



Comunicato stampa

Al via il marchio di qualità per le pizzerie italiane nel mondo

Roma, 09/05/2022 – Nasce il marchio Ospitalità Italiana per le pizzerie italiane nel mondo. L’iniziativa, promossa da Unioncamere con il supporto tecnico - scientifico di Isnart (Istituto nazionale di ricerche turistiche) mira a identificare, qualificare e valorizzare le strutture che fanno della qualità, della distintività italiana e del binomio destinazione - prodotto turistico italiano, gli elementi centrali della propria offerta.

Nel periodo prepandemia il settore contava 150mila addetti in Italia, per un giro d’affari di 15 miliardi di euro in Italia e di almeno oltre 60 nel mondo¹.

Gli ultimi dati disponibili ci dicono che i ristoranti e le pizzerie gestite da italiani all’estero sono 72mila e incassano oltre 27 miliardi di euro l’anno.

8² milioni le pizze vendute ogni giorno solo in Italia, mentre 5 miliardi quelle in tutto il mondo. Dall’Italia, dove ha avuto origine, la passione per la pizza si è diffusa in ogni angolo del mondo. Gli americani sono i maggiori consumatori con 13 chili a testa mentre, in Europa, sono gli italiani a guidare la classifica con 7,6 chili all’anno. Al secondo posto gli spagnoli, al terzo, a parimerito, francesi e tedeschi³.

In questo scenario così complesso e con una diffusione così ampia nel consumo di pizza, il marchio Ospitalità Italiana nel Mondo per le pizzerie italiane diventa uno dei più importanti provvedimenti istituzionali per la difesa dai numerosi tentativi di plagio di questo simbolo della tradizione italiana e per la tutela delle caratteristiche tradizionali del suo processo produttivo e della primarietà degli ingredienti.

Dopo i ristoranti e le gelaterie, quindi, anche le pizzerie potranno vantare un riconoscimento distintivo capace di farle emergere dal mercato grazie agli elementi qualità e di italianità, accertati con verifiche oggettive e imparziali.

Il disciplinare per le pizzerie italiane nel mondo consente di prendere in considerazione ogni tipicità di pizza caratteristica delle diverse regioni italiane (es. pizza napoletana, pinsa, pizza romana, etc.) e si compone di 10 regole che vanno dalla professionalità dei pizzaioli, al servizio offerto, ai prodotti utilizzati per le ricette e/o offerti nel menu e nella carta delle bevande, alla presenza di alcune tipologie di ricette particolarmente presenti sul territorio italiano, con un’attenzione rivolta all’utilizzo della lingua italiana per alcuni passaggi specifici che interessano la comunicazione.

Proprio su quest’ultimo aspetto è focalizzata l’iniziativa, con strumenti studiati ad hoc per le imprese che superano il percorso Ospitalità Italiana, sia “tangibili” come attestati e targhe che “virtuali” come quelli nel social kit appositamente creato a corredo della promozione digitale delle realtà che vogliono distinguersi come imprese fedeli alla tipicità italiana.

¹ Fonte CNA 2018

² Fonte Il Sole 24 Ore

³ Fonte Coldiretti



Ottenere il marchio Ospitalità Italiana è un modo per preservare e promuovere, attraverso la cultura agroalimentare di qualità, il sistema produttivo italiano e la capacità dell'Italia di mantenere viva l'attenzione dei suoi estimatori, ispirandone anche nuovi ma è anche una opportunità per tutti quegli imprenditori che vogliono entrare a far parte di un network riconosciuto a livello internazionale che conta più di 2200 imprese tra ristoranti e gelaterie made in Italy, in 60 paesi del mondo e in 456 grandi città. Una rete nata nel 2009 e che si amplia anno dopo anno, grazie alla collaborazione delle Camere di Commercio italiane all'estero, con nuove imprese e nuovi disciplinari per certificare e promuovere le attività che più rappresentano la gastronomia ma anche la cultura e la storia del nostro Paese.

“Le Camere di Commercio Italiane all’Estero lavorano costantemente sulla promozione del made in Italy agroalimentare per far conoscere e apprezzare i prodotti del nostro Paese ai consumatori esteri e aiutare le imprese italiane ad essere sempre più competitive sui mercati internazionali. – afferma Gian Domenico Auricchio, Presidente di Assocamerestero – La ristorazione italiana all’estero è spesso il primo punto di contatto tra il consumatore e le nostre tradizioni culinarie, e l’estensione del marchio Ospitalità Italiana anche al mondo delle pizzerie conferma il forte impegno del sistema camerale italiano nell’individuare e supportare chi all’estero è portatore della vera tradizione italiana, e che svolge un ruolo fondamentale nell’educazione dei clienti al consumo di qualità e nel contrasto al fenomeno dell’Italian Sounding, sempre più diffuso in tutto il mondo.”

“Con il disciplinare per le pizzerie Unioncamere e Isnart aggiungono un altro importante tassello al quadro dell’offerta italiana di qualità nel mondo. Una risposta concreta alle Camere estere che hanno fortemente voluto e creduto in questo lavoro e ai consumatori ed estimatori della cucina italiana che, da ora, potranno vivere delle vere e proprie esperienze sensoriali garantite dalla nostra pizza, un’icona della cultura enogastronomica italiana che ha saputo superare, ben prima di altre pietanze, i confini nazionali e conquistare il mondo anche grazie alla sua essenza di street food “ante litteram” – afferma Roberto Di Vincenzo, Presidente di Isnart – Sono convinto che il Marchio Ospitalità Italiana, esteso alle pizzerie italiane, possa concretamente aiutare gli operatori che, all’estero, tengono alta la nostra bandiera. Sono convinto altresì che questo ulteriore atout, pensato per distinguere “l’autenticità italiana”, potrà aiutare a far convergere verso l’Italia un nuovo turismo che, recuperata la fiducia nel viaggiare - grazie anche alla diffusione dei vaccini e alla riduzione delle restrizioni per contenere la pandemia – e a fare da volano per la ripresa turistica del nostro Paese, stimolando il recupero della domanda straniera”.