



## **I stand with made in Italy**

Si è tenuto a New York l'incontro per analizzare e far capire come affrontare la situazione dei dazi al mondo della ristorazione americana

New York, 22 novembre 2019 - Promozione, opportunità e ambizione.

Sono questi i tre concetti chiave emersi durante **#ISTANDWITHMADEINITALY**, l'iniziativa organizzata da **I Love Italian Food** insieme **all'AICNY**, in occasione della IV Settimana della cucina italiana nel mondo, e realizzata il 20 novembre presso il prestigioso **Institute of Culinary Education di New York**.

"Se il consumatore è libero di scegliere di non acquistare il prodotto originale, a causa dell'aumento dei prezzi, per i ristoratori deve essere una scelta di campo, devono scegliere il made in Italy". Ha aperto con queste parole appassionate il pomeriggio di approfondimento dedicato ai nuovi dazi USA **Alessandro Schiatti**, socio fondatore di I Love Italian Food, associazione culturale impegnata nella promozione e difesa dell'autentica cultura enogastronomica italiana.

Si sono susseguiti così gli interventi degli esperti e opinion leader coinvolti su **#istandwiththemadeinitaly**, tra contributi di imprenditori, chef, rappresentanti dei Consorzi di tutela, giornalisti e istituzioni.

Federico Tozzi, segretario generale della **Italy-America Chamber of Commerce**, che ha patrocinato l'iniziativa, ha messo in evidenza come i dazi possano rappresentare un'opportunità, in un mercato complesso come quello statunitense, ma che ha una forte attenzione per i prodotti di qualità. Mercato su cui, ad un mese dall'entrata in vigore delle nuove tariffe, si stanno muovendo con **azioni più concrete anche le istituzioni nazionali**: Antonino Laspina, Direttore **ICE New York** e Coordinatore della Rete USA, ha segnalato infatti che l'ICE Agenzia ha già messo in campo attività specifiche di supporto alle categorie colpite dai dazi, che troveranno nella Winter Fancy Food la prima occasione di promozione rafforzata, godendo anche della visibilità che lo status di Country Partner conferirà all'Italia nelle edizioni 2020 della manifestazione.

Centrale il punto di vista proposto dal mondo degli chef, rappresentati dall'Associazione Italiana Chef New York, nella persona di **Fabrizio Facchini**, che ha espresso la sua posizione, rassicurando i professionisti anche in termini di food cost: è importante ora per i ristoratori collaborare con importatori e distributori, attraverso accordi vantaggiosi, per continuare a comprare made in Italy, riducendo le conseguenze sui costi.

E proprio in questi termini una delle visioni più apprezzate e riprese nel corso dell'iniziativa è stata quella proposta da **Michele Casadei Massari**, executive chef e fondatore di Lucciola: non arrendersi di fronte alle difficoltà e, proprio **come King Kong** scalava l'Empire State Building, andare più in alto, facendo dei dazi un'opportunità per valorizzare il nostro sapere e le nostre eccellenze.

Le stesse eccellenze colpite oggi dai dazi, in particolare quelle del nostro comparto lattiero caseario, rappresentate dai **Consorzi di tutela delle Denominazioni di Origine** che hanno supportato l'iniziativa #istandwithmadeinitaly. Sono intervenuti in particolare i Consorzi **dell'Asiago**, del **Gorgonzola**, del **Pecorino Toscano**, del **Pecorino Romano** e del **Pecorino Sardo**, lanciando tutti un messaggio chiaro e condiviso dagli esponenti di categoria: l'importanza di promuovere e di trasferire la conoscenza dei nostri prodotti, diffondendo la consapevolezza e il valore delle tradizioni italiane.

A integrare la visione d'insieme sui dazi anche la voce degli **importatori** e dei **distributori**, rappresentati per l'occasione da **Sogno Toscano**, che ha suggerito a sua volta un atteggiamento ottimistico, basato su azioni di marketing chiare, in grado di trasmettere storie, caratteristiche e valori dei prodotti autentici. Prodotti che andranno a compararsi con prodotti "domestici", quelli di produzione americana, di qualità sempre maggiore, ma senza dubbio ancora lontana da quella nostrana. A testimoniare proprio la qualità dei nostri prodotti originali, la presenza e il supporto dei partner **Montanari & Gruzza**, **Urbani Truffle** e **Pentole Agnelli**.

Altro tema di rilievo presentato sul tavolo della lotta ai dazi è stato quello dell'importanza della **tracciabilità della filiera**, raccontato da **Authentico**, partner di I Love Italian Food, e dal suo fondatore Giuseppe Coletti, che ha spiegato il sistema di tracciabilità semplice e facilmente accessibile per riconoscere i prodotti originali, attraverso la sua applicazione digitale.

Non poteva mancare poi il punto di vista mediatico, con un'interpretazione data da **La Cucina Italiana**, testata di riferimento nel settore, recentemente tornata sul mercato statunitense con una edizione rinnovata. Sabina Montevergine, giornalista ed editor, ha esposto l'importanza di comunicare nel modo corretto ad un pubblico profondamente interessato ai prodotti italiani, come risulta essere quello americano. Interesse rivolto sia alla storia dei prodotti e dei produttori, sia alle indicazioni per riconoscere il prodotto originale ed uscire consapevoli dalla disputa parmesan vs parmigiano reggiano, da cui, come previsto, il made in Italy esce a testa alta.

L'evento di #istandwithmadeinitaly è stato reso possibile grazie ai partner e amici di I Love Italian Food che hanno contribuito all'organizzazione dell'evento perchè si realizzasse proprio durante la Settimana della Cucina Italiana, in particolare si ringrazia per il sostegno: i Consorzi di tutela dell'Asiago, del Gorgonzola, del Pecorino Toscano, del Pecorino Romano e del Pecorino Sardo; Montanari & Gruzza, Sogno Toscano, Pentole Agnelli, Urbani Truffle, Authentico, La Cucina Italiana, Dissapore e la Italy-America Chamber of Commerce per il patrocinio concesso.

---

**I Love Italian Food** è un'Associazione culturale no profit e un network che promuove e difende la vera cultura enogastronomica italiana nel mondo.

Creata in Italia, nel cuore della Food Valley nel 2013 da un gruppo di amici appassionati di cibo italiano, oggi I Love Italian Food è una community internazionale che nel 2017 ha raggiunto più di un miliardo di contatti digitali in tutto il mondo.

Con il suo network di oltre 8.000 professionisti, I Love Italian Food produce ogni giorno contenuti per la sua piattaforma digitale, organizza eventi internazionali per creare un dialogo con i professionisti del settore e supporta iniziative di ricerca e formazione.

Website: <http://www.iloveitalianfood.it/> - <https://www.100per100italian.it/>  
Facebook: <https://www.facebook.com/iloveitalianfood.org>  
Instagram: <https://www.instagram.com/100per100italian/>  
Contatto: [relazioni@ilif.it](mailto:relazioni@ilif.it)