

København, den 25. januar 2017

Præsentation af 'Marchio Q' – garanteret italiensk gæstfrihed

Den 24. januar 2017 har det Italienske Handelskammer i Danmark og den Italienske Ambassade i København inviteret journalister, bloggere og lokale institutioner til den Italienske Ambassadørs Residens for at præsentere 'Marchio Q' – Garanteret Italiensk Gæstfrihed.

Mærket Q er promoveret af 'Unioncamere' og udføres med støtte fra 'The National Institute for Travel Research' der giver deres kunder den højeste kvalitet af italiensk gæstfrihed og catering rundt omkring i verden. Brandet definerer det gode køkken, traditionerne og passionen og har til formål at beskytte det italienske køkken i udlandet.

Årligt eksporterer Italien fødevarer for ca. 34 mia. euro. På verdensplan bliver der årligt omsat falske italienske fødevarer for EUR 60 mia, altså næsten den dobbelte mængde. Tendensen har været voldsom stigende de seneste ti år, med en vækst på hele 180%. Med udgangspunkt i de europæiske lande, har trenden bredt sig globalt. USA repræsenterer alene en omsætning på ca., 27 mia EUR, og er i dag langt den største aktør, med en nedslående andel på blot 1/8 af fødevarer med prædikatet "Made In Italy," der reelt er produceret i Italien. Endnu større er omfanget af det årlig omsat falske italienske restauranter i verden. I Danmark har vi i dag mere end 100 italienske restauranter, selvom de fleste er italienske inspirerende eller har ikke noget at gøre med Italien.

Mærket Q er den eneste officielle garanti for et 100% ægte italienske køkken, som altid har været karakteristisk for landets kultur og historie. At opretholde kvalitetsstandarden af det italienske køkken på et højt niveau betyder, at der skal skelnes mellem de strukturer der er tro mod italienske traditioner, og dem der laver skadelige efterligninger af den italienske gastronomi.

Projektet har følgende målsætninger:

- Promovering af italiensk mad og vintradition;

- Udvikling af italienske restauranter i udlandet med respekt for den italienske gæstfriheds høje kvalitetsstandarder;
- Der skabes et internationalt netværk med interesse i at fremme events inden for den italienske gastronomi;

De certificerede restauranter ved, hvordan man kombinerer typiske italienske produkter med ekspertise samtidigt med, at den italienske unikhed opretholdes i udlandet. For at kunne opretholde brandet, går restauranterne igennem en verificering af de krav, der stilles af de italienske handelskamre i udlandet (ICCA): et system der er lavet til at beskytte det italienske renome inden for vin og mad.

Krav til certificering (se Annex 1, på engelsk)

- Italiensk identitet og karakteristika
- Italiensk gæstfrihed
- 'Mise en place'
- Anvendelser af professionelle køkkenredskaber
- Autentisk menu
- Gastronomi af høj kvalitet
- Italienske vine
- Anvendelse af ekstra jomfruolivenolie
- Erfaring og kompetencer
- BOB (Beskyttet Oprindelse Betegnelse), BGB (Beskyttet Geografisk Betegnelse)

Mærket kom først gang til Danmark i 2014, med 7 certificeret restauranter. Netværket blev større og større, og i 2016 bestod 19 restauranter verificeringen.

I 2017 har 10 af de 19 restauranter startet en fælles hjemmeside (www.italiaq.dk) og Facebook side (@italiaq.dk), hvor restauranterne og Mærket Q er præsenteret. Hjemmesiden kan læses på tre sprog og er designet af Network&Design af Claus Miller.

De 10 restauranter:

- Ché Fé – Bio Trattoria
- Era Ora
- Italia – La Vecchia Signora Tivoli
- La Dolce Vita
- La Vecchia Signora
- L’enoteca di Mr. Brunello
- San Giorgio
- Ristorante Ravello
- Trattoria Campo di Fiori da Enzo
- Trattoria dei Re

Hver enkelte restaurant er beskrevet på hjemmesiden www.italiaq.dk, hvor det også er muligt at reservere online. Hjemmesiden præsenterer også restauranternes køkkenchefer, med beskrivelse af deres profil, deres hjembyer i Italien, deres specialiteter osv.

www.italiaq.dk giver også oplysninger om produkternes kvalitet og traditionel mad i det italienske køkken, bl.a. olivenolie, pasta, oste, charcuterie, vin.

Vi håber at dem som har passion for ægte italienske madkultur vil hjælpe os med udbredelsen af Mærket Q i Danmark, som er den eneste måde på at bekæmpe fænomenet af falske efterligninger af italienske køkken i Danmark.

Med venlig hilsen,

Det Italienske Handelskammer i Danmark

Marchio Q requirements

1. Identity and distinction

- a. Interiors are well-finished and recall the “Italian spirit” through the presence of distinctive elements (pictures, photos, furniture complements of Italian design or typical of Italy).
- b. The restaurant has prepared specific means of communication, even in Italian (e.g. website, brochures, etc.), to describe the Italian identity of the restaurant (such as the link of managers with the Italian territory, the description of the type of cuisine offered, the presence of chefs of the Italian cooking school, the indication on the Italian origin of the products used, etc.).
- c. The restaurant is present in national or international guides.
- d. The restaurant promotes the culture and culinary tradition through specific initiatives such as theme nights, wine tastings, the presence of books, magazines, cookbooks, guides, etc.
- e. There is a space dedicated to the promotion and / or purchase of PDO and PGI products and there are also informative materials.
- f. The sign of the restaurant recalls the Italian origin of the restaurant.

2. Welcoming

- a. In the restaurant, there must be at least one waiter able to relate to the audience in Italian. This person must be present all the time during opening hours (Essential Requirement - KO)
- b. All staff involved in customer relations is easily identifiable and able to explain the main characteristics of the dishes of the Italian tradition.
- c. The restaurant has separate areas for smokers and non-smokers and wardrobe/clothes hangers for customers.
- d. The area outside the restaurant is well-finished, clean and bright.

3. Mise en place

- a. Mise en place (dishes, crockery, flatware, table linen) shall have Italian design and / or must be manufactured in Italy.
- b. Different types of glasses are used in relation to the type of drink served and different cutlery - not in plastic materials- in relation to the type of dish served.
- c. Preferably porcelain dinnerware
- d. Table linen, if any, is clean, not damaged, and not repaired.
- e. There are decorative elements on the table (e.g. flowers, candles, decorative items).

4. Cuisine

- a. The kitchen facilities look adequate in relation to the dishes proposed for equipment and personnel employed.
- b. Is the kitchen is within view of the customers?

5. Menu

- a. The name of the courses on the menu is also in correct Italian language.

- b. The menu is divided into categories of dishes (e.g. Appetizers, first course, second course, etc.).
- c. The menu is prepared using fine materials and graphics.

6. Gastronomic offer

- a. The percentage of dishes and recipes of the Italian tradition should not be less than 50% of the total of the dishes on the menu. The percentage must be reached with the significant contribution of each type of course. (Essential Requirement - KO).
- b. The main products used in the preparation of Italian dishes on the menu (e.g. Pasta, canned vegetables, cheese, etc.), are of Italian origin.
- c. The restaurant offers Italian cheeses and cold cuts.
- d. The restaurant offers Italian espresso.

7. Wine List

- a. The wine list must contain not less than 30% of Italian wines PDO or PGI (DOC, DOCG, IGT). However, there must be at least 5 Italian wines PDO or PGI. (Essential Requirement - KO).
- b. In the wine list, 3 Italian sparkling wines are proposed.
- c. In the wine list, the name of the designation and of the winery / producer and the region of origin are given.
- d. The restaurant offers liqueurs and spirits of Italy.

8. Extra Virgin Olive Oil

- a. The restaurant should propose to the customer, regarding the dressing, only PDO/ PGI extra virgin olive oil of Italian origin or Italian extra virgin olive oil. (Essential Requirement).
- b. The Italian Extra Virgin Olive Oil is used to prepare dishes.
- c. Are there many Italian Extra Virgin Olive Oil or PDO/PGI extra virgin olive oil of Italian origin that may be chosen by the customer?

9. Experience and competence

- a. The head chef shall be qualified for dishes preparation and recipes of Italian cuisine through at least one of the following requirements: (Essential Requirement).
 - professional certificate of Italian cuisine obtained from a well-known reputation Institution.
 - Training course in a restaurant in Italy for a period of at least six months.
 - Experience in Italian cuisine, also in an Italian restaurant abroad, not less than three years.
- b. The staff dedicated to dishes preparation attended updating course about Italian cuisine.

10. PDO and PGI products

- a. The gastronomic offer includes the use of PDO and PGI Italian products in dishes preparation.