



**AUDIZIONE PRESSO LA COMMISSIONE
AGRICOLTURA DEL SENATO SUL DDL
" DIETA MEDITERRANEA"
(AS 313 – AS 926)**

9 Giugno 2015



CONFCOMMERIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Desidero in primo luogo ringraziare il presidente e la Commissione per aver benignamente accolto la richiesta della Federazione di essere audita su un disegno di legge che ritengo sia il primo e fondamentale passo per un riconoscimento legislativo del patrimonio culinario del nostro Paese.

Come sistema di rappresentanza della ristorazione italiana non possiamo non plaudire a questa iniziativa che auspichiamo si possa tradurre in legge nel periodo più breve possibile spinto dalla rinnovata attenzione al cibo ed alla corretta alimentazione che è il portato di EXPO 2015.

Mi auguro soprattutto di vedere la approvazione di questo provvedimento prima dell'inizio del Giubileo al fine di poter fornire ai turisti e pellegrini che arriveranno numerosi sicuri parametri per trovare , tramite il procedimento che illustrerò di seguito, locali dove consumare i piatti della dieta mediterranea.

CHI SIAMO

La Fipe, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, è l'associazione leader nel settore della ristorazione, dell'intrattenimento e del turismo, nel quale operano più di 300 mila imprese.

FIPE rappresenta e assiste bar, ristoranti, pizzeria, gelaterie, pasticcerie, discoteche, stabilimenti balneari, ma anche mense, ristorazione multilocalizzata, emettitori buoni pasto, casinò e sale da gioco.

Conta circa 1 milione di addetti ed un valore aggiunto di oltre 40 miliardi di euro.

Il Presidente è Lino Enrico Stoppani.

Il ruolo di FIPE

FIPE si propone come aggregatore del tessuto imprenditoriale del turismo e, in particolare, della ristorazione e dell'intrattenimento in Italia nelle sue più varie forme. Il principale obiettivo è la diffusione della **conoscenza** dell'attività dei propri associati, il ruolo preminente che essi rivestono nella **creazione del PIL** del nostro Paese, la **difesa del Made in Italy** tipica del settore e la **capillarità** della presenza in tutto il territorio nazionale.

FIPE si fa **portavoce** delle istanze degli imprenditori e le **rappresenta** presso le **Istituzioni**: audizioni presso le Commissioni parlamentari, interventi nei gruppi di lavoro

delle Agenzie governative e dei ministeri, partecipazione ai tavoli di confronto ministeriali, supporto alle Associazioni nazionali e alle singole aziende.

Obiettivo di FIPE è rendere strutturale e **consolidare nel lungo periodo le relazioni con i suoi associati e con il Governo**, proponendosi come trait d'union tra questi due fondamentali stakeholders.

Le memberships

FIPE è membro di **CONFCOMMERCIO** – Imprese per l'Italia, principale organizzazione del settore terziario ed è parte di **Confturismo** dove rappresenta insieme ad altre associazioni il settore del turismo. A livello internazionale è parte importante di **Hotrec**, associazione europea dei Bar, Ristoranti e Cafés, mentre nelle relazioni con i lavoratori e le organizzazioni sindacali è rappresentata dai suoi membri nei Fondi interprofessionali (Fon.Te, For.Te, FondoEst, Fondir, QuAS), nell'Ente Bilaterale del Turismo e nel CONAI.

La dieta mediterranea nella ristorazione

Premessa

I dati macroeconomici

La spesa delle famiglie in consumi alimentari fuori casa vale **73 miliardi di euro**. Altri **10 miliardi di euro** riguardano i consumi intermedi delle imprese e delle pubbliche amministrazioni per un valore complessivo della produzione di **83 miliardi di euro**. Il valore aggiunto attivato dal settore sfiora i **40 miliardi di euro**, un risultato a cui contribuisce una struttura imprenditoriale ampia ed articolata composta da **300mila imprese** ed un **milione di addetti** tra lavoratori dipendenti ed indipendenti.

In questo contesto si delinea un ruolo sempre più importante non soltanto per la quota considerevole di consumi alimentari che riesce ad attrarre (35% del totale complessivo), ma anche per la capacità che è in grado di esprimere sia in termini di promozione del Paese che di tutela dei valori e delle tradizioni del territorio.

Nel settore della ristorazione quasi **8 miliardi di euro** sono andati in fumo a causa della crisi: 3 miliardi di veri e propri tagli e 5 di mancata crescita. Nel 2014 si osservano segnali di ripresa, con risultati sul clima di fiducia di consumatori e sui bilanci delle imprese, in un contesto che continua ad essere caratterizzato dall'incertezza.

I dati sul turnover imprenditoriale mostrano nel **2014** un **saldo negativo** pari a circa **10 mila imprese**, con il perdurare dell'emergenza relativa alla bassa produttività. Positivi in questo ultimo periodo – anche se lontani dai periodi pre-crisi – i dati sull'occupazione.

In termini di intensità l'impatto della crisi sulla ristorazione italiana è stato meno pesante di quanto sia avvenuto in altri Paesi europei; è il segno di un settore che ha tante criticità ma anche molti punti di forza. Tra questi giova ricordare:

- ✚ il **modello della piccola impresa**, anzi della micro impresa, per la flessibilità con cui è capace di rispondere anche ai contesti più difficili;
- ✚ il modello basato sulla **convivialità** più che sulla funzionalità. Il fuori casa è anzitutto un luogo di relazione oltre che di soddisfacimento di bisogni primari come quelli dell'alimentazione. Va in questo contesto messo in evidenza il concetto di luogo che richiama anche quello di esperienza;
- ✚ il modello basato sul **territorio**, sulla qualità, sulla **tipicità** e sul **rapporto con la filiera agroalimentare**

La **ristorazione italiana** non è, dunque, una *commodity* ma anzitutto il **luogo della convivialità**, dell'esperienza, degli stili alimentari che si rinnovano anche nella continua valorizzazione della tradizione e delle risorse del territorio che vedono nella ristorazione il loro punto di miglior realizzazione

Si deve considerare, inoltre, che i cambiamenti sociali degli ultimi anni hanno determinato una significativa crescita del ruolo delle donne nella vita economica del Paese con il conseguente ridimensionamento della quantità di tempo dedicata alla cucina in ambito domestico e del livello delle competenze "alimentari" da parte delle famiglie.

La ristorazione nella tradizione: la dieta mediterranea

Molti piatti della tradizione si trovano oramai, soprattutto nelle aree urbane di maggiori dimensioni, esclusivamente nella ristorazione dove specifiche competenze professionali e scelte commerciali fondate sul connubio tra tradizione ed innovazione hanno permesso di salvaguardare ricette e piatti con un forte legame con la cultura del territorio.

Il modello nutrizionale su cui si fondano le "cucine" regionali italiane ha in alcuni prodotti i propri punti di forza. Si tratta di condimenti vegetali (principalmente olio extravergine di oliva), ortaggi,

legumi, frutta ed una certa quantità di carboidrati. Non si fa consumo eccessivo di carne, di salumi e formaggi.

In definitiva si tratta del modello nutrizionale che va sotto il nome di Dieta Mediterranea, riconosciuta di recente come patrimonio immateriale culturale dell'umanità.

Ma la Dieta Mediterranea è molto più che un semplice alimento. Essa individua nella tavola un forte elemento di convivialità e, dunque, di interazione sociale. La tavola non ha solo un ruolo funzionale ma è un condensato di costumi sociali, conoscenze, valori.

Tutti questi elementi sono facilmente rintracciabili nel modello italiano di ristorazione. Il cibo, l'ambiente ed il servizio sono l'espressione tangibile di un modello d'offerta che fa della conoscenza, del rispetto delle tradizioni e della convivialità i propri tratti distintivi.

Il riconoscimento della dieta mediterranea: casi di successo e criticità

Alcune esperienze fatte da Fipe nell'ambito del riconoscimento di particolari attributi della ristorazione italiana (v. allegati: Ristorante Tipico, Bollino Blu) hanno messo in evidenza la criticità di sistemi basati su processi di certificazione. Vuoi per la complessità delle procedure, vuoi per i costi conseguenti i ristoratori non sono propensi ad implementare percorsi di certificazione soprattutto quando non scorgono vantaggi significativi in termini di competitività. La stessa esperienza finalizzata al riconoscimento dei ristoranti italiani all'estero, sebbene costruita su un innovativo sistema di verifica dei requisiti, presuppone una discreta attività di analisi della documentazione dei ristoranti per attestarne il rispetto dei canoni della cucina italiana. Anche in questo caso sono necessari significativi investimenti.

Alla luce di queste considerazioni si propone di adottare un modello "leggero" che ponga al centro del sistema per l'attribuzione del marchio "dieta mediterranea" due elementi:

1. caratteristiche di base dell'offerta
2. percorso di formazione del personale

basate sul sistema dell'autocertificazione

A tal fine il modello può essere articolato nel modo che segue.

PREREQUISITI

Sono "**pre - requisiti**" indispensabili:

- autorizzazioni sanitarie ed amministrative atte a garantire la conformità dei laboratori, delle attrezzature e dei locali di somministrazione alle vigenti norme locali e nazionali ed assenza di atti prescrittivi della Autorità Sanitaria non ottemperati;

- rispetto sostanziale delle norme di corretta prassi igienica in modo da assicurare un corretto e cosciente rapporto con le sostanze alimentari in tutto il processo di produzione e somministrazione;
- attuazione del piano di autocontrollo igienico – sanitario HACCP e delle Buone Prassi Igieniche.

REQUISITI DEL SERVIZIO

1. Caratteristiche dell'offerta

Cucina: stagionalità delle materie prime, varietà dei piatti per la composizione di un pasto completo, presenza di verdure, ortaggi e frutta, pesce, giusta dose di carboidrati, carni bianche, uso moderato di sale, dessert a base di latte, modalità di cottura in grado di valorizzare le caratteristiche nutrizionali degli alimenti, snack a base di verdure

Servizio: presenza di menu, servizio al tavolo, olio extravergine di oliva sulla tavola, porzioni equilibrate

Il ristorante potrebbe predisporre anche specifici menu degustazione che rispettino i principi della dieta mediterranea.

2. Formazione del personale

Il responsabile dell'esercizio ed il personale devono aver effettuato un corso di formazione su "principi e caratteristiche" della dieta mediterranea.

VERIFICA

La verifica del rispetto dei requisiti può essere effettuata sulla base di un procedimento di autocertificazione a disposizione del comitato per il rilascio del marchio istituito dal disegno di legge.

VALORIZZAZIONE DEI RISTORANTI

La capacità di attrazione del marchio sia riguardo all'offerta che alla domanda è direttamente proporzionale all'attività di promozione e comunicazione che verrà realizzata per la diffusione del progetto "dieta mediterranea". A tal fine è di fondamentale importanza predisporre strumenti di informazione e comunicazione basati sulle tecnologie del web anche del tipo 2.0.

I ristoranti che ottengono il riconoscimento devono essere facilmente individuabili per mezzo di un sito web e di apposita app.