

SENATO DELLA REPUBBLICA

— XV LEGISLATURA —

N. 1350

DISEGNO DI LEGGE

**d’iniziativa dei senatori REBUZZI, POLLASTRI, SCARPA
BONAZZA BUORA, PICCIONI, BONFRISCO, BALDASSARRI,
DE GREGORIO, AMATO, IANNUZZI, COLLI, ANTONIONE,
NESSA, MALVANO, CASOLI, DELL’UTRI, CARRARA,
PICCONE, IZZO, BIANCONI, CARUSO, MARINI Giulio,
TOFANI, SCOTTI, GHIGO, CANTONI, SANTINI, BETTAMIO, DI
BARTOLOMEO, STEFANI e TOMASSINI**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 22 FEBBRAIO 2007

Disposizioni per la tutela e la promozione della ristorazione
italiana nel mondo

ONOREVOLI SENATORI. - Emigrazione e presenza continua degli italiani all'estero hanno generato inizialmente larga diffusione di esercizi che offrivano prodotti alimentari italiani. Successivamente è sopraggiunta l'esigenza da parte dei nostri connazionali di avere un punto d'incontro quale sicuro riferimento dove poter attenuare la nostalgia della madrepatria, ritrovando i sapori della lontana cucina d'origine. Ciò ha notevolmente contribuito alla nascita della ristorazione italiana.

Ben presto, le valenze indiscusse della cucina e la sapienza dei cuochi con la loro grande volontà di emergere, avviò i ristoranti italiani a divenire templi indiscussi e prestigiosi del mangiar bene; attraverso un percorso sviluppatosi in tutto il mondo in conformità a forti «percezioni» come la valenza salutistica della dieta mediterranea per la riconosciuta qualità di prodotti come pasta, olio extravergine, salumi, formaggi e vini, e l'immagine dell'Italia come meta turistica collegata al ricordo di sapori e gusti trovati in vacanza.

La ristorazione italiana nel mondo con il passare del tempo ha iniziato a svilupparsi verso migliori condizioni di qualità sia per i prodotti utilizzati sia per il buon rapporto che si è saputo instaurare con i clienti, anche non italiani. Lo sviluppo è avvenuto in modo scomposto, senza linee guida e schemi precisi ed organizzati e senza una vera rete formativa, ma solo con l'improvvisazione e tentativi di un certo volontariato associativo di categoria che ha espresso, nel tempo, molte lacune e limitazioni, non riuscendo a far decollare e promuovere il «sistema Italia» nel mondo.

Va dato soprattutto merito a tutti quei ristoratori imprenditori che, contando unicamente sulle proprie capacità professionali in-

sieme con lo stretto e continuo dialogo con la terra d'origine, sono riusciti ad ottenere successo in un nuovo mercato che è sicuramente più competitivo del nostro.

I veri ristoratori italiani hanno sempre avuto l'aspirazione ad avere un segno tangibile di riconoscimento per il proprio locale che li distinguesse da imitazioni. Infatti la moda del cibo italiano esplosa in tutto il mondo ha fatto nascere molti ristoranti che offrono un prodotto che non ha nulla a che vedere con la cucina italiana.

Attualmente sono 65.000 circa in tutto il mondo i ristoranti che si definiscono «italiani», dei quali solo il 30 per cento circa possono definirsi tali. Un altro 30 per cento circa sono «all'italiana» e la restante parte è solo con «nome italiano», ovvero vere imitazioni che catturano il cliente che vuole mangiare italiano. Da questi presupposti è nato il progetto di un marchio di qualità «ristorante italiano», con l'obiettivo di realizzare un vero circuito gastronomico internazionale di marca italiana attraverso la quale valorizzare non solo le caratteristiche della cucina italiana - molto legata al prodotto agro-alimentare, nelle sue numerosissime articolazioni regionali e territoriali, apprezzata per il suo equilibrio dietetico e la semplicità di preparazione - ma anche, attraverso prodotti, ricette e atmosfere, quel modo di vivere tipicamente italiano che è ormai assunto a simbolo di un patrimonio culturale che concorre al successo del «marchio Italia» nel mondo. In questo circuito il consumatore potrà trovare prodotti, ricette e stile italiani.

Si rende dunque necessario ed urgente dare un impulso di tipo legislativo tale da contribuire ad aprire quel dibattito e quegli approfondimenti per giungere a certificare il «ristorante italiano» all'estero.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. La Repubblica sostiene la diffusione e la valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche, dello stile alimentare, delle produzioni agroalimentari e industriali italiane anche tramite i ristoranti italiani all'estero.

2. Per il conseguimento delle finalità di cui al comma 1 la presente legge promuove il ruolo della ristorazione italiana all'estero riconoscendole la funzione di conservazione e diffusione dei valori e delle tradizioni culturali, storiche, enogastronomiche nazionali e delle specificità del territorio.

Art. 2.

1. Ai fini della presente legge con il termine «ristorante italiano» si intende l'esercizio aperto al pubblico nel quale si somministrano, con comprovabile prevalenza e adeguata informazione al cliente, in ambienti idonei dal punto di vista igienico sanitario e del servizio, pietanze ispirate alle ricette della tradizione culinaria del territorio italiano nonché prodotti enogastronomici tipici provenienti da aziende agricole ed industriali la cui sede di produzione è sita in Italia.

Art. 3.

1. Presso il Ministero del commercio internazionale è istituito il Comitato per la tutela e la promozione della ristorazione italiana nel mondo, di seguito denominato «Comitato».

2. Il Comitato è presieduto dal Ministro del commercio internazionale e ne fanno parte dieci rappresentanti nominati:

- a) uno dal Ministero degli affari esteri;
- b) uno dal Ministero dello sviluppo economico;
- c) uno dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali;
- d) uno dal Ministero per i beni e le attività culturali;
- e) tre dalle regioni;
- f) uno dall'Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura;
- g) uno dall'Istituto nazionale per il commercio estero (ICE);
- h) uno dalle associazioni maggiormente rappresentative della ristorazione italiana all'estero.

3. Il Comitato svolge le seguenti funzioni:

- a) predisporre e coordinare i programmi di attività derivanti dalle finalità di cui alla presente legge;
- b) conferisce la qualifica di ristorante italiano per l'autenticità e l'alta qualità dei ristoranti italiani all'estero favorendone la promozione attraverso strumenti di comunicazione istituzionali;
- c) promuove azioni legali nei confronti delle contraffazioni e dell'abuso delle insegne e del titolo «italiano»;
- d) tutela e diffonde all'estero le cucine tipiche del territorio italiano;
- e) cura il recupero, lo studio e la salvaguardia delle tradizioni enogastronomiche nazionali, predisponendo e raccogliendo le ricette della tradizione italiana realizzate con i prodotti tipici e di qualità del territorio e favorendone la diffusione e l'adozione nei ristoranti italiani nel mondo;
- f) promuove accordi tra le categorie economiche per la razionalizzazione delle forniture di prodotti alimentari di origine e produzione nazionale ai ristoranti italiani nel mondo;

g) favorisce la diffusione e lo sviluppo degli istituti professionali di cucina coordinando programmi ed attività didattica;

h) promuove e facilita l'attività di *stage* in Italia e all'estero presso i ristoranti italiani che abbiano ricevuto la qualifica di ristorante italiano;

i) promuove programmi di formazione ed aggiornamento dei titolari e dei collaboratori dei ristoranti italiani nel mondo anche per la lingua italiana;

l) elabora, propone e diffonde, con l'ausilio di professionisti, studi, progetti e modelli finalizzati alla creazione di locali specializzati nella promozione e valorizzazione del patrimonio enogastronomico italiano;

m) costituisce ed aggiorna, in collaborazione con le associazioni di categoria, la banca dati della ristorazione italiana all'estero.

Art. 4.

1. L'attività di promozione dei prodotti enogastronomici italiani è effettuata nei singoli Paesi esteri dai soggetti che fanno parte degli sportelli unici all'estero, dagli uffici dell'ICE, dall'ENIT - Agenzia nazionale del turismo, dalle Camere di commercio italiane all'estero, dall'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa Spa, nonché da altri soggetti pubblici o privati che possono aderire alla stessa attività di promozione; tale attività punterà a valorizzare i ristoranti di cui alla presente legge attraverso un coinvolgimento degli stessi.

2. Gli istituti italiani di cultura all'estero promuovono, secondo le indicazioni fornite dal Comitato, la conoscenza delle tradizioni enogastronomiche nazionali anche organizzando manifestazioni nei ristoranti di cui alla presente legge.

3. Le Camere di commercio italiane all'estero promuovono, secondo le indicazioni fornite dal Comitato, i prodotti tipici e di

qualità del territorio al fine di favorirne la diffusione e l'adozione nei ristoranti italiani nel mondo.

Art. 5.

1. È istituita la conferenza della ristorazione italiana nel mondo che si riunisce in Italia con cadenza annuale.

2. Nell'ambito della conferenza di cui al comma 1 è conferita la qualifica di ristorante italiano ai ristoratori ed agli operatori della ristorazione.

