



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

Il marchio "Ospitalità Italiana" sempre più alfiere dei valori della cucina e dell'ospitalità italiane nel mondo. La conferma ci arriva da lontano, più precisamente dalla Corea, e in un ambito di assoluto prestigio, ovvero la partecipazione italiana all'Expo 2012 di Yeosu. E ciò non può che riempirci di grande orgoglio, dal momento che costituisce un importante riconoscimento ufficiale del nostro operato, e dell'impegno che abbiamo sempre rivolto al progetto "Ospitalità Italiana. Ristoranti Italiani nel Mondo" – un impegno che ci ha permesso, nel solo primo anno di attività, di certificare circa 1.000 ristoranti in cinque continenti; e il nostro obiettivo è di arrivare a quota 2.000 entro la fine del 2012.

Essere presenti all'interno del *Padiglione Italia* all'Expo ci permetterà di acquisire il massimo della visibilità e di rafforzare il marchio "Ospitalità Italiana", rendendolo sempre più ambito dai protagonisti del mondo della ristorazione che vogliono imporsi come ambasciatori dell'accoglienza italiana nel mondo. Allo stesso tempo, ci permetterà di dimostrare ancora una volta che a tavola si può promuovere non solo la cucina, ma anche il *Made in Italy* e il suo magnifico territorio.



*The 'Italian Hospitality' brand is increasingly the ensign of Italian hospitality and cuisine around the world. Confirmation comes from afar, from Korea, and in a very prestigious environment, the Italian participation in Expo 2012 in Yeosu. And this can only be a source of great pride as it is an important official recognition of the work of Italy and the commitment which has always been given to the 'Italian Hospitality - Italian Restaurants Around the World' project, a commitment which has enabled about 1,000 restaurants in five continents to be certificated in the first year alone; the next aim is to reach 2,000 certifications by the end of 2012.*

*Being in the Italian Pavilion at the Expo has enabled maximum visibility to be acquired and the 'Italian Hospitality' brand to be strengthened, making it even more sought-after by the leaders in the catering world who want to become ambassadors of Italian welcome around the world. At the same time, it once more enables the demonstration that not only cuisine is promoted at table but also quality Italian products and the magnificent country.*



# L'Italia *nel* Piatto

## L'Ospitalità Italiana all'Expo in Corea

**A**ll'Expo 2012 di Yeosu, in Corea del Sud, l'autentica cucina e l'accoglienza del nostro Bel Paese saranno protagonisti. Dal 12 maggio al 12 agosto 2012, infatti, il *Padiglione Italia*, vetrina internazionale dell'eccellenza tricolore, dedicherà particolare attenzione al settore dell'enogastronomia ospitando al suo interno l'A.t.i. "Ospitalità Italiana-Ristorante Puccini". Qui saranno serviti tra i 90.000 e i 100.000 pasti, e sarà possibile vivere una vera e propria "Italian experience" a tavola, gustando menù tipici regionali, sorseggiando un'ampia gamma di vini italiani, ma anche potendo godere di un'ambientazione – dall'arredamento al materiale di servizio – rigorosamente *Made in Italy*.

Gli obiettivi primari di questa iniziativa, condivisi con il

### Italian Hospitality at the Expo in Korea

**A**t the Expo 2012 in Yeosu, Korea, the authentic cuisine and welcome of Italy will be stars. The 'Italian Pavilion' will be the international showcase for Italian excellence from 12 May to 12 August 2012 and will pay special attention to the wine and food sector hosting the A.T.I. 'Ospitalità Italiana-Ristorante Puccini'. Between 90,000 and 100,000 meals will be served here and it will be possible to have a real 'Italian experience' at table, tasting traditional regional menus, sipping a wide range of Italian wines and also being able to enjoy an all-Italian setting – from furnishing to the material of the service.

The primary aims of this event, shared with the Commissariat, are the promotion of the traditions of Italian food products, the enhancement of the wine and food culture of the regions of Italy and the consolidation of

Commissariato, sono infatti la promozione delle tradizioni dei prodotti agroalimentari italiani, la valorizzazione della cultura enogastronomica delle regioni d'Italia ed il consolidamento dell'immagine della nostra ristorazione all'estero, garantendo il rispetto degli standard di qualità da sempre al centro del progetto "Ospitalità Italiana".

A gestire quest'area, Piero Sassone, proprietario del ristorante *Le 4 Stagioni d'Italia* nel centro di Saluzzo (Cuneo) e uno dei motori del binomio *Ospitalità Italiana-Ristorante Puccini*. È lui stesso ad assicurare che "i contenuti valoriali di questa importante partnership accompagneranno tutti i lavori: dalla fase preparativa all'operatività del ristorante a pieno regime, dai risultati conseguiti giorno per giorno al bilancio finale della presenza italiana in Corea".



the image of Italian catering abroad, ensuring respect for the quality standards which have always been at the centre of the 'Italian Hospitality' project.

Piero Sassone, owner of the restaurant *Le 4 Stagioni d'Italia* in the centre of Saluzzo (Cuneo) and one of the engines of the couple *Ospitalità Italiana-Ristorante Puccini* will manage the area. He will ensure that the "value content of this important partnership will accompany all the work - from the preparation to the full operation of the restaurant, from the results obtained day by day to the final balance of Italian attendance in Korea."



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

# I Ristoranti Italiani nel Mondo si raccontano...

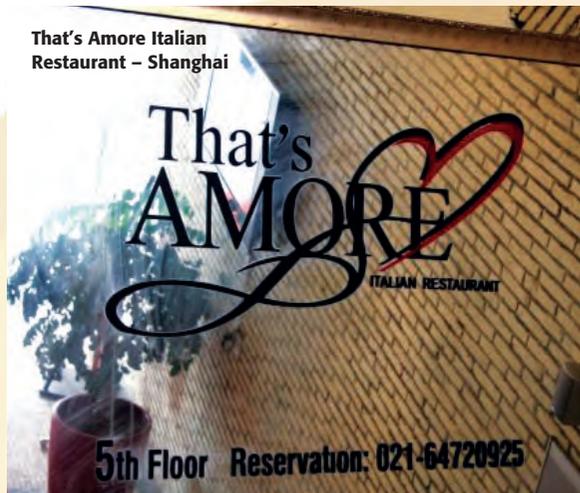
Tanta passione per la propria cultura e la volontà di far conoscere l'autentica cucina italiana. È questo che accomuna i sette ristoranti – i più votati per area geografica – giunti a Milano nell'ambito del premio "Ospitalità Italiana. Ristoranti Italiani nel Mondo".

Le difficoltà iniziali non sono mancate per nessuno, come ben testimonia **Gianfranco Avantaggiato**, che nel 2003 ha creato a Kessel-Lo (Bruxelles) il **Ristorante Castello Lucano** (premiato per l'Area Europa). "Nel 1996, appena diciottenne, decisi di lasciare la soleggiata Lucania alla volta del Belgio in cerca di fortuna – o, piuttosto, di avventura. Il primo approccio non è stato dei migliori, complici il cielo sempre grigio e la nostalgia di casa. Ma, alla fine, nel 2003, sono riuscito ad aprire il mio ristorante! Affermarsi all'estero con la propria cucina non è sempre facile. Ad esempio, non è cosa da poco riuscire a fare apprezzare la pasta al dente, o spiegare perché è necessario scegliere autentici prodotti italiani. Di sicuro mi ha aiutato il fatto di aver sempre cercato di trasmettere ai clienti la passione per la mia terra".

Il forte legame con le sue origini umbre ha "aiutato" anche **Sauro Scarabotta**, che ha reso omaggio alla sua terra chiamando **Friccò** (dal nome di un piatto tipico preparato con diversi tipi di carne, sempre presente nel suo menù) il suo ristorante di San Paolo (premiato per l'Area Mercosur). Alle sue spalle, tanti anni di esperienza in giro per il mondo, in Germania, Giappone, Cile, Argentina. "Poi – racconta – nel 1994 ho accettato l'invito in Brasile da parte dello chef Giancarlo Bolla per lavorare nei suoi ristoranti. Tre anni dopo, nel 1997, ho iniziato la mia carriera 'da solista', creando **Friccò** insieme a mia moglie Rita". Nel tempo, **Friccò** è cresciuto e oggi comprende anche una importante cantina dei vini, con circa 500 etichette provenienti da tutta Italia.

Una fornitissima cantina è anche il vanto di **Carlo Di Bartolo**, proprietario e chef di **Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana** a Escazù, in Costa Rica (premiato per l'Area Patto Andino-Centro America). "Un sogno – come spiega lo stesso Di Bartolo – realizzatosi nel 2006, dopo 35 anni di carriera trascorsi tra Italia e Stati Uniti, fino ad arrivare nel 1993 in Costa Rica, contattato da una famosa catena di hotel. Mi innamorai subito di questi posti!". Dopo cinque anni come executive chef, nel 1998 Di Bartolo apre un piccolo caffè-gourmet insieme a Catalina, sua moglie ed ottima pasticciera, trasformatosi nel 2000 in un vero ristorante. Poi, nel 2006, la svolta: nasce **Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana**, oggi uno dei più grandi ristoranti del Centro America, esteso su ben 750 metri quadri.

Dal vino... all'olio. Uno dei tratti distintivi del **That's Amore Italian Restaurant** di Shanghai (premiato per l'Area Asia-Sud Africa) è infatti la "Carta degli Oli", perché, come spiega il titolare del locale, il calabrese **Angelo Morano**, "non si può pensare di far conoscere il nostro Paese senza investire in un prodotto così fondamentale nella nostra dieta come l'olio extra vergine



## Le storie degli chef e dei proprietari dei locali vincitori del premio "Ospitalità Italiana. Ristoranti Italiani nel Mondo"

di oliva". Angelo, arrivato in Cina nel 1997, ha guidato per alcuni anni un famoso gruppo d'abbigliamento italiano; poi, nel 2003, ha coinvolto il fratello Vincenzo in questa "avventura", fondando **That's Amore**. Anche per loro, non sono mancate le difficoltà, ma, "a distanza di nove anni, siamo riusciti a mantenere fede al nostro 'patto d'amore' con il Bel Paese: nella nostra cucina i piatti offrono l'Italia nella versione più genuina, partendo dalla base: gli ingredienti!".

Al 1988 risale invece la nascita a Melbourne di **Caffè e Cucina** (premiato per l'Area Australia), il cui General Manager è **Gino Forlano**. Idee chiare fin dall'inizio: "Offrire un'ottima cucina tradizionale italiana unita ad un'ospitalità e ad un servizio puntuale e attento alla clientela".

"Usiamo solo gli ingredienti più freschi, a seconda della stagione, e prodotti enogastronomici italiani", spiega Forlano. "La nostra produzione artigianale si estende alla pasta fresca, fatta a mano ogni mattina da Zio Leo". Grande attenzione è rivolta anche al personale, che "conosce alla perfezione ogni singola ricetta e sa parlare in italiano, perché solo così riesce a trasmettere l'arte della cucina italiana!".

Un po' diversa la storia di **Fabrizio Fornari**, proprietario e chef dell'**Osteria da Fiorella** di Tel Aviv (premiato per l'Area Mediterraneo), discendente di una famiglia romana di religione ebraica, trasferitasi in Israele nel 1984. "Nel 1986 – racconta – amici italiani israeliani ci proposero quasi per gioco di aprire un ristorante. Dopo un anno loro si ritirarono, mentre noi abbiamo proseguito questa nostra avventura". A dare il nome al locale, la mamma di Fabrizio, la signora Fiorella, che assiste il figlio in cucina. "Il nostro motto? 'Da Fiorella sei in Italia senza passaporto!'".





Ristorante  
Castello Lucano –  
Bruxelles

## The Italian Restaurants Worldwide Told Us About Themselves...

**The stories of the chefs and restaurant owners of the restaurants awarded the prize 'Italian Hospitality. Italian Restaurants in the World'**

A lot of passion for their culture and the will to promote the authentic Italian cuisine. These are the values shared by the seven restaurants – the ones which obtained the highest number of votes in their area – hosted in Milan to receive the prize **'Italian Hospitality. Italian Restaurants in the World'**.

Everyone experienced some difficulties at the beginning, as told to us by **Gianfranco Avantiaggiato**, who founded in Kessel-Lo (Brussels) the restaurant **Castello Lucano** (awarded for the *European Area*). "In 1996 I was 18 and decided to leave sunny Lucania to come to Belgium, to seek my fortune or adventure. My first approach was not wonderful, maybe because of the grey skies and homesickness. But in 2003, I eventually succeeded in

opening my own restaurant! To be successful with your own cuisine abroad is not always easy. For example it is a great result if you are able to make customers appreciate pasta 'al dente,' or to explain why it is necessary to choose authentic Italian products. I was helped by the fact that I have always tried to convey to my customers the passion for my land."

The strong tie with his Umbrian origin 'helped' **Sauro Scarabotta** too, (awarded for the *Mercosur Area*), who paid homage to his land by naming his restaurant in São Paulo **Friccò** (which is a typical dish prepared with several kinds of meat, always present in his menu). He spent many years traveling and gaining experience, all around the world, from Germany to Japan, Chile and Argentina. "Then – he told us – in 1994 I accepted an invitation to Brazil by the chef Giancarlo Bolla to work in his restaurants. Three years later, in 1997, I started my 'solo' career with *Friccò* together with my wife Rita." In the meantime *Friccò* has grown and today it is equipped with a great wine cellar, with about 500 labels from all over Italy.

A rich cellar is also a strong point of **Carlo Di Bartolo**, owner and chef of **Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana** in Escazù, Costa Rica (awarded for the *Area of the Andean Community & Central America*). "It was a dream – explained Di Bartolo – which came true in 2006, after 35 years spent between Italy and the United States, until 1993, when I came to Costa Rica after having been called by

a famous hotel chain. I immediately fell in love with the place!" After five years as executive chef, in 1998 Di Bartolo opened a small gourmet-café with Catalina, his wife and a great confectioner. His gourmet-café became a restaurant in 2000. In 2006 there was another change: *Di Bartolo Ristorante & Enoteca Italiana* was founded; today it is one of the largest restaurants in South America, extending over 750 square meters.

From wine... to oil. One of the main characteristics of **That's Amore Italian Restaurant** of Shanghai (awarded for the *Asian-South African Area*) is the 'Oil list'. The Calabrian owner **Angelo Morano** explained: "We cannot expect to promote our country without investing in such an important product for our diet as extra-virgin olive oil." Angelo arrived in China in 1997 where he led a famous Italian clothing brand for some years, then in 2003 he involved his brother Vincenzo in this 'adventure' and founded *That's Amore*. They found some hurdles on their way, but nine years later they can say "We have been faithful to Italy: our dishes present the most genuine side of our country, starting from the basics: genuine ingredients!"

In 1988 **Caffè e Cucina** (awarded for the *Australian Area*) was founded in Melbourne, its General Manager is **Gino Forlano**. His ideas were clear from the beginning: "To offer great traditional Italian cuisine with excellent hospitality and punctual and careful service to our customers." "We only use the freshest ingredients respecting seasonal production, as well as Italian enogastronomic products" explained Forlano. "We also prepare fresh pasta, which is made by hand by Zio Leo every morning." The staff is highly qualified, they "know every recipe perfectly and can speak Italian, only in this way can they convey the art of Italian cuisine!"

The story of **Fabrizio Fornari**, owner and chef of **Osteria da Fiorella** of Tel Aviv (awarded for the *Mediterranean Area*), who descends from a Jewish family from Rome who moved to Israel in 1984. He told us that "In 1986, some Italian-Israeli friends jokingly proposed opening a restaurant. They left after one year, while we continued this adventure." The restaurant was named after Fabrizio's mother, Fiorella, who helps her son in the kitchen. "Our motto? At Fiorella's you can be in Italy even without a passport!"



Carlo di Bartolo  
(Di Bartolo Ristorante  
& Enoteca Italiana –  
Escazù)



Friccò – San Paolo



Fabrizio Fornari (Osteria da Fiorella – Tel Aviv)

## La Qualità Italiana conquista il mondo. Le città delle CCIE che partecipano al progetto “Ristoranti Italiani nel Mondo”

**Q ARGENTINA** Buenos Aires, Cordoba, Mendoza, Rosario  
**Q AUSTRALIA** Adelaide, Brisbane, Melbourne, Perth, Sydney  
**Q AUSTRIA** Vienna  
**Q BELGIO** Bruxelles **Q BRASILE** Belo Horizonte, Florianópolis, Rio de Janeiro, San Paolo  
**Q BULGARIA** Sofia  
**Q CANADA** Montreal, Toronto, Vancouver  
**Q CILE** Santiago del Cile  
**Q CINA** Pechino  
**Q CINA-HONG KONG** Hong Kong & Macao  
**Q COLOMBIA** Bogotà  
**Q COSTARICA** San José **Q ECUADOR** Quito  
**Q EGITTO** Cairo **Q EMIRATI ARABI UNITI** Sharjah  
**Q FRANCIA** Lione, Marsiglia, Nizza, Parigi  
**Q GERMANIA** Francoforte, Monaco di Baviera  
**Q GIAPPONE** Tokyo **Q GRECIA** Atene, Salonicco  
**Q INDIA** Mumbai **Q ISRAELE** Tel Aviv  
**Q LUSSEMBURGO** Lussemburgo **Q MALTA**



## Italian Quality conquers the world. The CCIEs' cities take part in the project 'Italian Restaurants in the World'

La Valletta **Q MAROCCO** Casablanca **Q MESSICO** Città del Messico  
**Q OLANDA** Amsterdam  
**Q PARAGUAY** Asuncion **Q PERÙ** Lima  
**Q PORTOGALLO** Lisbona **Q REGNO UNITO** Londra  
**Q REPUBBLICA CECA** Praga **Q REPUBBLICA DOMINICANA** Santo Domingo  
**Q ROMANIA** Bucarest **Q RUSSIA** Mosca  
**Q SERBIA** Belgrado  
**Q SINGAPORE** Singapore  
**Q SLOVACCHIA** Bratislava  
**Q SPAGNA** Barcellona, Madrid **Q STATI UNITI** Chicago, Houston, Los Angeles, Miami, New York  
**Q SUDAFRICA** Johannesburg **Q SVEZIA** Stoccolma  
**Q SVIZZERA** Zurigo **Q THAILANDIA** Bangkok  
**Q TUNISIA** Tunisi **Q TURCHIA** Istanbul  
**Q UNGHERIA** Budapest **Q URUGUAY** Montevideo  
**Q VENEZUELA** Caracas

L'elenco dei Ristoranti Certificati sul sito [www.10q.it](http://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).