



ARRIVANO LE LINEE GUIDA PER VALORIZZARE I FORMAGGI DOP E IGP NEI RISTORANTI AFIDOP E FIPE: FUORI CASA STRATEGICO PER FAR SCOPRIRE IL VERO MADE IN ITALY E CONTRASTARE ITALIAN SOUNDING E CONTRAFFAZIONE

(Parma, 7 maggio) – Puntare sui ristoranti per valorizzare e tutelare le eccellenze casearie del nostro Paese, fornendo a ristoratori e chef uno strumento che aiuti a raccontare questa ricchezza ai consumatori, italiani e no. Da questa consapevolezza nasce il **patto tra AFIDOP - Associazione Formaggi Italiani DOP e IGP e FIPE – Confcommercio, Federazione Italiana Pubblici Esercizi**, che hanno annunciato l'intesa per promuovere, in Italia e all'estero, **due settori strategici del Made in Italy**: i **formaggi certificati**, primo comparto del cibo DOP italiano, con un **valore al consumo di 8,6 miliardi di euro**, e la **Ristorazione** che, con i suoi **92 miliardi di euro di consumi**, è un punto di riferimento fondamentale delle produzioni agroalimentari di qualità.

Nel palcoscenico di CIBUS, il salone dedicato alle eccellenze del food italiano, **AFIDOP e FIPE hanno siglato oggi un Protocollo d'Intesa e hanno lanciato le prime Linee Guida destinate alla ristorazione** per garantire una maggiore tutela e valorizzazione dei prodotti caseari certificati nei ristoranti.

Uno studio promosso da AFIDOP e realizzato da GriffeShield su oltre 20mila ristoranti italiani rivela che l'intesa tra AFIDOP e FIPE arriva al momento giusto: **oggi i formaggi DOP sono di casa in un ristorante italiano su 4, ma solo uno su 10 li valorizza**, riportandone la corretta denominazione nel menu.

Le **Linee Guida AFIDOP-FIPE** hanno l'obiettivo di contrastare questa tendenza. Si tratta di un autentico **vademecum pensato per i ristoratori** al fine di valorizzare i formaggi DOP e IGP: per ognuno dei 21 formaggi attualmente certificati (e altri ne potrebbero arrivare in futuro) vengono indicate la **corretta denominazione** nei menu, la descrizione delle loro **caratteristiche** e le **indicazioni sulle modalità di conservazione**. Saranno presenti anche consigli sulla *mise en place* e sul mantenimento delle proprietà organolettiche.

Uno strumento chiave per la ristorazione italiana, che punta sull'esperienza degli addetti ai lavori per educare correttamente il consumatore, in Italia, ma anche all'estero, dove i formaggi sono il prodotto italiano più utilizzato nei ristoranti (94,7%) dopo il vino per la preparazione dei piatti della cucina italiana (seguono poi a pari merito olio e pasta e infine i salumi)

Per il Presidente di AFIDOP Antonio Auricchio: “Grazie alla sinergia AFIDOP-FIPE e alle Linee Guida sviluppate, sarà possibile **sensibilizzare i professionisti del settore**, ristoratori e chef, sull'importanza di scegliere e utilizzare i formaggi DOP e IGP, di seguire precise modalità di conservazione per **permettere ai consumatori di gustarli al meglio** e di valorizzarli correttamente all'interno dei menu, **contrastando così anche il problema della contraffazione** e permettendo a questi autentici ambasciatori della tradizione casearia italiana di essere legittimamente riconosciuti. Valorizzare i formaggi DOP e IGP nella ristorazione significa garantire ai consumatori la possibilità di apprezzare anche fuori casa prodotti unici e di alta qualità, frutto di secolari tradizioni.”

Per Aldo Mario Cursano, Vice Presidente Vicario FIPE-Confcommercio: “Con i suoi 92 miliardi di euro di consumi, la ristorazione è un punto di riferimento per le filiere agroalimentari del nostro Paese. Valorizzare le produzioni certificate nei menù permette a un comparto così importante dell'economia di promuovere e diffondere una cultura in grado di esaltare l'unicità e l'altissima qualità del patrimonio agroalimentare italiano. I Pubblici Esercizi, dai bar ai ristoranti, passando per le pizzerie e le osterie, svolgono da sempre il ruolo di porta d'accesso alla cultura, alle tradizioni e ai valori dell'Italia nel mondo e rappresentano un veicolo estremamente importante per la valorizzazione dei prodotti Made in Italy. Con le Linee Guida non solo daremo ai titolari di Pubblici

Esercizi gli strumenti idonei per dotarsi di prodotti di alta qualità, ma anche ai consumatori la certezza di consumare cibo eccellente e di provenienza certificata”.

Le Linee Guida arrivano in un momento propizio per i consumi fuori casa (+7% a valore nel 2023), con la ristorazione tornata finalmente sopra i livelli pre-Covid (+3,9%), ma anche per i formaggi certificati. I 55 formaggi a denominazione DOP e IGP italiani, infatti, a fronte di 590mila tonnellate prodotte nel 2023, arrivano a un **fatturato alla produzione che va ormai ben oltre i 5 miliardi di euro**, pari a quasi un terzo del valore totale alla produzione dei prodotti lattiero-caseari italiani. **Corre anche l'export:** i formaggi DOP-IGP rappresentano ormai stabilmente quasi il 60% del fatturato export dei formaggi nazionali, per un valore stimato che sfiora i 3 miliardi di euro (+11%). **E il 2024 si apre con dati in crescita:** a gennaio sono soprattutto Grana Padano e Parmigiano Reggiano (+25% in volume) a fare da traino; bene anche il Gorgonzola (+7%), il Pecorino Romano (+4%), i duri DOP grattugiati (+16%).

UN ACCORDO PER CONTRASTARE L'ITALIAN SOUNDING (CHE COLPISCE I FORMAGGI E LA RISTORAZIONE)

Il Protocollo d'Intesa AFIDOP-FIPE punta anche a contrastare il falso Made in Italy **dell'italian sounding, che genera un giro d'affari stimato in oltre 90 miliardi di euro** (dati Ismea-MASAF). **I formaggi certificati sono, da sempre, tra le vittime preferite di questo fenomeno, che tocca anche il fuori casa.** Secondo le stime FIPE, **nel mondo esistono circa 600mila ristoranti che si autodefiniscono italiani. Di questi soltanto 2.218 lo sono davvero.** All'estero, esistono esercizi commerciali (ristoranti, bar, pasticcerie) che offrono servizi, hanno layout, possiedono gli stessi loghi e presentano la stessa offerta di quelli presenti nelle metropoli del nostro Paese. Almeno sulla carta. In realtà, i menù di questi pseudo "Italian restaurant" non hanno nulla a che vedere con quelli che pretendono di imitare, senza conoscerne la qualità. Secondo un'indagine del Centro Studi Fipe del 2021 rivolta ai ristoranti certificati italiani all'estero, è emerso che nei loro Paesi, il 94% degli intervistati rileva nei competitor non certificati contraffazione dei prodotti, l'89% vede contraffazione nelle ricette, non conformi a quelle autentiche, mentre il 60% trova ristoranti falsi italiani e il 43% ha dubbi sull'origine dei prodotti.

FOCUS 1

LE LINEE GUIDA AFIDOP-FIPE: UN VADEMECUM PER GLI OPERATORI DELLA RISTORAZIONE

Le Linee Guida per la Valorizzazione dei Formaggi DOP e IGP nei menu della Ristorazione presentate oggi a Cibus da AFIDOP - Associazione Formaggi Italiani DOP e IGP) e FIPE-Confcommercio (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) hanno l'obiettivo di **promuovere il corretto utilizzo delle denominazioni dei formaggi italiani a Denominazione di Origine Protetta**.

Di qui la necessità di **creare uno strumento che sia capace di guidare** gli operatori della ristorazione nel garantire **una adeguata valorizzazione dei prodotti** e che supporti i Consorzi di Tutela nel loro impegno per la tutela e promozione dei formaggi certificati, raccontandone qualità, territori e tradizione. Allo stesso tempo, possono diventare **uno strumento concreto per diffondere conoscenza e contrastare il problema della contraffazione**, soprattutto all'estero.

Le Linee Guida, che saranno **disponibili per il download sul sito www.afidop.it**, offrono indicazioni dettagliate sulle corrette diciture da inserire all'interno dei menu e sulle modalità di conservazione, trattamento e consumo dei formaggi a denominazione protetta. Il documento presenta una parte relativa alle **regole generali valide per tutti i formaggi DOP e IGP e una parte con schede specifiche dedicate a 21 formaggi certificati**, con informazioni sulla loro produzione, le caratteristiche, le tipologie e le migliori modalità di presentazione.

Le Linee Guida offrono infatti **indicazioni sull'uso corretto per esteso del nome del formaggio** (ad es. Mozzarella di Bufala Campana DOP, Parmigiano Reggiano DOP, Grana Padano DOP, Pecorino Romano DOP etc.), come pure indicazioni sulle **informazioni da inserire per ciò che riguarda le tipologie** (ad es. dolce, stagionato, piccante) **o le forme** (salame, melone, tronco conica e a fiaschetta per il Provolone Valpadana). Il vademecum, inoltre, invita a **evitare diciture di fantasia** (es. Asiago nero, Asiago saporito, ecc.) e offre consigli, a seconda del prodotto, sulle **modalità di riportare in menu la stagionatura** (il Piave DOP, per esempio, ne ha 5). Questi **dettagli risultano particolarmente importanti anche per "educare" i consumatori**, che possono meglio comprendere le caratteristiche del prodotto, come la sapidità, nonché le modalità di degustazione. Laddove utile, viene infine suggerito l'inserimento di altre informazioni (se il menù lo consente o se fa parte della filosofia del ristorante): biologico, a caglio vegetale, prodotto della montagna ecc.

Non mancano poi **consigli di servizio per apprezzare al meglio le caratteristiche organolettiche dei formaggi**: Parmigiano Reggiano DOP o Il Pecorino Romano DOP, dovrebbero essere preferibilmente grattugiati al momento o comunque non rimanere all'interno delle formaggiere più di una giornata. Asiago DOP, Caciocavallo Silano DOP e Montasio DOP – come molti formaggi vanno serviti a temperatura ambiente – vanno tolti dal frigorifero almeno un'ora prima; La Casciotta d'Urbino DOP invece va fatta respirare per massimo di un'ora prima di consumarla. La Mozzarella di Bufala Campana DOP va servita a temperatura ambiente, ma per la conservazione bisogna attenersi alle indicazioni riportate in etichetta. Il Quartirolo Lombardo DOP vuole qualche minuto mentre lo Strachitunt DOP circa 2 ore.

Suggerimenti arrivano anche sul fronte della modalità di servizio e sul **carrello dei formaggi**: I formaggi DOP e IGP sono ingredienti perfetti per la realizzazione di piatti ma **si esprimono al meglio in purezza o abbinati a composte e miele**. L'evidenziazione delle varie tipologie, quando esistenti, o delle diverse stagionature proposte sono raccomandate.

FOCUS 2

FORMAGGI DOP E IGP E RISTORAZIONE: DUE SETTORI STRATEGICI DEL MADE IN ITALY TRA NUMERI IN CRESCITA E PERICOLO CONTRAFFAZIONE

Le Linee Guida arrivano in un momento propizio per i consumi fuori casa. Nonostante l'inflazione e l'incertezza del contesto internazionale, il comparto ha registrato un **+7% a valore nel 2023, per un totale di 92 miliardi di euro spesi in consumi alimentari fuori casa**. La Ristorazione è dunque tornata **sopra i livelli pre-Covid (+3,9%)**, una crescita che fa da traino anche all'**occupazione del settore**, tornata anch'essa, finalmente, al di sopra dei livelli pre-pandemici: **oggi si contano oltre 1 milione di lavoratori dipendenti**.

Anche per i **55 formaggi a denominazione DOP e IGP italiani**, il periodo pare essere favorevole. Secondo AFIDOP, a fronte di **590mila tonnellate prodotte nel 2023 (+2,7% rispetto all'anno precedente)**, la filiera registra un fatturato alla produzione che va ormai ben oltre i **5 miliardi di euro, pari a quasi un terzo del valore totale alla produzione dei prodotti lattiero-caseari italiani**. Corre anche l'**export**: DOP-IGP rappresentano ormai stabilmente quasi il 60% del fatturato export dei formaggi nazionali, per un valore stimato che sfiora i 3 miliardi di euro (+11%) e una crescita a volume di oltre il 4% a livello mondo. A trainare il buon andamento delle esportazioni sono soprattutto Grana Padano, Parmigiano Reggiano e Pecorino Romano in alcuni dei più importanti mercati extraeuropei come Stati Uniti e Giappone.

Anche il 2024 si è aperto con dati in crescita: a gennaio sono soprattutto Grana Padano e Parmigiano Reggiano (**+25% in volume**) a fare da traino; bene anche il Gorgonzola (**+7%**), il Pecorino Romano (**+4%**) e i duri DOP grattugiati (**+16%**).
Il comparto dà oggi lavoro a circa 24.600 persone.

A guardare questi numeri, la sinergia tra i due settori appare quanto mai fruttuosa, tanto più che entrambi si trovano a combattere da anni una delle battaglie più subdole che il **made in Italy** possa sperimentare: quella per **contrastare l'Italian sounding**, la pratica di imitare prodotti agroalimentari italiani a fini di commercializzazione fraudolenta, mediante l'utilizzo di nomi, immagini, combinazioni cromatiche (come il tricolore) che evocano inequivocabilmente l'orizzonte italiano, nel tentativo di sfruttare l'*appeal* dell'agroalimentare di casa nostra. **Il giro d'affari che deriva dall'Italian sounding, purtroppo per il nostro Paese, è, secondo l'ultimo rapporto ISMEA-MASAF, superiore ai 90 miliardi**. Quasi il doppio rispetto all'export di prodotti agroalimentari italiani autentici, che il rapporto stima in 58 miliardi.

L'Italian sounding è un fenomeno che si allarga a macchia d'olio, andando sempre più a comprendere anche locali come **bar, ristoranti e pasticcerie**. Offrono servizi che sono del tutto simili a quelli degli originali locali italiani e si spingono persino oltre, mettendo in atto veri e propri plagi. Ristoranti e pasticcerie che hanno **lo stesso layout** di quelli presenti nelle metropoli del nostro Paese, gli stessi **loghi**, la stessa **offerta**. Almeno sulla carta. In realtà i menù di questi pseudo "Italian restaurant" non hanno nulla a che vedere con quelli che pretendono di imitare, senza conoscerne la qualità. **Una vera e propria contraffazione della cucina italiana**, secondo un'indagine del Centro Studi Fipe del 2021 rivolta ai ristoranti certificati italiani all'estero, da cui è emerso che nei loro Paesi **il 94% rileva nei competitor non certificati contraffazione dei prodotti, l'89% vede contraffazione nelle ricette**, non conformi a quelle autentiche, mentre il 60% trova ristoranti falsi italiani e il 43% ha dubbi sull'origine dei prodotti. Secondo le stime FIFE, **nel mondo esistono circa 600mila ristoranti che si autodefiniscono italiani. Di questi soltanto 2.218 lo sono davvero.**