



INTRODUZIONE GENERALE

Giugno 2019
V1.23



INDICE



	SCOPO
	PROTEZIONE
	PROMOZIONE
	PRESERVAZIONE
	ORGANIZZAZIONE
	SOCI

SCOPO



ISTITUTO PER LA PROTEZIONE, LA
PROMOZIONE E LA PRESERVAZIONE
DELL'ORIGINE DEI PRODOTTI
AGROALIMENTARI E VITIVINICOLI
MADE IN ITALY



Lo scopo dell'Istituzione consiste nel
Proteggere, **P**romuovere e **P**reservare l' origine
dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli Made in Italy

PROTEZIONE



Attività di PROTEZIONE dell'Istituto



Al fine di **tutelare i consumatori ed i produttori** da fenomeni di contraffazione (come ad es. l'Italian Sounding) l'Istituto ha imposto nel proprio statuto dei parametri molto rigorosi e stringenti. L'Istituto a livello globale:

- **Promuove SOLO marchi e sigilli anticontraffazione** che siano registrati in Italia ed almeno in 3 Paesi tra USA, Giappone, Cina, Australia, Russia, Canada, India, EAU, Messico, Brasile.
- **Seleziona SOLO società di terza parte** accreditate a livello governativo italiano ed aventi presenza con uffici diretti nell'Unione Europea che a livello mondiale.
- **Rende pubblici i risultati di tali controlli** nello spirito della trasparenza nei confronti delle parti interessate con particolare riferimento dei consumatori finali.
- **Promuove azioni giudiziarie per impedire e reprimere abusi o irregolarità** a danno degli interessi e dei diritti dell'Associazione, degli associati, del consumatore e del mercato.
- **Informa i consumatori** su tutti gli aspetti relativi ai settori agroalimentare, vitivinicolo e culinario.

La Protezione a livello comunitario



... ad oggi SOLO a livello comunitario è prevista la tutela dei prodotti a denominazione ...



... ed è per questa ragione che a livello globale ci sono moltissimi problemi di Italian Sounding ...

Italian Sounding

(1)



3 prodotti su 5
venduti all'estero come italiani
nella realtà non lo sono !

(negli USA solo un prodotto su 8 venduti come italiani è veramente italiano)



Questo crea un danno sia nei confronti del consumatore che non fa un acquisto consapevole pagando un prezzo mediamente più alto che nei confronti del produttore italiano che perde potenziali vendite (che ammontano a 60 miliardi di €)



I prodotti veri e quelli finti sono completamente differenti !

Facendo ad esempio una ricerca per immagini su google ci si renderà conto della differenza palese

Chiave di Ricerca Google:
“Mozzarella Italiana”

<https://www.google.it/search?q=mozzarella+italiana&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjxN2ynqDZAhXsCs>



Chiave di Ricerca Google:
“Mozzarella Wisconsin”

<https://www.google.it/search?biw=1368&bih=758&tbm=isch&sa=1&ei=uHWBWWkCevWgAbhqKfoDA&q=mozzarella+wisconsin&coq=mozza>



PROMOZIONE



Attività di PROMOZIONE dell'Istituto



Al fine di **Promuovere** il patrimonio agroalimentare e vitivinicolo Italiani l'Istituto:

- **Organizza e partecipa ad eventi promozionali** sia in ambito nazionale che internazionale: fiere, show-cooking, B2B, tasting, meeting, eventi, spettacoli, esposizioni, mostre e simili.
- **Sviluppa ed utilizza piattaforme di promozione** di settore sia online che offline.
- **Favorisce e coordina iniziative e progetti** atti ad incrementare e facilitare la presenza competitiva delle imprese di settore e la valorizzazione dei prodotti italiani sia in Italia che all'estero.
- **Sviluppa collaborazioni di settore** con produttori, importatori, distributori, hotel, chef, KOL,
- **Identifica e promuove marchi** che raccolgano sotto un'unica immagine gli operatori agricoli, vitivinicoli, artigianali, produttivi e commerciali del settore.
- **Partecipa a bandi** atti ad ottenere benefici e contributi per la promozione secondo quanto previsto dalla normativa dell'Unione Europea, dello Stato italiano o di altri Enti Pubblici o privati.
- **Individua, seleziona e segnala opportunità di settore**, italiane ed internazionali.
- **Supporta iniziative ad elevato contenuto innovativo** di processi, di prodotto e di organizzazione sia in Italia che all'estero.

PRESERVAZIONE



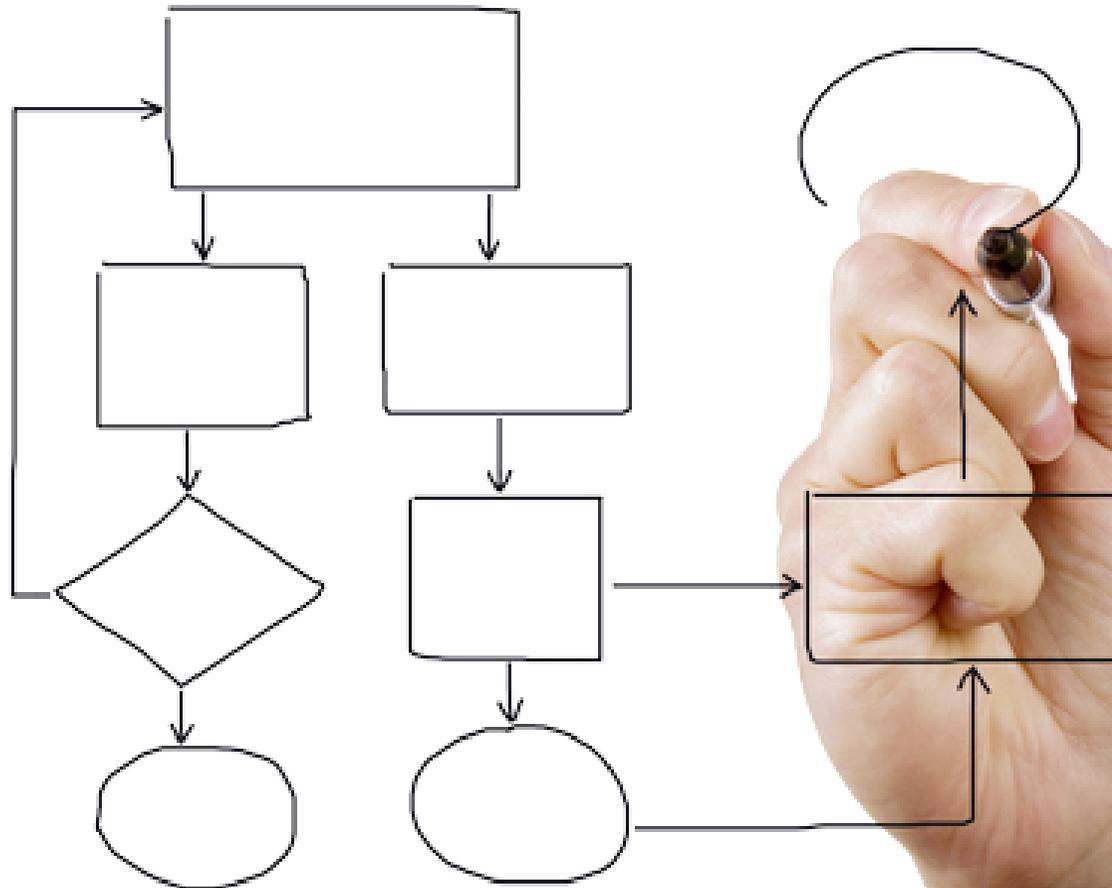
Attività di PRESERVAZIONE dell'Istituto



Al fine di Preservare il patrimonio agroalimentare e vitivinicolo Italiani l'Istituto:

- **Promuovere la conoscenza ed il consumo dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli Made in Italy** tramite attività di carattere informativo, formativo, culturale, didattico ed editoriale.
- **Promuove la cultura dell'informazione di settore** sia in Italia che all'estero organizzando e supportando corsi di istruzione, qualificazione, perfezionamento ed aggiornamento, la didattica di settore in generale, seminari, tavole rotonde, meeting, convegni, dibattiti, incontri,
- **Sviluppa collaborazioni** con altre associazioni, enti pubblici e privati, università e centri di ricerca, atte a tutelare e valorizzare il patrimonio agroalimentare, culinario e vitivinicolo italiani.
- **Attua iniziative di miglioramento** dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli
- **Sostiene lo sviluppo sostenibile delle tradizioni** di settore bilanciando le stesse con l'innovazione.
- **Opera per la valorizzazione e la salvaguardia dei prodotti a denominazione protetta.**

ORGANIZZAZIONE



Governance



ASSEMBLEA DEI SOCI

- Approva il bilancio.
- Definisce le quote associative.
- Elegge Presidente ed i membri de Consiglio Direttivo (CD).
- Elegge Presidente ed i membri del Collegio dei Revisori (CR).

* CR, CT e Tesoriere sono organi eventuali a Statuto

CONSIGLIO DIRETTIVO

E' presieduto dal Presidente del CD.

- Gestisce l'Associazione.
- Attua e formalizza le delibe dell'Assemblea dei Soci (AS).
- Predispone il bilancio e atti vari.
- Approva i Regolamenti Interni.
- Decide in merito all'ammissione e all'esclusione degli associati.
- accettare eventuali elargizioni in danaro, donazioni e lasciti.
- stabilisce eventuali programmi e contributi a carico dei partecipanti.
- Nomina i Comitati Tecnici (CT).
- Nomina il Tesoriere.

COLLEGIO DEI REVISORI *

- Controlla la regolarità dei bilanci e vigila sulla corretta tenuta dei documenti.
- Controlla il CD.
- Fornisce eventuali pareri per la gestione al CD.

TESORIERE *

- Redige relazioni annuali per il CD.
- Approva le spese e coordina il reperimento di fondi.
- Redige la bozza di bilancio.
- Assicura la corretta tenuta delle contabilità e della gestione amministrativa e fiscale.
- Attua le delibere del CD in materia amministrativa.
- Riferisce al CD eventuali inadempimenti economici da parte degli associati.

COMITATI TECNICI *

Formulano dei pareri e delle proposte tecnico scientifiche al CD.

SOCI



Chi può associarsi



I produttori, i ristoranti, i professionisti di settore e tutte le persone che amano la cultura del cibo e del vino Italiani condividendo gli scopi di Proteggere, Promuovere e Preservare le tipicità agroalimentari, vitivinicole e culinarie
“ Made in Italy ”



Tipologie di Soci



ORDINARI

Suggerita per le persone

- Quota associativa gratuita
- Tutti i vantaggi della 2 pagine successive
- Possibilità di designare soci Onorari

SOSTENITORI

Suggerita per le aziende

- Contributo libero di almeno 500€ annuali
- Tutti i vantaggi della 2 pagine successive
- Priorità nelle azioni di promozione rispetto ai soci Ordinari
- Maggiore influenza nel designare soci Onorari rispetto ai soci Ordinari

ONORARI

- Quota associativa gratuita
- Tutti i vantaggi della 2 pagine successive
- Priorità nelle azioni di promozione rispetto ai soci Sostenitori
- Maggiore influenza nel designare soci Onorari rispetto ai soci Ordinari



Perché associarsi

(1)



- **Poter partecipare a titolo gratuito ad eventi** come seminari, workshop, fiere e saloni internazionali di settore, tasting, sponsorship, cooking class e molti altri eventi di settore (o comunque a condizioni preferenziali).
- **Poter ottenere a titolo gratuito pubblicità** sia a livello di testate giornalistiche che a livello di attività di social media marketing.
- **Poter proteggere i propri marchi**, la propria immagine ed i propri prodotti dalle contraffazioni sia a livello nazionale che internazionale, sia online che offline.
- **Poter accedere a finanziamenti a fondo perduto** per lo sviluppo della propria attività e/o prodotti.



Perché associarsi

(2)



- **Poter sviluppare il proprio brand in Asia** sia tramite il supporto nella realizzazione ed implementazione del piano di promozione che della propria campagna di social media marketing (anche per wechat in Cina).



- **Poter essere informati** su tutte le notizie di settore.
- **Poter essere supportati** con attività di consulenza all'internazionalizzazione mirate a condizioni preferenziali.
- **Poter ricevere a titolo gratuito spazi nelle piattaforme dedicate di settore** per la promozione del proprio marchio o della propria figura professionale.



Come associarsi



Associarsi è semplicissimo
... e richiede meno di 1 minuto di tempo!

Basta compilare il modulo di domanda compilato sottostante a info@madeinitaly.associates

Modulo di Domanda
Persone



MODULO PER PERSONE

Modulo di Domanda
Aziende



MODULO PER AZIENDE

Se entro un mese dall'invio del Modulo di Domanda non sarà inviata alcuna comunicazione di rifiuto, la stessa si contidererà automaticamente accettata ed il richiedente sarà pertanto associato

Per informazioni e richieste si prega di scrivere a:
info@madeinitaly.center

Sede : Via S. Margherita 8/A,
06122, Perugia (PG) - ITALIA
Tel : +39 - 075 9072629



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Copyright © 2019

*Istituto per la Protezione, la Promozione e la Preserazione dell'Origine
dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli "Made in Italy"*

All rights reserved

All materials on this presentation are copyrighted by West East Corporation Srl, under current legislation. No part of these pages, either text or image may be used for any purpose. Therefore, reproduction, modification, publication and distribution, storage in a retrieval system or retransmission, total or partial, in any form or by any means, electronic, mechanical or otherwise is strictly prohibited without prior written permission.

