ICE e Fipe, insieme per promuovere all'estero la ristorazione tricolore

shutterstock-1463233049-f5d2f560

I ristoranti, ambasciatori del lifestyle italiano di vita nel mondo, come veicolo di conoscenza e **promozione delle nostre eccellenze**, un valore aggiunto per due filiere fondamentali per l’economia italiana, turismo e agroalimentare. Non è un caso, infatti, che nella classifica delle cose che i turisti apprezzano di più del nostro paese al primo posto c’e? proprio la **ristorazione**, con un indice di gradimento superiore perfino a quello registrato nei confronti del nostro patrimonio artistico.

È per questo motivo che, **ICE - Agenzia per la promozione all'estero** e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e **Fipe-Confcommercio** hanno deciso di collaborare per valorizzare al meglio la ristorazione italiana e il suo ruolo promozionale all’estero.

L’iniziativa, presentata a Milano in occasione di **Host2021**, ha come obiettivo principale quello di raccontare l’abilità con cui gli chef trasformano prodotti di eccellenza, espressione del territorio e delle tradizioni regionali, nei piatti che diventano una vera e propria esperienza dell’agroalimentare made in Italy sia in Italia che all’estero. Cinque di loro, scelti anche grazie alla collaborazione con **Le Soste**, l’associazione che riunisce i migliori ristoranti di cucina italiana nel nostro paese e in Europa, sono i testimonial del progetto. **Massimiliano Alajmo**, **Silvia Baracchi**, **Herbert Hintner**, **Claudio Sadler** e **Giuseppe Santoro** saranno protagonisti di attività promozionali in Francia, Stati Uniti, Germania, Russia e Inghilterra, partecipando a eventi e fiere di settore e girando delle pillole video che verranno promosse durante la settimana della cucina italiana nel mondo.

Un marchio, quello del made in Italy, che è garanzia di qualità, anche su i rischi generati dall’**italian sounding** non sono da sottovalutare. Infatti, ben il 94% dei ristoratori certificati italiani all’estero si è trovato davanti a prodotti contraffatti, il 60% ha rilevato falsi ristoranti italiani, mentre l’89% ha notato ricette non congrue ma spacciate per originali. Il 43%, seppur senza certezze, ha avuto seri dubbi sull’origine dei prodotti utilizzati. Trend evidentemente opposto se consideriamo ciò che fanno i ristoratori italiani certificati in prima persona. La totalità, il 99%, controlla sempre l’origine dei prodotti

utilizzati, e il 62% contatta direttamente il produttore.

“La ristorazione italiana è da sempre un fiore all’occhiello dell’offerta agroalimentare del nostro paese, anche all’estero - ha dichiarato **Lino Enrico Stoppani**, Presidente di Fipe-Confcommercio - Il suo ruolo di vetrina è assolutamente essenziale per la promozione del nostro stile di vita e dei prodotti di eccellenza che rendono possibile la realizzazione dei piatti che il mondo ci invidia. Il progetto messo in piedi con ICE vuole valorizzare tutto questo, attraverso una serie di iniziative in Italia e all’estero che vedranno protagonisti alcuni tra i migliori chef”.

“Agenzia ICE è da sempre impegnata nel sostegno di progetti promozionali per il settore agroalimentare Made in Italy di cui la ristorazione italiana, nel nostro Paese e nel mondo, rappresenta uno straordinario veicolo di conoscenza e diffusione – ha proseguito **Roberto Luongo**, Direttore Generale di Agenzia ICE -. L’obiettivo di questo progetto è di sensibilizzare i clienti esteri sulla salubrità e genuinità dei prodotti agroalimentari del Made in Italy che potranno gustare presso l’autentica ristorazione italiana e le grandi catene di distribuzione organizzate estere con le quali abbiamo raggiunto numerosi accordi negli ultimi mesi al fine di rafforzare la presenza di prodotti Italiani già in assortimento e introdurre nuove aziende fornitrici”.

La rete dei **ristoranti italiani nel mondo** conta 2.218 locali certificati in 60 Paesi esteri, in 451 diverse città, per un totale di 250.875 coperti per pasto. Per quanto riguarda la ripartizione continentale, circa il 33% concentrato nei paesi Ue, il 23,3% tra Asia e Oceania, quasi il 30% in America del Nord, circa il 13% in America latina e il restante 10% tra Africa, Medio Oriente e Europa extra-Ue.

Questi locali, inoltre, riescono a coprire l’**offerta gastronomica regionale** nella sua interezza e che nel 77% non si limitano a offrire un servizio di ristorazione ma anche di vendita di prodotti tipici. Tanti i ristoratori che cercano di tenersi aggiornati: quasi tutti, il 92%, tornano in Italia almeno una volta all’anno, e molti di loro ne approfittano per visitare i locali e i produttori italiani, rispettivamente nel 75% e nel 68% dei casi.