

Olio e Ristorazione, quale futuro?

written by Marco Salvaterra | 6 ottobre 2020

Olio e Ristorazione, quale futuro?

Roma, 6 ottobre 2020 - Riscattare l'olio extravergine di oliva dall'anonimato delle oliere, è questa la missione demandata oggi alla ristorazione, secondo le parole del direttore del consorzio CEQ Italia, Mauro Meloni, intervenuto alla terza edizione del Forum Olio e Ristorazione. Una riflessione che parte dal ruolo pregnante che può rivestire la ristorazione nel riconoscere il giusto valore a un prodotto attualmente percepito come commodity, purché si tratti di un prodotto di qualità. Una qualità - ha sottolineato Meloni - che non può prescindere da una corretta conservazione, passaggio fondamentale, troppo a lungo sottovalutato, per preservare le caratteristiche sensoriali del prodotto fino all'atto del consumo; al ristorante, in particolare, è necessario ripartire dalla corretta gestione del prodotto tanto in cucina quanto in sala. Bottigliette monodose o da 100 ml, rispetto della catena del buio e del fresco, packaging funzionale, sistema di stoccaggio efficiente, sono alcuni degli elementi chiave per ripensare il prodotto e garantirne la qualità fino al consumo. Tuttavia - ha continuato Meloni - la creazione di valore intorno a un extravergine e, conseguentemente, la percezione dello stesso da parte del consumatore, avviene solo se si è in grado di far leva sulle note emozionali che il prodotto può esercitare sui commensali. Ciò è possibile laddove esista un'adeguata formazione da parte del personale di sala, che deve essere messo nella condizione di saper raccontare l'olio e appagare le curiosità del consumatore, ovvero saper creare uno storytelling capace di intercettare quest'ultimo sul piano delle emozioni. Un percorso, questo, che non deve tralasciare le esigenze della ristorazione legate a un ritorno economico, che solo un consumatore adeguatamente sensibilizzato sarà pronto a soddisfare. Formazione-Emozione-Guadagno, è questa la chiave da cui ripartire - ha chiosato il direttore - per sdoganare il prodotto dall'anonimato, mutuando, laddove possibile, quei rituali che nella ristorazione hanno permesso a prodotti come il vino di conquistare il giusto valore e riconoscimento.

A chiusura dell'intervento, Meloni ha sottolineato l'impegno decennale del Consorzio sul tema della qualità, tradottosi recentemente con l'adozione del marchio CEQ Italia, basato su un disciplinare atto a creare valore intorno all'olio extravergine di qualità e attualmente destinato alle fasi di confezionamento e distribuzione, ma in futuro espandibile a tutti gli attori della filiera, Horeca compresa.



CEQ Italia