



**ITA 0039**  
100% ITALIAN TASTE CERTIFICATION



*La vita è una combinazione  
di pasta e magia*

*Life is a combination  
of magic and pasta*

Federico Fellini

# L'idea

## **La certificazione**

**“ITA 0039 | 100 % Italian Taste Certification” nasce dalla volontà di ASACERT di dare il proprio contributo per difendere, promuovere e valorizzare la “vera” italianità all'estero nell'ambito della ristorazione e della distribuzione enogastronomica.**

Il patrimonio agroalimentare italiano è unico al mondo, ma è anche il più contraffatto. Negli ultimi anni si è imposto all'attenzione internazionale il fenomeno denominato “Italian Sounding”, ovvero l'utilizzo di nomi, immagini, marchi e denominazioni geografiche che evocano l'Italia per commercializzare prodotti che con il nostro Paese non hanno nulla a che fare.

Lo stesso meccanismo, per quanto meno studiato e approfondito, lo si ritrova nel settore della ristorazione e, più in generale, in tutti gli ambiti afferenti alla somministrazione di bevande e alimenti. Esattamente come troviamo aziende alimentari estere che utilizzano impropriamente segni distintivi, scenari, colori e icone italiane, ingannando il consumatore, **sono sempre più numerosi i ristoranti che sono italiani solo di nome e di “facciata”,** perché magari la bandiera del Bel Paese sventola in ogni angolo, campeggia sull'insegna e contrassegna i piatti sul menu. **Mentre le materie prime, il personale, la tradizione culinaria e la proposta enogastronomica nulla hanno a che vedere con il Paese che declamano.**

**Da qui l'idea di promuovere un marchio di “italianità” che valorizzi l'Italian Taste contro l'Italian Sounding.**

**Una certificazione-simbolo, per il cliente, del vero Made in Italy nell'ambito della ristorazione.**

# Concept

## **The certification**

**“ITA 0039 | 100 % Italian Taste Certification” was born from the intention to contribute to the defence, promotion and enhancement of the true “italianity” abroad, in the food and beverage industry.**

*The Italian agri-food patrimony is unique in the world, but it is also the most counterfeit. In recent years, the international phenomenon called “Italian Sounding” has been taking shape: names, images, trademarks and geographical denomination that evoke Italy have been abused to market products that have nothing to do with our Country.*

*The same dynamics are repeated in the restaurant field, and more generally in the whole food and beverage industry. Many foreign food companies improperly use distinctive signs, Italian colours and icons deceiving consumers, **and the number of restaurants claiming to be Italian, only because they wave the Italian flag, is constantly increasing. Most of them use ingredients, hire staff and prepare dishes that nothing have to do with Italy.***

**This is why ASACERT wants to promote an “italianity” mark, in order to give value to the Italian Taste against the Italian Sounding phenomenon.**

**A symbol-certification of the true Made in Italy in the restaurant sector.**

# Italian Sounding

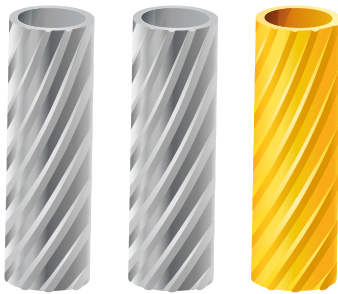
## Che cos'è?

Il patrimonio agroalimentare italiano è unico al mondo per qualità ed assortimento. La cultura gastronomica e i prodotti agroalimentari italiani sono famosi ed apprezzati dai consumatori di molti paesi. Come conseguenza di questa popolarità, è cresciuta via via negli anni **un'economia parallela che, sottraendo quote di mercato ai prodotti tutelati, determina pesanti danni alle aziende italiane.** Tale fenomeno, è conosciuto come "Italian Sounding", ovvero **l'utilizzo di denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano l'Italia per promuovere e commercializzare prodotti affatto riconducibili al nostro Paese.** Esso rappresenta la forma più eclatante di concorrenza sleale e truffa nei confronti dei consumatori, soprattutto nel settore agroalimentare.

## What is it?

*The Italian agri-food heritage is globally unique in terms of quality and variety. The gastronomic culture of Italy and its agri-food produce are famous and appreciated by consumers all over the world.*

*As a result of this popularity, a **parallel economy has grown up over the years that by taking away market share for protected products, causes untold damage to Italian companies.** This phenomenon is known as "Italian Sounding", in other words, **the use of geographical names, images and trademarks that evoke Italy to promote and market products that cannot be attributed to our country.** It represents the most striking form of unfair competition and deceives consumers, especially in the agri-food sector.*



**2** prodotti su **3**  
*products out of*  
**sono** **are** **fake Italian**

## Quanto vale

A livello mondiale, il giro d'affari annuo dell'Italian Sounding è stimato in circa 54 miliardi di euro l'anno (147 milioni di euro al giorno), comunque oltre il doppio dell'attuale valore delle esportazioni italiane di prodotti agroalimentari (23 miliardi di euro). Quindi, **almeno due prodotti su tre commercializzati all'estero si riconducono solo apparentemente al nostro Paese.**

## Its value

*Worldwide, Italian Sounding products generate sales estimated at about € 54 billion per year (€ 147 million per day), which is more than twice the current value of Italian exports of agri-food products (23 billion euros). So at least **two thirds of all products marketed abroad with implied Italian origins are only apparently related to our country.***

## Perché combatterlo

Le aziende estere che utilizzano impropriamente segni distintivi e descrizioni informative e promozionali che si rifanno in qualche modo al nostro Paese, adottano tecniche di mercato che inducono il consumatore ad attribuire ai loro prodotti caratteristiche di qualità italiana che in realtà non posseggono, concorrendo slealmente nel mercato ed acquisendo un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza non solo italiana.

## Why to fight it

*Foreign companies use signage, logo's and descriptions that suggest Italian origin without actually describing their products as Italian.*

*They adopt marketing techniques in order to entice the consumer into believing that their product has the quality of an Italian original, but in fact these products rarely have any of these attributes and unfairly compete in the market, even gaining a competitive edge over non-Italian competition.*

**Ugualmente nell'ambito della ristorazione si assiste ad un fenomeno analogo: sono diffusi e largamente fruiti ristoranti, pizzerie, gelaterie e caffè che non hanno nulla di "Made in Italy" pur richiamandosi nel nome, nei simboli e nella proposta gastronomica all'Italia.**

**Likewise in the restaurant sector there is a similar phenomenon: restaurants, pizzerias, ice-cream parlours and cafes are widespread and very popular but have nothing of "Made in Italy", even though they refer to the name, the symbols and the gastronomic offerings of Italy.**

Per identificare i “veri” ristoranti italiani, ASACERT ha messo a fuoco alcuni criteri selettivi che contribuiscono a comporre un rating finale di italianità.

***To identify true Italian restaurants ASACERT has set some selective criteria contributing to a final “real italian experience” rating***



**Materie Prime**

L'utilizzo di olio, farine, prodotti lattiero-caseari, insaccati di provenienza italiana.

***Raw Materials***

*The use of oil, flours, dairy products and sausages of Italian origin.*

**Menù**

La proposta di piatti della tradizione italiana, la loro corretta citazione e la denominazione/descrizione bilingue dei piatti nel menù.

***Menu***

*The proposal of dishes from the Italian culinary tradition, their exact denomination and their description possibly bilingual in the menu.*



**Carta dei Vini**

La proposta di vini simbolo del contesto enologo italiano e il numero proporzionalmente maggiore rispetto ai vini di altri paesi.

***Wine List***

*The proposal of wines representing the Italian oenology context and their number proportionally higher than wines from other countries.*

**Personale**

La presenza di almeno un cameriere in sala di origine o di lingua italiana, la presenza in cucina di almeno una persona di origine italiana o con significative esperienze lavorative nell'ambito della ristorazione italiana.

***Personnel***

*The presence of at least one waiter with Italian origins or Italian-speaking, the presence in the kitchen of at least one staff member with Italian origins or with significant working experiences in the Italian restaurant field.*



**Promozione del Made in Italy**

La presenza di uno spazio all'interno del locale adibito alla vendita prodotti tipici italiani, l'organizzazione di eventi, incontri o degustazioni legati all'enogastronomia italiana, la collaborazione con riviste, siti, guide, enti di promozione turistica italiana.

***Made in Italy Promotion***

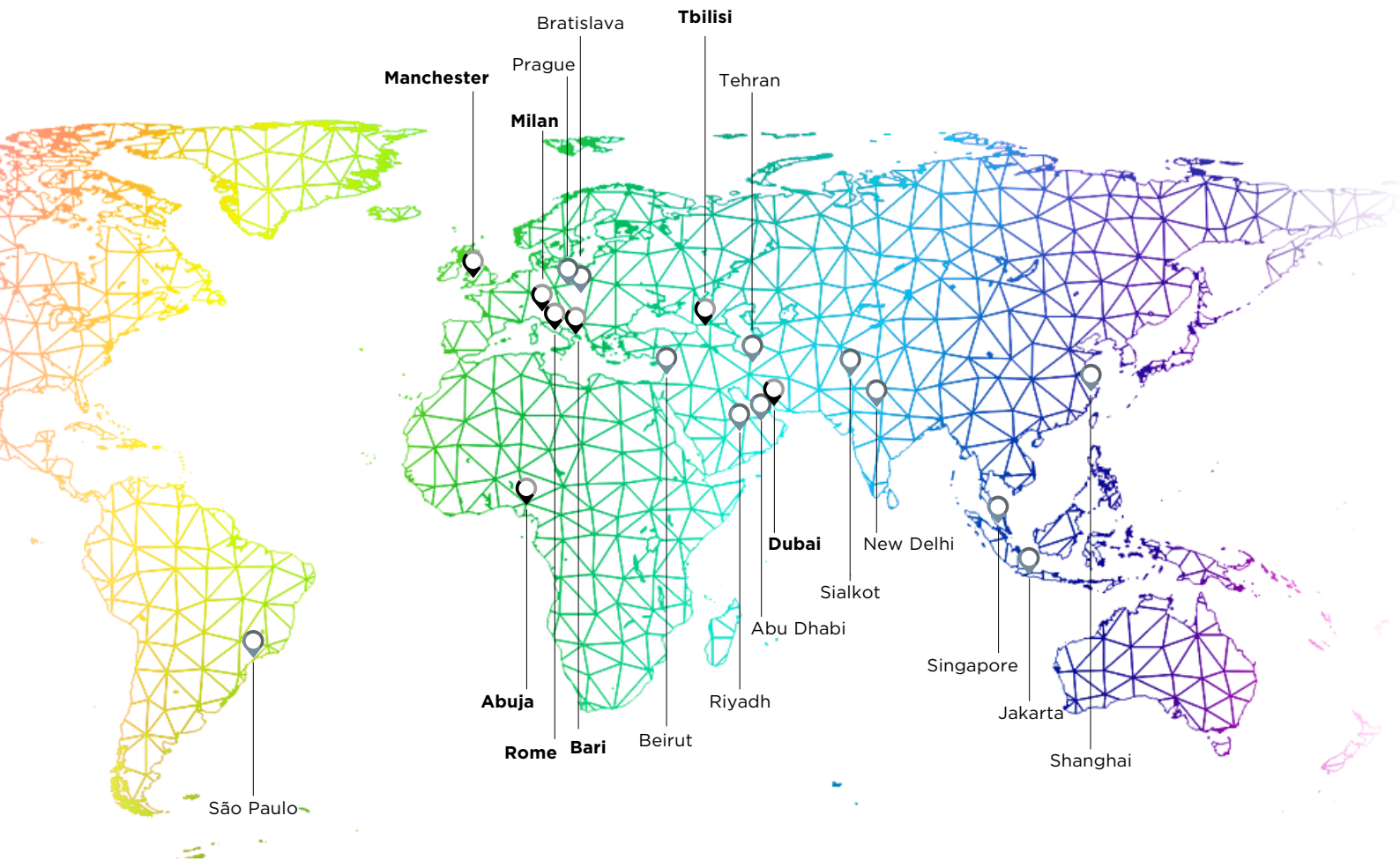
*The presence in the restaurant of a space for the sale of typical products, events, meetings or tastings related to the Italian food and wine, a collaboration with magazines, websites, guides or Italian tourism promotion agencies.*

# ASACERT nel mondo

ASACERT ha tre sedi in Italia - a Milano, Roma e Bari - e opera anche a livello internazionale attraverso Corporate office dislocati a: Manchester, nel Regno Unito; Dubai, negli Emirati Arabi Uniti; Tbilisi, in Georgia e Abuja, in Nigeria. Inoltre ASACERT ha stretto accordi di partnership in: Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Repubblica Popolare Cinese, Repubblica di Singapore, India, Libano, Brasile, Arabia Saudita, Indonesia, Iran e Pakistan. In ogni Paese in cui opera, ASACERT si avvale di tecnici altamente qualificati e specializzati nelle diverse aree di intervento, sempre sotto la supervisione della Direzione tecnica centrale.

# ASACERT *in the world*

*ASACERT has three locations in Italy - in Milan, Rome and Bari - and also operates internationally through Corporate offices located in: Manchester, UK; Dubai, UAE; Tbilisi, Georgia, and Abuja, Nigeria. ASACERT has also signed partnership agreements in: Czech Republic, Slovak Republic, Republic of China, The Republic of Singapore, India, Lebanon, Brazil, Saudi Arabia, Indonesia, Iran and Pakistan. In every country in which it operates, ASACERT employs highly qualified and specialised technicians working in different sectors, always under the supervision of Central Technical Management.*



Hanno scelto il brand ASACERT

*ASACERT brand is chosen by*



# ASACERT UK

ASACERT UK è presente da diversi anni sul territorio inglese, dove offre alle imprese l'esperienza e il know-how globali che il Gruppo ha maturato in molteplici settori di intervento e uno specifico focus di specializzazione nell'ambito delle certificazioni.

Inoltre, ASACERT UK collabora al fianco delle aziende inglesi promuovendo l'applicazione e l'integrazione dei sistemi di gestione che aiutano l'impresa a salvaguardare se stessa e gli interessi dei suoi stakeholder rendendola più efficiente e credibile sul mercato.

Infine ASACERT UK ha sviluppato una sinergia con la Camera di Commercio italiana nel Regno Unito con l'obiettivo di diventare un partner strategico per le imprese italiane all'estero, potendo rispondere alle loro specifiche esigenze affiancando alla conoscenza approfondita del loro contesto di business anche la vicinanza linguistica e culturale data dalla medesima origine.

*ASACERT UK has been present for several years in the UK, where it offers businesses the global experience and knowhow that the Group has gained in multiple areas of intervention, with a specific focus on certification.*

*In addition, ASACERT UK supports English companies by promoting the application and integration of management systems that help companies to safeguard themselves and the interests of stakeholders, by making processes more efficient and giving the company more credibility on the market.*

*Besides this, ASACERT UK has created a synergy with the Italian Chamber of Commerce in the UK aiming to become a strategic partner for Italian companies working abroad, with the awareness to be able to better respond to their specific needs and joining a deep knowledge of their business context with the cultural and linguistic proximity, thanks to the same Italian origins.*



con il patrocinio di

under the patronage of



[www.italiantaste-certification.com](http://www.italiantaste-certification.com)

[www.asacert.com](http://www.asacert.com)



[italiantaste@asacert.com](mailto:italiantaste@asacert.com)

[info@asacert.com](mailto:info@asacert.com)

## Social media





**ASACERT**  
ASSESSMENT &  
CERTIFICATION



**ASACERT GROUP**

ITALY - UNITED KINGDOM - UNITED ARAB EMIRATES - CHINA - CZECH REPUBLIC  
SLOVAC REPUBLIC - INDIA - SAUDI ARABIA - IRAN - PAKISTAN - INDONESIA  
LEBANON - REPUBLIC OF SINGAPORE - GEORGIA - NIGERIA - BRAZIL

[info@asacert.com](mailto:info@asacert.com) - [www.asacert.com](http://www.asacert.com)