la produzione di farina di vinaccioli disoleata, derivante dalla lavorazione dei semi degli acini. C'è chi dalle vinacce ricava tessuti, e chi biocarburanti avanzati come il bioetanolo avanzato, cioè derivante da scarti (e quindi non da mais o da canna da zucchero) e in grado di ridurre le emissioni di gas serra di oltre il 70%.

Del futuro del comparto si è discusso ieri, al forum organizzato a

Nogaredo (Trento) per festeggiare i 70 anni delle Distillerie Marzadro: «Il settore distillatorio è ad un bivio - ha detto il presidente della distilleria Marzadro, Stefano Marzadro - l'export diventa sempre più importante, ma le dimensioni aziendali delle nostre distillerie ci limitano; i prodotti sono apprezzati, ma il mercato cambia in fretta ed è necessario diversificare ed esplorare nuovi ambiti produttivi».

«Oggi grazie allo sviluppo di nuovi processi e nuove tecnologie - ha detto Sandro Cobor, direttore di AssoDistil - il portafoglio di prodotti di origine naturale delle distillerie si amplia enormemente, dalle applicazioni cosmetiche fino al mondo dei biopolimeri, che permettono sinergie con altri comparti industriali e produzioni a zero rifiuti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FACCIAMO LO SPARIRE

11-13 OTTOBRE 2019

orario 10-21 ingresso libero

FABBRICA DEL VAPORE Via Procaccini 4, Milano

LE AZIENDE OFFRONO IL DESIGN, VOI LA VOSTRA SOLIDARIETÀ.
UN'OCCASIONE UNICA PER TUTTI.

COMITATO PROMOTORE ADI

ANTONIO LUPI, ARES LINE, CAIMI BREVETTI, DE PADOVA, FIAT, FLOS, KARTELL, MARTINELLI LUCE, MOLteni&C, POLIFORM, RIMADESIO.



in collaborazione con



lovedesign.airc.it

