

IsMadeInItaly

Un progetto di
Antonio G.Traverso
per contrastare
Italian Sounding



Ed.Lulu

Antonio G.Traverso

IsMadeInItaly

un'idea di promozione

per contrastare

Italian Sounding

IsMadeInItaly

Anno del copyright 2019

Nota del copyright Antonio G.Traverso tutti i diritti riservati

Le informazioni di cui sopra costituiscono questa nota del copyright © 2019 di Antonio G.Traverso. Tutti i diritti riservati.

Titolo: **IsMadeInItaly** ©

ISBN 978-0-244-23474-4

ID contenuto 25565861

Indice	Pagina
Indice	1
Promozione IsMadeInItaly per contrastare l'Italian Sounding	2
Un'idea di Antonio G. Traverso	3
Italian Sounding	5
La cucina italiana all'estero	6
Educazione alimentare	8
Dieta Mediterranea	10
I mercati esteri e la concorrenza	12
Le diverse abitudini alimentari	14
Obiettivo del progetto	16
L'importanza di far conoscere il prodotto italiano	17
I prodotti italiani certificati dall'Unione Europea	18
I prodotti di aziende italiane	20
La cucina regionale italiana	23
Informare per raggiungere l'obbiettivo	25
IsMadeInItaly - ADV Marketing	30
Obiettivo del progetto IsMadeInItaly	32
Promozione IsMadeInItaly	34
Applicazione APP IsMadeInItaly	35
Tempi e luoghi	41
Conclusioni	43
Bibliografia e fonti	44

Promozione IsMadeInItaly® per contrastare l'Italian Sounding

L'Italian Sounding è il commercio parallelo al mercato dei prodotti italiani che utilizza immagini, marchi e denominazioni che riportano alla merce italiana.

Questo mercato, di **falsi prodotti**, provoca un danno economico, secondo il Ministero dello Sviluppo Economico, di circa 147 milioni di euro al giorno.

L'Italia cerca di contrastare questo mercato parallelo con leggi, accordi ed eventi, ma il risultato non si vede.

L'economia del Italian Sounding potrà rallentare solo quando il consumatore sarà consapevole di quello che consuma.

Il Progetto IsMadeInItaly, abbinando più elementi a uno stratagemma, cerca dapprima di rendere cosciente il consumatore estero in modo tale che, in seguito, possa scegliere liberamente se vorrà acquistare un vero prodotto italiano o un imitazione.

Un'idea di Antonio G.Traverso

Mi chiamo Antonio G.Traverso e dal 1978 mi occupo di alimentazione e nutrizione.

La mia attività lavorativa inizia nell'azienda di mio padre.

Producevamo, confezionavamo e commercializzavamo alimenti naturali, erbe, aromi e food supplements, importati dagli USA.

I nostri maggiori clienti erano i supermercati e ipermercati italiani.

Il mio ruolo era quello di venditore e merchandising nella GDO, responsabile degli acquisti di vitamine e minerali negli Stati Uniti.

Nel 1993 mio padre muore, l'azienda chiude e io mi dedico ad approfondire i miei studi nel campo della medicina naturale e della nutrizione.

Negli anni successivi collaboro con mia madre in una erboristeria di Milano e seguo corsi di formazione nell'ambito del naturale.

Nel 2000 dopo essermi laureato in Naturopatia in Belgio, mi specializzo in Operatore della Nutrizione con un corso europeo

promosso della Regione Veneto.

Termino la mia collaborazione nell'erboristeria e inizio a lavorare come libero professionista in studi medici, farmacie ed erboristerie italiane.

Nel 2011 vengo invitato a Porto Alegre, in Brasile, per presiedere alla discussione sulle tesi di Laurea della facoltà Naturopatia.

In questa occasione conosco mia moglie Mara Sol Da Silva, farmacista e nel 2013 mi trasferisco in Brasile.

Italian Sounding

Quindici anni di lavoro presso i supermercati non si dimenticano e quindi ancor oggi, ogni volta che entro in un supermercato, la mia attenzione si sofferma su come sono posizionati e presentati gli articoli, l'assortimento, se vi sono o no promoter, se c'è una musica di sottofondo e come sono posizionate le luci.

All'estero cerco di capire le nuove tecniche di vendita, se ci sono alimenti italiani o se vi sono articoli che li imitano o aziende che sfruttano i simboli italiani per vendere falsi prodotti.

In Brasile nel 2011 vi era un vasto assortimento di prodotti alimentari italiani poi, a poco a poco, le referenze sono diminuite e oggi sono quasi tutte sostituite dal **Italian Sounding**.

I falsi prodotti, sfruttando l'ignoranza del consumatore, vestiti con il tricolore e riportando nomi italiani storpiati hanno preso il sopravvento e purtroppo non solo in Brasile.

La cucina italiana all'estero

Non è mia consuetudine mangiare italiano all'estero, ma rimanendo per molto tempo in una nazione con un tipo di cucina differente da quella italiana a volte si sente l'esigenza di ritrovare casa.

Negli anni '90 quando lavoravo con gli Stati Uniti più di una volta mi è capitato di mangiare piatti *“italiani”* che d'italiano non avevano nulla.

In Indonesia invece mi è capitato di mangiare in ottimi ristoranti italiani.

Alterare i piatti italiani è una consuetudine che hanno molti chef, anche italiani, specialmente in Brasile, Argentina e negli USA perché i cuochi, non trovando le materie prime originali, cucinano con i prodotti del luogo e poi si adattano al gusto locale.

IsMadeInItaly nasce così, dall'esigenza e dall'esperienza di

Antonio G.Traverso

esportare, far conoscere e consumare il vero prodotto italiano.
Rendere cosciente il consumatore di ciò che mangia e quali
sono le sue proprietà nutrizionali e, nello stesso tempo, stimola
gli stranieri a visitare l'Italia.

Educazione alimentare

Il primo passo per ottenere un risultato certo e duraturo è quello d'istruire ed educare le persone sulle differenze di prodotto italiano certificato, nei confronti di prodotti simili, ma non originali. Bisogna innanzitutto comprendere che un acquirente estero non cerca e non compera un vero prodotto italiano se non ne conosce le qualità.

Il consumatore, se non è a conoscenza della differenza tra un Olio Extravergine d'Oliva e un Olio Extravergine d'Oliva D.O.P., acquisterà quello con il miglior prezzo, ritenendoli tutti e due uguali, differenti solo per la confezione.

Gli alimenti italiani però hanno tutti una loro storia, non nascono dall'improvvisazione e alcuni hanno anche un valore terapeutico. L'informazione non è la sola arma vincente per la vendita di un prodotto di qualità, questa crea nel consumatore la consapevolezza e gli fa capire che il prezzo di un Olio

Antonio G.Traverso

Extravergine d'Oliva D.O.P. può essere, a volte, molto superiore rispetto ad un Olio Extravergine d'Oliva.

Dieta Mediterranea

La Cucina Regionale Italiana è il principale fondamento della Dieta Mediterranea.

La **Dieta Mediterranea** è creata con le materie prime coltivate e allevate nel bacino del mediterraneo

L'UNESCO nel 2010 l'ha riconosciuta come bene protetto e la inserita nella lista dei patrimoni orali e immateriali dell'umanità.

Secondo alcuni questa dieta è stata elaborata da Ancel Benjamin Keys, un fisiologo statunitense che alla fine della seconda guerra mondiale si stabilì a Pioppi, in provincia di Salerno, per 40 anni a studiare le abitudini alimentari del luogo. Questo tipo di alimentazione, però, era già stata descritta, nel 1939 da Lorenzo Pirrodi, un medico genovese, osservando le abitudini alimentari del liguri.

La Harvard School of Public Health, Oldways, ha sviluppato la piramide alimentare della Dieta Mediterranea.

Antonio G.Traverso

Questa offre le linee guida di come riempire il proprio piatto e bere un bicchiere di vino.

La Dieta Mediterranea è considerata una tra le migliori alimentazioni ed è la base di famose diete quali la 40 – 30 – 30, la DASH e la Flexitarian Diet.

I mercati esteri e la concorrenza

Prendendo in considerazione le premesse fatte, gli alimenti italiani si trovano in una posizione di svantaggio nelle vendite oltre confine perché all'acquirente mancano le nozioni per poterlo differenziare da un falso prodotto.

Il valore del cibo italiano è indiscutibile e proprio per questo nel mondo ci sono moltissime aziende che sfruttano l'immagine dell'Italia, i colori della bandiera nazionale, etichette con parole italiane per vendere, un articolo, che non ha nulla a che fare con il vero prodotto italiano.

I prodotti falsi o **Italian Sounding** che ho trovato nei vari supermercati a volte ingannano anche il sottoscritto.

Più di una volta mi sono imbattuto in alimenti che sono una perfetta imitazione dei nostri prodotti, con i colori della bandiera e le scritte in italiano, ma hanno una differenza sostanziale quando si consumano il palato sente che non sono originali.

Antonio G.Traverso

Il consumatore straniero però, che non ha mai assaggiato un vero prodotto italiano, si abitua a quel sapore e quando per caso mangia l'originale può anche dire,

“ma questo, che sapore ha? “

Le diverse abitudini alimentari

L'educazione alimentare all'estero è molto diversa dalla nostra e quindi, quando si esporta un prodotto, bisogna tenerla in considerazione.

L'esportatore deve valutare il mercato e proporre i suoi prodotti in modo tale che si adattino sia ai gusti che alle tradizioni locali.

In Italia, a colazione, si consumano dolci o biscotti o cornetti con un cappuccino all'estero al mattino si possono mangiare uova, formaggio, bacon e fagioli o solo frutta o anche alimenti fritti.

A pranzo in un ristorante italiano troviamo l'antipasto, un primo piatto, un secondo, dolce, formaggio e il pane.

Questa sequenza non sempre la troviamo all'estero, in Brasile nella maggior parte dei ristoranti propone il piatto unico dove e i sapori si mischiano, l'insalata condita con olio e aceto o limone viene mangiata con i fagioli neri e la carne, il pane è sostituito da un riso bianco.

Pasta e spaghetti sono usati solo in grandi occasioni.

All'estero, tranne in Francia, è difficile trovare la varietà di formaggi italiani.

In Brasile non c'è una grande varietà di formaggi e anche la produzione locale è molto limitata.

I formaggi stagionati, quasi sempre affumicati, sono molto apprezzati e vengono consumati da soli o con la carne o salsicce alla brace (churrasco).

I formaggi freschi sono simili al nostro primo sale e la ricotta è molto diversa dall'italiana, il mascarpone è introvabile.

Imitazioni di Parmigiano, gorgonzola e pecorino li troviamo in tutto il mondo.

In Indonesia, nei ristoranti di cucina tradizionale, non c'è il coltello, solo forchetta e cucchiaio, gli alimenti fritti sono predominanti.

Alla sera all'estero molte volte si consuma solo un tramezzino o un toast e, una cena tipica italiana, è un avvenimento raro.

Obiettivo del progetto

Fatte tutte queste dovute premesse, che ci introducono nel mercato estero, l'obiettivo del progetto IsMadeInItaly è

- **Far conoscere il prodotto italiano**
- **Descrivere i cicli di produzione dei prodotti italiani certificati**
- **Spiegare come riconoscere i veri prodotti italiani**
- **Proporre la Cucina Regionale Italiana base della Dieta Mediterranea**
- **Invogliare il consumatore estero a visitare l'Italia**
- **Promuovere la lingua italiana nel mondo**

L'importanza di far conoscere il prodotto italiano

L'informazione è, come abbiamo visto, il primo passo ed è importantissima per poter raggiungere l'obiettivo di crescita delle esportazioni dei prodotti alimentari italiani, senza di questa il consumatore non capirà mai quali sono i suoi valori nutrizionali e la differenza che c'è tra un prodotto vero o uno falso.

I prodotti alimentari italiani hanno delle caratteristiche ineguagliabili e sono regolate da leggi che ne determinano la provenienza e il metodo di produzione.

Bisogna quindi spiegare al consumatore che se una confezione alimentare riporta il marchio D.O.P. questo è una tutela giuridica che gli è stata attribuita dall'Unione Europea, le cui peculiari caratteristiche qualitative, dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono stati prodotti.

I prodotti italiani certificati dall'Unione Europea

D.O.P. I.G.P. S.T.G.

- DOP - Denominazione di origine protetta



- IGP - Indicazione geografica protetta



- STG - Specialità tradizionale garantita



Antonio G.Traverso

L'Italia è la nazione con il maggior numero di prodotti agroalimentari a denominazione di origine e a indicazione geografica riconosciuti dall'Unione europea

299 prodotti DOP – IGP – STG

e con

524 vini DOCG – DOC – IGT



I marchi che contraddistinguono queste categorie di alimenti certificano che il prodotto si attiene a delle regole di produzione, ma se il consumatore non è a conoscenza che questi simboli attestano la veridicità continuerà ad acquistare prodotti simili e falsi.

Dal 2020 alcuni i prodotti Dop e Igp italiani saranno tutelate in

Cina, secondo un accordo siglato dall'Ue.

I prodotti italiani

I marchi DOP – IGP – STG – DOCG – DOC – IGT sono quindi una tutela e una garanzia per il consumatore.

L'alimento viene prodotto con regole ben precise, però non lo identifica come italiano.

Per contraddistinguere un prodotto italiano da uno straniero bisogna quindi verificare il Codice EAN, anche chiamato “codice a barre”.

Questo codice identifica

Nazione

Azienda produttrice

Prodotto

Questo criterio di codifica però non assicura che le materie prime siano italiane.

Antonio G.Traverso

Come si legge un Codice EAN

Le prime cifre del codice identificano la nazione

Canada e Stati Uniti 00 – 13

Francia 300 – 379

Giappone 490 – 499

Cina 690 – 699

Brasile 789 – 780

Italia 800 – 839

Confezioni all'interno di un esercizio commerciale 2



Quando prendiamo in mano una confezione solo guardando il codice noi sappiamo in quale nazione ha la sede l'azienda che lo produce.

Questo sistema è valido non solo per i prodotti che riportano i marchi DOP – IGP – STG – DOCG – DOC – IGT ma per gli altri prodotti alimentare e non alimentari.

Le aziende italiane che producono in un paese estero possono avere il codice a barre del paese dove avviene la produzione o il codice della sede legale.

Quindi se acquistiamo un “**Parmesan**” **D.O.P.** con un Codice a Barre che inizia con **690 – 699** sappiamo che è un **Italian Sounding**, un “**fake italian**”

La cucina regionale italiana

La Dieta Mediterranea non è la classica dieta che viene fatta per moda, è uno stile di vita, una tradizione che si tramanda di padre in figlio dalle coste del Mar Mediterraneo partendo dalla Grecia sino alla Spagna.

Per esperienza personale devo precisare che se diciamo a una persona

“ perché non segui la Dieta Mediterranea ”

a livello inconscio provochiamo in lui uno stato di privazione perché il cervello identifica la parola *“dieta”* con una patologia.

Lo stratagemma per ovviare a questo inconveniente è quello di modificare il concetto introducendo i termini ricette o cucina.

In questo modo il cervello lo associa al cibo, alla buona tavola.

Per far conoscere i prodotti italiani bisognerà quindi dire:

usate gli ingredienti

“delle ricette della cucina tradizionale italiana”

che sono la base della

“Dieta Mediterranea”

Informare per raggiungere l'obiettivo

Il progetto **IsMadeInItaly** propone, con una strategia già usata molti anni fa in Italia, i prodotti italiani alla clientela estera consumatore verrà informato ed educato in modo tale che gli acquisti siano consapevoli e ripetitivi nel tempo.

Questo farà così capire al compratore che il mercato parallelo dei cibi contraffatti è una truffa ai suoi danni.

Per raggiungere l'obiettivo prefissato quindi l'informazione deve raggiungere il più grande numero di persone anche quelle che hanno uno scarso interesse a consumare prodotti di alta qualità.

I classici metodi pubblicitari.

Filmati

I filmati sono il metodo più semplice per raggiungere il consumatore.

Devono avere una durata relativamente breve, ma nello stesso tempo essere ricchi d'informazioni

Zona di produzione

Storia

Metodo di produzione

Informazioni nutrizionali

Un esempio:

Formaggio Taleggio

Il filmato dovrà dire che le prime citazioni di questo formaggio sono dell'epoca di Plinio il Vecchio (Historia Naturalis libro III-17) 77 – 79 d.C. far vedere la Val Taleggio la zona di produzione dove ci sono le grotte che, grazie al micro clima, sono perfette per la stagionatura.

Il metodo di produzione, le caratteristiche di questo formaggio a pasta molle di media stagionatura, con un aromaticità e sensazioni che posso essere passare dal medio all'elevato.

In cucina viene usato per la preparazione di

risotti

focacce

verdure

torte salate

Inoltre quali vini si posso abbinare a questo formaggio.

Locandine e opuscoli

Un altro veicolo d'informazione possono essere delle locandine o degli opuscoli da inserire nella confezione che descrivono il prodotto e le sue qualità organolettiche.

Promoter

Persone che, nei supermercati, coinvolgano direttamente il consumatore e lo invitino ad assaggiare il prodotto e nel frattempo diano delle informazioni.

Pubblicità alla televisione o radio

La pubblicità è sicuramente uno dei veicoli informativi più efficaci per far conoscere il prodotto italiano.

I costi pubblicitari però sono elevati e gli imprenditori italiani, il più delle volte non se la sentono d'investire in una nazione dove non hanno il controllo della pubblicità nelle fasce orarie prestabilite.

Per ovviare a questo inconveniente si possono trovare forme alternative di pubblicità.

Avendo realizzato un filmato, che è un piccolo documentario del prodotto, si può darlo a reti televisive che hanno programmi a tema quali: trasmissioni di cucina o che trasmettono programmi inerenti l'agroalimentare.

Trasmissioni a carattere salutistico.

Pubblicità all'interno di una trasmissione o di una fiction.

Sponsorizzazione di eventi sportivi come calcio, nuoto, football.

Articoli di riviste specializzate

Influencer Marketing

Un metodo recente è usare gli *Influencer Marketing* che promuovono i prodotti nei Social media: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn.

Tutti questi sono i metodi classici che si usano comunemente, IsMadelnItaly promuoverà un tipo di AVD Marketing che ricalca vecchi schemi pubblicitari che però oggi all'estero sono una realtà sempre più diffusa perché coinvolgono il consumatore.

IsMadeInItaly - ADV Marketing

Innanzitutto dobbiamo chiederci: cosa vuole una persona?

La maggior parte delle persone, sia giovani che anziane, hanno tutti lo stesso obiettivo di vita, essere in salute e avere le possibilità economiche per poter

Mangiare

Bere

Istruirsi

Divertirsi

Girare il mondo

Mangiare e bere sono le due priorità che tutte le persone devono soddisfare per stare in vita, istruirsi è una prerogativa culturale personale, divertirsi e viaggiare sono legate a un benessere economico che non tutti hanno.

Associando il consumo degli alimenti con il divertimento, l'istruzione e il viaggiare abbiamo la **Promozione IsMadeInItaly,**

Antonio G.Traverso

un progetto che coinvolgendo il consumatore, lo informa, lo rende consapevole di quello che acquista, gli fa consumare il vero prodotto italiano e di conseguenza, lo può portare a visitare l'Italia o di avere la possibilità d'imparare la lingua italiana.

Obiettivo del progetto IsMadeInItaly

Il progetto **IsMadeInItaly** ha il seguente obiettivo

1. Pubblicità del prodotto italiano all'estero
2. Esportazione, vendita e consumo del prodotto italiano all'estero
3. Portare il consumatore in Italia per incrementare il turismo e far conoscere le nostre città d'arte, moda, ecc.
4. Promuovere corsi d'italiano all'estero

Il metodo

Tutte le persone, chi più chi meno, hanno un **“sogno”** vincere alla lotteria.

Anche i più ricchi si affidano alla sorte e se questa ci può regalare cibo, corsi di lingua italiana e vacanze in Italia, ben venga.

Oggi il sistema di abbinare un'alimento o uno scontrino di cassa a una lotteria o a una promozione è un metodo sempre più diffuso nel mondo.

Gli scopi possono essere molteplici: ad esempio per promuovere un prodotto o invogliare il consumatore a richiedere lo scontrino per combattere l'evasione fiscale.

(vedi Lotteria degli scontrini 2020 in Italia)

Nel caso della Promozione **IsMadeInItaly** l'abbinamento dell'acquisto di un prodotto a una vincita porta ai seguenti risultati

- insegnare a riconoscere il vero prodotto italiano
- vendita del prodotto
- aumento delle esportazioni
- rallentamento del mercato parallelo ItalianSounding

Promozione IsMadeInItaly

“ Mangia italiano e visita l'Italia ”

L'idea innovativa, ma che è stata molto usata anche in Italia anni fa, è quella di abbinare il prodotto italiano a una promozione o lotteria creando così

Promozione o Lotteria IsMadeInItaly

Promoção – Sorteio – Loteria - IsMadeInItaly (Brasile)

Sweepstake - Contest IsMadeInItaly (U.S.A.)

Competition IsMadeInItaly (Australia)

La persona che acquisterà un prodotto italiano o una serie di prodotti contraddistinti da Codice EAN con o senza Marchio DOP, ecc. per un importo stabilito, riceverà dei punti o un numero che lo faranno concorrere all'estrazione finale.

Il premi potranno essere viaggi per l'Italia, forniture di alimenti, buoni pasto da spendere in ristoranti italiani, corsi di lingua italiana presso le scuole della Società Dante Alighieri nel mondo.

Applicazione APP IsMadeInItaly

La tecnologia ha introdotto nella vita delle persone i telefoni intelligenti chiamati **smartphone**, questi hanno la capacità di farci connettere a delle applicazioni che sono dedicate e interagiscono con l'utente.

Banche, posta, trasporti, ecc. oggi affidano i loro servizi alle App e l'uso è diventato superiore alla navigazione Web.

L'APP IsMadeInItaly è uno strumento indispensabile per la **Promozione IsMadeInItaly** ed è utile per il consumatore, per il supermercato e l'azienda.

Il supermercato però non sarà l'unico punto di acquisizione dei punti o numeri della **Promozione IsMadeInItaly**, dovranno essere coinvolti anche ristoranti italiani, negozi di moda, librerie e tutte le aziende produttrici italiane.

Grazie al **APP IsMadeInItaly** consumatore, venditore e produttore sono in diretto contatto e interagiscono giornalmente.

Consumatore

Il cliente grazie alla APP ha le seguenti informazioni

1. Luogo e periodo dove svolge l'iniziativa Promozione IsMadeInItaly. (supermercati, ristoranti, ecc.)
2. Catalogo o menù con i relativi costi dei prodotti appartenenti alla Promozione IsMadeInItaly.
3. Verifica e certezza di acquistare un prodotto italiano grazie a uno scanner per il Codice a Barre che rileverà se il prodotto è inserito nella libreria della Promozione IsMadeInItaly. (App già esistenti es.Osservatorio Italian Sounding Authentic, Realia Reliabitely, ecc.)
4. La possibilità di leggere i componenti del prodotto, la data di scadenza ed eventuali informazioni riguardo a intolleranze a allergie alimentari.
5. Collegarsi ai link web per vedere filmati riguardanti la storia e la produzione dell'alimento.
6. Leggere e scaricare ricette o video di cucina regionale

italiana che insegnano a usare correttamente l'alimento.

7. Raccogliere virtualmente punti o figurine per concorrere all'estrazione dei premi.
8. Lasciare commenti e valutazioni.
9. Inviare segnalazioni al produttore

Supermercato

1. Interagire in tempo reale con il produttore e il cliente.
2. Pubblicizzare il punto vendita più vicino al consumatore.
3. Avere un catalogo aggiornato sui prodotti in promozione.
4. Inviare le offerte
5. Ricevere eventuali reclami o suggerimenti.

Ristoranti

1. Promuovere il proprio menù con piatti della Cucina Regionale Italiana
2. Creare eventi e serate a tema
3. Ricevere commetti

Altri

1. Promuovere offerte o sconti di libri, vestiti, ecc.

Fornitori

1. Controllo in tempo reale delle vendite del prodotto in qualsiasi luogo del mondo grazie all'integrazione con i sistemi di cassa dei supermercati.
2. Verifica del veicolo pubblicitario.
3. Ricevere un feedback sul prodotto.

Applicazione pratica

Ora immaginate di essere in un supermercato, vedere un prodotto che a vostro avviso potrebbe essere italiano, ma avete dei dubbi, aprite **APP IsMadeInItaly**, scannerizzate il Codice a Barre, l'App controlla nella libreria e vi da la risposta se l'articolo è veramente originale italiano. (App esistenti es.Osservatorio Italian Sounding Authentico, Realia Reliabitally, ecc.)

In Brasile il Codice a Barre lo ritroviamo anche sullo scontrino

fiscale



A casa vostra grazie all'App IsMadeInItaly potrete seguire le indicazioni per preparare la ricetta originale.

Oppure

Aver voglia di mangiare una vera pizza e nello stesso tempo concorrere alla vincita di un premio della **Promozione**

IsMadeInItaly, basterà aprire la App e in meno di un secondo saprete dov'è la pizzeria più vicina a voi che partecipa all'iniziativa **IsMadeInItaly**.

Clienti senza APP

Eventuali clienti senza APP riceveranno alla cassa i punti o il numero che concorrerà all'estrazione finale.

Tempi e luoghi

Il tempo di durata della **Promozione IsMadeInItaly** non può essere breve, visto le iniziative già presenti sul mercato brasiliano.

Questi eventi hanno coinvolto quasi tutti prodotti commercializzati dal supermercato e sono durate da un minimo di 30 giorni a 60 giorni.

Le referenze italiane al momento presenti nei supermercati mi consigliano di stimare un periodo minimo di 90 giorni.

I tempi per le promozioni possono comunque variare a seconda dei periodi di vacanza estiva, Natale e Capodanno.

L'iniziativa IsMadeInItaly non dovrà coinvolgere tutta la Nazione intesa come (USA o BRASILE o ecc.), ma zone di appartenenza delle Ambasciate Italiane.

Esempi

Verranno coinvolti i supermercati o gli alimentari o i ristoranti o i negozi che hanno sede negli stati sotto l'appartenenza del

Consolato di NEW YORK

New York, Connecticut, New Jersey (solo le contee di Bergen, Essex, Hudson, Hunterdon, Mercer, Middlesex, Monmouth, Morris, Passaic, Somerset, Sussex, Union, Warren) e territori britannici delle isole Bermuda.

Consolato di San Paolo

Stati di San Paolo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia e Acre.

Consolato di Melbourne

Victoria e Tasmania

Conclusioni

A differenza di tutti gli eventi che sono stati fatti negli anni passati e che si continuano a proporre, per contrastare l'ItalianSounding, IsMadelnItaly è un'informazione che dura nel tempo.

La **Promozione IsmadelnItaly** verrà riproposta, negli anni successivi in varie zone quindi se la lotteria negli USA è stata a New York nei mesi successivi potrà essere effettuata a Boston, di seguito a Los Angeles per poi ritornare dopo un periodo di tempo a New York.

La Promozione IsmadelnItaly è quindi **una pubblicità**, una **informazione itinerante** che coinvolge il consumatore ad acquistare i prodotti italiani.

I Consolati Italiani, i Circoli Italiani, le scuole Dante Alighieri, supermercati, ristoranti, negozi e aziende che commercializzano prodotti italiani all'estero saranno parte integrante del progetto che dovrà avere una durata minima di 5 anni.

Bibliografia e fonti

Sviluppo Economico <http://www.uibm.gov.it/index.php/la-proprieta-industriale/utilita-pi/servizi-prop-ind/contrasto-all-italian-sounding>

UE-Cina http://www.confagricoltura.it/ita/press-room_anno-2019/novembre-2019/ue-cina-confagricoltura-accordo-storico-e-opportunita-importante-per-il-made-in-italy-agroalimentare.php

Osservatorio Italian Sounding <https://www.authentico-ita.org/authentico-app-mangiare-vero-cibo-italiano/osservatorio-italian-sounding/>

App Realia <https://www.realia.srl/>

Diete dominanti <https://www.nhlbi.nih.gov/>

L'Italian Sounding è fenomeno che grazie a parole, immagini, colori e riferimenti geografici inducono, l'ignaro consumatore, a comprare un prodotto che non è italiano.

Il progetto IsMadeInItaly informa ed educa come riconoscere il vero prodotto italiano "**è fatto in Italia**" e, con uno stratagemma, induce il consumatore a comprarlo

Antonio G.Traverso Naturopata, operatore della nutrizione

Dello stesso Autore

7 Miliardi di diete ed. Lulu A.G. Traverso 2012

Alimentazione e superstizione C.Luoni. A.G.Traverso ed Eco Salute 2007

Il farmaco che ogni giorno assumiamo " Il Cibo" C.Luoni. A.G.Traverso Ed. MIR 2005

ISBN 978-0-244-23474-4



9 780244 234744

90000

