



**ITA 0039**  
100% ITALIAN TASTE CERTIFICATION



con la partnership di

with the partnership of





*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 "Italianness" 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 "Italianness" 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 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**  
**sono are fake Italian**

€ **2.563** mld


la ristorazione mondiale vale € 2.563 mld nel 2018; il 46% è realizzato in Asia Pacific

*the world restaurant sector was € 2,563 billion worth in 2018; the 46% of it in Asia Pacific*

 **50%** market share

il Full-Service Restaurant è il principale canale, con il 50% di market share

*the Full-Service Restaurant is the main channel, with the 50% of market share*

 **+10,6%** dal *since* 2016


Il mercato della ristorazione italiana ha raggiunto i € 229 miliardi nel 2018, in crescita del +10,6% dal 2016

*the Italian restaurant market reached € 229 billion in 2018, an increase of + 10.6% since 2016*

 **71** mld

Con € 71 mld, è la Cina il primo mercato della cucina italiana per valore

*With € 71 bn, China is the number one Italian cuisine market in terms of value*

 **35,7%**

Gli Stati Uniti sono il paese dove è maggiore la penetrazione della ristorazione italiana nel mondo (35,7%)

*USA is the country with the greatest penetration of Italian restaurants in the world (35.7%)*

Source: Italian Cuisine Market Monitor, ALMA - Deloitte

## 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.

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.

## 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.*

*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

ASACERT è un **ente di certificazione** e ispezione con esperienza pluriennale e accreditamenti internazionali.

Offre servizi di Certificazione, Ispezione e Valutazione per supportare le aziende, di qualunque settore e dimensione, nella realizzazione di tutte quelle attività di controllo, verifica e stima che richiedono un'**elevata expertise tecnica**, competenze verticali e strumentazioni all'avanguardia.

ASACERT vanta oltre vent'anni di attività, con sedi a Milano, Roma, Bari e Corporate Office dislocati a: Manchester, nel Regno Unito; Dubai, negli Emirati Arabi Uniti; Tbilisi, in Georgia e Abuja, in Nigeria. Inoltre, si avvale di una fitta rete di partner in: Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Repubblica Popolare Cinese, Repubblica di Singapore, India, Libano, Brasile, Arabia Saudita, Indonesia, Iran e Pakistan.

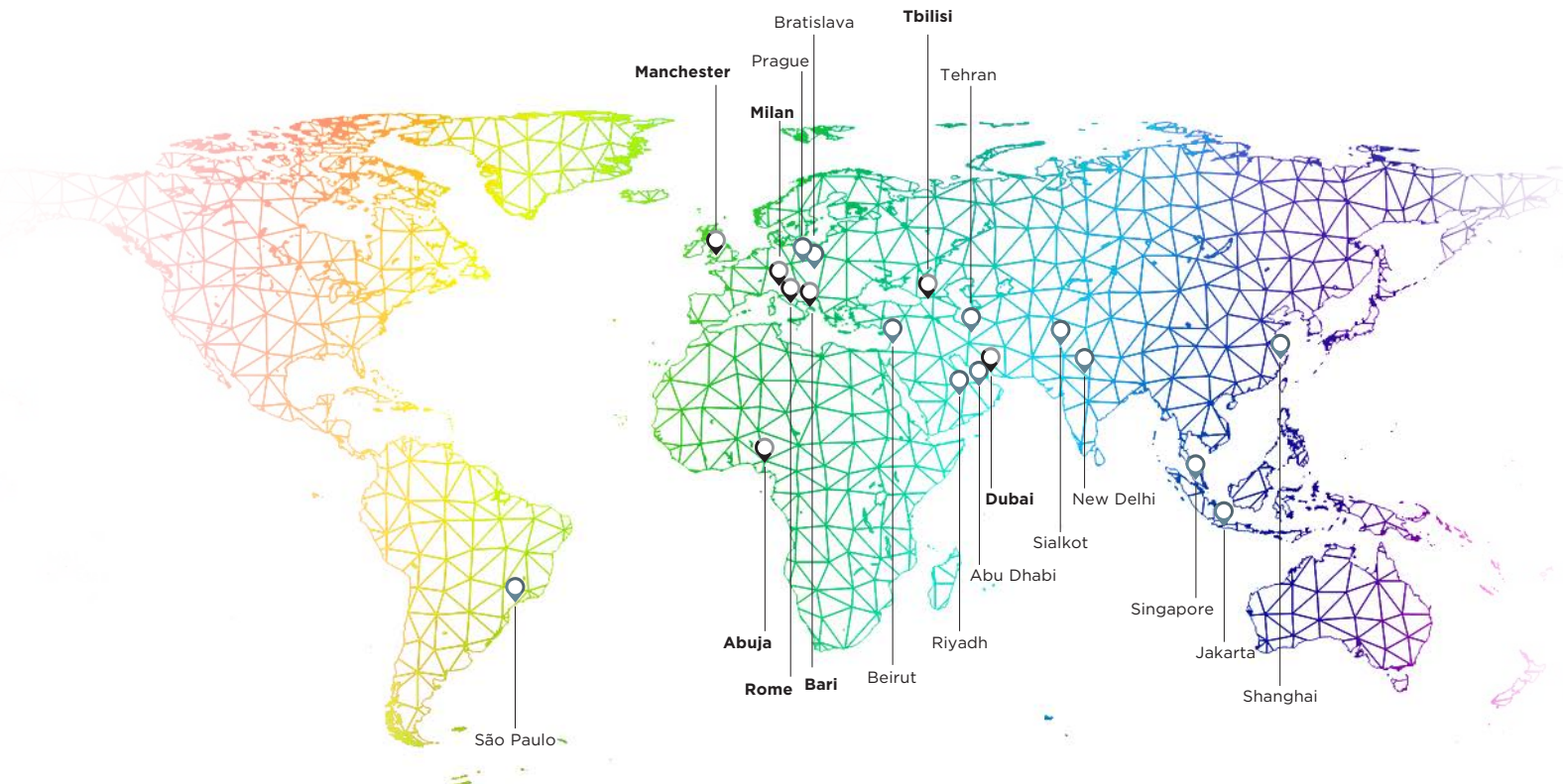
Si distingue nel mondo delle certificazioni per la forte expertise tecnica in diversi settori: dall'ambiente all'informatica, dalla sicurezza sul lavoro all'alimentare. Ed è proprio quest'ultimo comparto che ha ispirato il progetto ITA0039 | 100% Italian Taste Certification, uno **strumento unico ed affidabile per la certificazione, la tutela e la difesa della cultura enogastronomica italiana nel mondo**.

ASACERT is a **certification and inspection body** with long-standing experience and international accreditations.

ASACERT offers Certification, Inspection and Evaluation services to support companies, of any sector and size, in the implementation of all those activities of control, assessment and estimation that require **high level of technical expertise**, vertical skills and advanced equipment.

ASACERT boasts over twenty years of activity, with offices in Milan, Rome, Bari and corporate offices located in: Manchester, in the United Kingdom; Dubai, in the United Arab Emirates; Tbilisi, Georgia and Abuja, Nigeria. In addition, it has a wide network of partners in: Czech Republic, Slovak Republic, Republic of China, Republic of Singapore, India, Lebanon, Brazil, Saudi Arabia, Indonesia, Iran and Pakistan.

ASACERT stands out in the certification market for its strong technical expertise in various sectors: from the environment to information technology, from workplace safety to food. And it is this last sector that inspired the project ITA0039 | 100% Italian Taste Certification, **a unique and reliable tool for the certification, protection and defense of Italian food and beverage culture in the world**.



Hanno scelto il brand ASACERT

ASACERT brand is chosen by



# PARTNER



## **COLDIRETTI**

**Coldiretti**, con un milione e mezzo di associati, è la principale Organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo.

È una forza sociale che rappresenta le imprese agricole e valorizza l'agricoltura come risorsa economica, umana e ambientale, con l'obiettivo di garantire alle imprese agricole opportunità di sviluppo, in un quadro di piena integrazione dell'agricoltura con gli interessi economici e sociali del Paese.



## **Filiera Agricola Italiana S.p.A.**

Organizza e promuove sui mercati le produzioni delle Filiere Agroalimentari Italiane garantendo la tracciabilità, la sostenibilità ambientale e l'equa distribuzione del valore tra gli attori delle filiere.

Filiera Agricola Italiana realizza un grande sistema Agroalimentare Italiano che abbia come protagonisti gli agricoltori che applicano disciplinari etici e certificati coerenti con i suoi valori e promuove i patrimoni agro-alimentari autentici di tutto il territorio nazionale garantendo l'origine e la tracciabilità.

Inoltre progetta in partnership con il Trade e la ristorazione, progetti che soddisfino le crescenti esigenze dei consumatori in termini di sicurezza e tracciabilità, garantendo la sostenibilità per l'impresa agricola e assicurando la continuità delle forniture e la costanza della qualità.



## **ANRA - Associazione Nazionale dei Risk Manager e Responsabili Assicurazioni Aziendali**

È l'associazione che dal 1972 raggruppa e rappresenta tutte quelle figure professionali che si occupano di valutazione e gestione dei rischi aziendali e degli aspetti assicurativi, quali Chief Risk Officer, Risk Manager e Insurance Manager, consulenti in Risk Management. Associazione riconosciuta dal MISE, ha come scopo statutario diffondere la cultura d'impresa attraverso una consapevole gestione del rischio e, attraverso la sua attività, si propone di promuovere tra i Soci lo scambio di esperienze e informazioni, contribuendo alla crescita e alla diffusione delle competenze di risk management, mediante l'organizzazione di corsi di formazione, occasioni di aggiornamento professionale e altre iniziative.



## **I.F.S.E. Italian Food Style Education**

È un'associazione senza scopo di lucro nata nel 2006 per salvaguardare e promuovere la cultura dell'alimentazione di qualità e divulgare in tutto il mondo il meglio della produzione enogastronomica Made in Italy. I.F.S.E. non solo promuove la formazione, ma fra i suoi obiettivi primari vi è la difesa dell'ospitalità e della cultura agroalimentare italiana, accentuandone l'aspetto salutistico, attraverso la collaborazione con medici esperti di alimentazione e agronomi qualificati di fama internazionale. L'unica scuola di cucina riconosciuta quale Eccellenza Italiana dal Segretariato Generale della Repubblica, non è una semplice scuola di cucina, ma un centro internazionale di ricerca e studio del prodotto alimentare d'eccellenza, della sua trasformazione e commercializzazione.

# PARTNERS

**Coldiretti**, with one and a half million members, is the leading organization of agricultural entrepreneurs at national and European level.

*It is a social force that represents agricultural enterprises and enhances agriculture as an economic, human and environmental resource, with the aim of guaranteeing agricultural companies opportunities for development, within a context of full integration of agriculture with economic and social interests of the country.*

## **Filiera Agricola Italiana S.p.A.**

*Organizes and promotes the production of Italian agri-food supply chains on the markets, guaranteeing traceability, environmental sustainability and the equitable distribution of value among the actors in the supply chains.*

*Filiera Agricola Italiana implements a large Italian agri-food system that focuses on farmers who apply ethical disciplinary measures and certificates consistent with its values and promotes authentic agri-food assets throughout the national territory, guaranteeing origin and traceability.*

*It also plans, in partnership with Trade and the restaurant sector, projects that meet the growing needs of consumers in terms of safety and traceability, guaranteeing sustainability for the agricultural company and ensuring the continuity of supplies and the consistency of quality.*

## **ANRA - Associazione Nazionale dei Risk Manager e Responsabili Assicurazioni Aziendali**

*Since 1972 ANRA groups and represents all those professionals who deal with the assessment and management of business risks and insurance aspects, such as Chief Risk Officer, Risk Manager and Insurance Manager, Risk Management consultants. The association is recognized by the Italian Ministry of Economic Development and its statutory purpose is to spread business culture through conscious risk management. Through its activity, ANRA aims to promote the exchange of experiences and information among the Members, contributing to the growth and dissemination of skills of risk management, through training courses, opportunities for professional updating and other initiatives.*

## **I.F.S.E. Italian Food Style Education**

*It's a non-profit association founded in 2006 to safeguard and promote the culture of quality food and to spread the best of Made in Italy food and wine production all over the world. I.F.S.E. not only promotes education, but among its primary objectives there is the defense of hospitality and Italian agri-food culture, accentuating its health aspects, through collaboration with expert nutrition doctors and qualified agronomists of international reputation. It's the only cooking school recognized as Italian Excellence by the General Secretariat of the Republic and it's not a simple cooking school, but an international center for research and study of the excellent food product, its transformation and trade.*




**ASACERT - Assessment & Certification**

HEADQUARTERS

MILANO, Via Vittorio Veneto, 2 - 20032 Cormano  
tel. +39 02 45498783 - fax +39 02 45494150

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

**Website**

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

**E-mail**

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

**Social media**

