



Editoriale di **Ferruccio Dardanello**,
Presidente di Unioncamere

Parte dalla ristorazione italiana nel mondo la "battaglia" contro la contraffazione dell'enogastronomia tricolore. Se in base agli ultimi dati sarebbero infatti ben tre su quattro i prodotti alimentari "taroccati", è vero comunque che il 9,5% degli stranieri ricorda il nostro Paese in relazione "al cibo e alla buona cucina" e chi ha visitato l'Italia valuta il livello della nostra cucina con un 7,9 (in un range da 1 a 10).

Da qui, il valore del marchio "Ospitalità Italiana. Ristoranti Italiani nel Mondo", promosso dall'Isnart in collaborazione con Unioncamere e con la rete camerale italo-estera, volto a certificare quei locali che rispettano

una serie di norme a tutela dell'immagine del nostro Paese all'estero. Un'iniziativa che, seppur avviata solo un anno fa, ha già permesso di certificare ben 720 ristoranti: un autentico vessillo del nostro Paese, una vera certezza per chi li frequenta, e dunque capaci di promuovere il *Made in Italy* anche a migliaia di chilometri di distanza. Per questo è stato significativo l'invito rivolto ai 7 ristoranti italiani all'estero più votati nel mondo, affinché partecipassero alla serata

di premiazione organizzata a Milano per premiare l'"Ospitalità italiana": un riconoscimento al loro operato, a tutela di un patrimonio – enogastronomico, ma anche culturale e, naturalmente, economico – di fondamentale importanza per il nostro Paese.

The 'battle' against the counterfeiting of Italian wine and food starts from Italian restaurants around the world. According to the latest data, three out of four food products could be counterfeit it's true, however, that 9.5% of foreigners remember Italy in relation to 'the food and good cooking' and those who have visited Italy assess the level of our cuisine as 7.9 (in a range of 1-10). The value of the Italian Hospitality. Italian restaurants Around the World brand, promoted by Isnart, in co-operation with Unioncamere and the Italian-foreign chamber network, aimed at certifying the restaurants that respect a series of regulations to protect the image of Italy abroad. This initiative has already enabled 720 restaurants to be certificated, although launched just a year ago – and is an authentic ensign for the country, a certainty for those who visit them and, therefore, able to promote Italian quality products even thousands of miles away.

This is why the invitation to the seven most voted Italian restaurants around the world to take part in the award ceremony for 'Italian Hospitality' organised in Milan was significant. It was recognition of their work in protecting a heritage – wine and food but also cultural and, naturally, economic – of fundamental importance for Italy.



L'Italia nel Piatto



Qualità e autenticità: così si fa l'eccellenza!

Qualità, genuinità, freschezza delle materie prime. In base ad una ricerca condotta presso i ristoranti italiani all'estero, sono questi i punti di forza della cucina autenticamente italiana. "Armi" utili per contrastare il livello di contraffazione che ha colpito il settore, giudicato "alto" da ben il 45% dei ristoratori intervistati; ma anche per ostacolare il crescente numero di imprese "falsamente" italiane, che per il 59,2% degli intervistati costituiscono la più forte concorrenza a chi gestisce locali autentici.

Con il loro lavoro, i ristoranti italiani all'estero certificati possono dunque fornire un contributo fondamentale al successo del Bel Paese in un settore peraltro determinante. Basti pensare che l'offerta enoga-

stronomica italiana attira da sola il 7% degli stranieri che trascorrono una vacanza in Italia (quasi 11 milioni di presenze): un turismo che genera sul territorio un impatto economico stimato in 1,5 miliardi di euro spesi (dato 2009).

Per proseguire in questo sforzo a tutela del *Made in Italy*, i gestori dei locali italiani nel mondo intervistati reputano fondamentale che le istituzioni si adoperino in primo luogo per la certificazione dei prodotti, dei ristoranti e delle etichettature.

Dal canto loro, i ristoratori continueranno ad impegnarsi per tutelare l'immagine del Bel Paese e della nostra cucina, confermando il loro ruolo di "ambasciatori d'eccellenza" della tradizione enogastronomica italiana.

Quality and authenticity – that makes for excellence!

Quality, authenticity and freshness of the raw materials – these are the strong points of authentically Italian cooking according to research conducted in Italian restaurants abroad. Useful 'weapons' to fight the level of counterfeiting that has hit the sector, judged as 'high' by 45% of the restaurateurs interviewed, but also to impede the growing number of 'falsely' Italian companies which, for 59.2% of those interviewed, are the strongest competitors of those running authentic restaurants. Certificated Italian restaurants abroad can, therefore, make an essential contribution to the success of Italy in an otherwise decisive sector with their work. Just think that, alone, the Italian wine and food offer attracts 7% of foreigners who spend a holiday in Italy (almost 11 million people) – tourism that

generates an economic impact estimated at Euro 1.5 billion spent (data for 2009) in the country. The managers of Italian restaurants around the world interviewed believe that, to continue the efforts made to protect Italian quality products, it is essential that the institutions work for the certification of products, restaurants and labelling. On their part, they will continue to commit themselves in the protection of the image of Italy and our cooking, confirming their role as 'ambassadors of excellence' of the Italian wine and food tradition.



Per informazioni
For information
info@isnart.it
www.isnart.it

I Magnifici 7 protagonisti a Milano

Per il primo anno, il premio "Ospitalità Italiana" ha accolto anche i ristoranti italiani all'estero più votati nel mondo, tra cui il vincitore assoluto del 2011: il Ristorante San Pietro di New York

Si è svolta lo scorso 15 febbraio a Milano, nella prestigiosa cornice di Palazzo Mezzanotte, la VI edizione del premio "Ospitalità italiana". Sul palco, i vincitori delle diverse categorie in concorso – alberghi da due a cinque stelle, agriturismi, ristoranti gourmet, tipici, internazionali, classici e pizzerie – tra cui è stato eletto il vincitore assoluto: l'hotel Tre Querce di Ancona.

Ma non solo. Per la prima volta, infatti, erano presenti anche i 7 ristoranti italiani all'estero più votati nel mondo: il *San Pietro* di New York per l'Area NAFTA, il *Friccò* di San Paolo per l'Area Mercosur, l'*Osteria da Fiorella* di Tel Aviv per l'Area Mediterraneo, il *Caffè e Cucina* di Melbourne per l'Area Australia, il *That's Amore Italian Restaurant* di Shanghai per l'Area Asia-Sud Africa, *Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana* di Escazù per l'Area Patto Andino-Centro America, il *Castello Lucano* di Kessel-Lo (Bruxelles) per l'Area Europa. Tra questi, è stato nominato il vincitore assoluto, "il migliore e più autentico ristorante italiano fuori d'Italia": il **Ristorante San Pietro di New York**.

SAPORI CAMPANI A MANHATTAN. Il *Ristorante San Pietro* è nato dalla passione dei fratelli Gerardo e Antonio Bruno per i sapori della propria terra: la Campania.

A gestire il locale è oggi Gerardo, imprenditore di formazione scientifica, diplomato a Salerno in amministrazione alberghiera nel 1975. Risale all'anno successivo la decisione di trasferirsi negli Stati Uniti insieme al fratello Antonio, diplomatosi nel 1973 presso l'Istituto Alberghiero di Potenza e successivamente specializzatosi in rinomati hotel e ristoranti della penisola. Ed è proprio Antonio a ricordare come rimase colpito da quella che allora veniva presentata come la cucina

del sud Italia: dalla carne di vitello alla parmigiana – "un'invenzione assolutamente italo-americana", come tiene a sottolineare – alla pratica tipica di servire la carne con un piatto di pasta di accompagnamento.

Ciononostante, Antonio fece un'eccellente esperienza in alcuni buoni ristoranti italiani di New York City e, nel 1984, i due fratelli decisero di aprire il loro ristorante, il *Sistina*. Fu subito un successo. Ogni qual volta Marcello Mastroianni andava a Manhattan, si recava al *Sistina*, dove in cucina amava improvvisare i suoi piatti casalinghi per il piacere di Antonio e di suo fratello. Nel 1992, la decisione di aprire un locale più grande, sull'elegante 54ª strada di Manhattan: nasce così il *San Pietro*.

FEDELI ALLA PRORIA TERRA.

Dagli anni Novanta ad oggi, il *San Pietro* è stato un pioniere nel diffondere tra i propri clienti i vini e i piatti campani. Ogni settimana Antonio fa arrivare direttamente da Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna l'85% degli ingredienti che utilizza: verdura fresca, formaggi, pasta. Inoltre seleziona personalmente le migliori carni provenienti da Nuova Zelanda, Stato di New York e Canada, così come il migliore pescato dalla costiera amalfitana, da Israele e da altre aree. Utilizzando solo erbe e sapori freschi, Antonio prepara anche il pane nel forno in mattoni,



Il Ristorante San Pietro a New York



così come originali formati di pasta.

Un impegno e un'attenzione che sono valsi al *San Pietro* numerosi riconoscimenti, come il titolo di "Miglior ristorante italiano negli Stati Uniti" dalla città di Giffoni, sede del famoso Film Festival; il premio per "La più autentica cucina italiana" e la "Migliore carta dei vini" dal Governo italiano e il premio "Miglior ristorante italiano all'estero" dall'Istituto Ambasciate & Ambasciatori della Cucina Italiana. Negli Stati Uniti, il ristorante ha ricevuto il "Premio d'eccellenza" dal Wine Spectator dal 2001 al 2009, il "Premio cinque stelle diamante" dell'American Academy of Hospitality Sciences, il "Premio distinzione" della guida Zagat e il premio "Chefs 2000".

The Magnificent 7 in Milan

For the first time, the 'Italian Hospitality' Award also included the most voted Italian restaurants around the world, including the absolute winner 2011 – the Ristorante San Pietro of New York

The 6th edition of the 'Italian Hospitality' Award was held in Palazzo Mezzanotte, Milan, on 15 February. The winners of the different categories (2-5-star hotels, farm holiday centres, gourmet restaurants, traditional, international, classic and pizzerias) were on the stage and the absolute winner was selected from these – the Tre Querce hotel of Ancona.

For the first time, the seven most-voted Italian restaurants around the



Gerardo Bruno premiato dal Presidente Dardanello e dal Vice Presidente della Commissione Europea, Antonio Tajani.



Gerardo e Antonio Bruno nel loro ristorante

world (the *San Pietro* of New York for the NAFTA Area, the *Friccò* of San Paolo for the Mercosur Area, the *Osteria da Fiorella* of Tel Aviv for the Mediterranean Area, the *Caffè e Cucina* of Melbourne for the Australia Area, the *That's Amore Italian Restaurant* of Shanghai for the Asia-South Africa Area, the *Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana* of Escazù for the Andean Pact-Central America Area and the *Castello Lucano* of Kessel-Lo (Brussels) for the Europe Area. The absolute winner 'The Best and Most Authentic Italian Restaurant Outside Italy' was declared from these – the **San Pietro Restaurant of New York.**

TASTES OF CAMPANIA IN MANHATTAN. The *San Pietro Restaurant* came from the passion of the brothers Gerardo and Antonio Bruno for the flavours of their homeland – Campania. Today, Gerardo manages the restaurant; he is a businessman with a scientific background, obtaining a diploma in hotel management in Salerno in 1975. He and his brother Antonio, who obtained a diploma

from the Hotel Institute, Potenza, and then specialised in well-known hotels and restaurants throughout Italy, decided to move to the United States the following year. Antonio recalled how he was struck by what was presented as Southern Italian cuisine at the time – from veal to the parmigiana – “an Italian-American invention” he stressed – to the practice of serving meat with pasta as a side dish. Despite this, Antonio had excellent experience in some good Italian restaurants in New York City and, in 1984, the two brothers decided to open their restaurant, the *Sistina*. It was an immediate success. Every time Marcello Mastroianni went to Manhattan, he went straight to the *Sistina*, where he loved to improvise his homemade dishes for the pleasure of Antonio and Gerardo. In 1992, they decided to open a larger restaurant on the elegant 54th Street in Manhattan and this was how the *San Pietro* started.

LOYAL TO ONE'S LAND. The *San Pietro* has been a pioneer in diffusing the wine and food of Campania

among its clients since the 1990s. Every week, Antonio orders 85% of the ingredients he uses directly from Campania, Puglia, Calabria, Sicily and Sardinia (fresh vegetables, cheese and pasta). In addition, he personally selects the best meat from New Zealand, New York State and Canada, just like the best fish from the Amalfi coast, Israel and other areas. Antonio also prepares bread in the brick oven and original pasta formats, using only fresh herbs and seasoning. This commitment and attention has won San Pietro many awards, like 'Best Italian Restaurant in the United States' from

Giffoni, home of the famous Film Festival, the prize for 'The Most Authentic Italian Cuisine' and the 'Best Wine Selection' from the Italian government, and the 'Best Italian Restaurant Abroad' from the Istituto Ambasciate & Ambasciatori della Cucina Italiana (Italian Cuisine Embassy Ambassadors Institute). In the USA, the restaurant received the 'Excellence Award' from Wine Spectator from 2001 to 2009, the 'Five diamond stars award' of the American Academy of Hospitality Sciences, the 'Distinction award of the Zagat guide' and the 'Chefs 2000' prize.

**La Qualità Italiana conquista il mondo.
Le città dei primi ristoranti certificati**

**The Cities Where You can Find first
Italian Certified Restaurants**

AUSTRALIA Adelaide Q Brisbane Q Clayfield - QLD Q Hindmarsh Q Hyde Park Q Melbourne Q Perth Q Sydney Q **AUSTRIA** Salisburgo Q Vienna Q **BELGIO** Bruxelles Q Tienen Q **BRASILE** Blumenau Q Curitiba Q Florianópolis Q San Paolo Q **BULGARIA** Sofia Q **CANADA** Calgary Q Montreal Q Toronto Q Vancouver Q **CINA** Guangzhou Q Shanghai Q Shenzhen Q **CINA-HONG KONG** Hong Kong Q **COLOMBIA** Bogotá Q **COSTARICA** Escazu Q Heredia Q San José Q **EMIRATI ARABI** **UNITI** Abu Dhabi Q Dubai Q **FRANCIA** La Ciotat Q Lione Q Marsiglia Q Parigi Q Saint-Raphaël Q **GERMANIA** Francoforte Q Lipsia Q **GIAPPONE** Nagoya Q Osaka Q Tokyo Q **INDIA** Bengaluru Q Bombay Q Candolim - Goa Q Chennai Q Nuova Delhi Q **LUSSEMBURGO** Bridel Q Flatzbour Q Lussemburgo Q Steinsel Q **MALTA** Floriana Q Paceville Q San Giuliano Q Sliema Q **MESSICO** Città del Messico Q **OLANDA** Almere Q Amsterdam Q Arnhem Q L'Aia Q Utrecht Q **PERÚ** Lima Q **REGNO UNITO** Cheshire Q Edimburgo Q Gisburn Q Londra Q



REPUBBLICA CECA Praga Q **REPUBBLICA DOMINICANA** Santo Domingo Q **RUSSIA** Mosca Q **SERBIA** Belgrado Q **SINGAPORE** Singapore Q **SPAGNA** Barcellona Q Bilbao Q Calafell Q Madrid Q Marbella Q Murcia Q Pontevedra Q Santiago de Compostela Q Saragozza Q Siviglia Q Valenza Q **STATI UNITI** Austin Q Beverly Hills Q Boca Raton Q Chicago Q Dallas Q Forest Hills Q Fort Lauderdale Q Houston Q Los Angeles Q Marina del Rey Q Miami Q New York Q Plano Q Playa del Rey Q San Francisco Q Santa Monica Q Syosset Q West Hollywood Q Whippany Q **SUDAFRICA** Johannesburg Q Sandton Q Trafalgar Q **SVEZIA** Göteborg Q Stoccolma **SVIZZERA** Altdorf Q Ascona Q Berna Q Carouge Q Dietikon Q Einsiedeln Q Friburgo Q Ginevra Q Hofstetten Q Horw Q Küsnacht Q Montreux Q San Gallo Q Therwil Q Thônex Q Thun Q Uster Q Vevey Q Wallisellen Q Winterthur Q Zermatt Q Zurigo Q **THAILANDIA** Bangkok Q Hua Hin Q Kata Beach Q **UNGHERIA** Budapest Q **VENEZUELA** Caracas Q Gran Roques Q

L'elenco dei Ristoranti Certificati sul sito www.10q.it

10 regole d'oro

Il Disciplinare Tecnico per il rilascio del Marchio si compone delle successive 10 regole: 1) Identità e distintività; 2) Accoglienza; 3) Mise en place; 4) Cucina; 5) Menù; 6) Proposta gastronomica; 7) Carta dei vini; 8) Olio extravergine d'oliva; 9) Esperienza e competenza; 10) Prodotti DOP e IGP. Sono inoltre previsti *cinque requisiti* definiti essenziali – che, se non soddisfatti, determinano il mancato rilascio del marchio – riguardanti: *la proposta gastronomica* (la percentuale di piatti e ricette della tradizione italiana non deve essere inferiore al 50% del totale dei piatti nel menù); *l'accoglienza* (nel ristorante deve essere presente almeno una persona in grado di relazionarsi con il pubblico in lingua italiana); *la carta dei vini* (deve contenere vini italiani DOP o IGP in misura non inferiore al 30% – in ogni caso, non meno di 5 tipi); *l'olio extravergine d'oliva* (il ristorante deve proporre, per il condimento a crudo, solo olio extravergine d'oliva DOP/IGP di provenienza italiana); *l'esperienza e la competenza del capocuoco* (che deve avere almeno uno dei seguenti requisiti: attestato professionale di cucina italiana ottenuto presso un istituto di chiara fama; addestramento presso un ristorante in Italia per un periodo non inferiore ai 6 mesi; esperienza in cucina italiana, anche presso un ristorante italiano all'estero, non inferiore ai 3 anni).



10 Golden Rules

The technical specification for the release of the Quality Label consists of the following 10 rules: 1) Identity and Italian Distinctiveness; 2) Reception; 3) Mise en Place; 4) Kitchen; 5) Menu; 6) Gourmet Offer; 7) Wine List; 8) Extra Virgin Olive Oil; 9) Experience and Competence; 10) PDO and PGI Products.

There are *five essential requirements*, which if not met result in failure to release the label. The essential requirements concern *gourmet offer* (the percentage of traditional Italian dishes and recipes should not be less than 50% of the total dishes on the menu); *hospitality* (the restaurant must have at least one person able to relate with customers in Italian); *wine* (the wine list must contain Italian wines PDO or PGI not less than 30% – in any case, no less than 5 types of wine); *extra virgin olive oil* (the restaurant must offer, for a dressing, only extra virgin olive oil DOP / IGP of Italian origin); *experience and expertise of the chef* (he must be qualified through at least one of the following requirements: professional certificate of Italian cooking obtained at an institution of repute; training at a restaurant in Italy for not less than 6 months; experience in Italian cuisine, even in an Italian restaurant abroad, not less than 3 years).