





La DOP Riviera Ligure investe su Horeca e giovani chef

Il Consorzio avvia due PSR negli ambiti ristorazione e formazione professionale

a cura del Consorzio DOP Riviera Ligure

Analizzando il segmento della filiera dell'olio a Indicazione Geografica a livello nazionale, è possibile osservare come, nonostante l'elevato numero di riconoscimenti, secondo i dati Ismea-AICIG, la produzione di olio certificato non supera il 2-3% del totale, che sale di alcuni punti percentuali - stimata intorno al 6% - ragionando in termini di valore. Un dato che testimonia il grande potenziale di mercato inespresso di una delle più celebri filiere produttive del made in Italy.

In questo contesto, la DOP Riviera Ligure presenta caratteristiche peculiari uniche, pubblicamente riconosciute come elementi di eccellenza, ma non ancora in grado di remunerare sufficientemente i componenti della filiera, dalla fase agricola alla commercializzazione; per raggiungere una sostenibilità compiuta sul territorio, dal punto di vista economico e sociale, secondo i modelli evoluti di Indicazione Geografica.

Esigenze e strategia

A diciotto anni dalla sua prima immissione sul mercato, l'olio extra vergine di oliva DOP Riviera Ligure mostra infatti due principali elementi di fragilità, come in generale tutti gli oli extravergini a denominazione. La prima riguarda la scarsa conoscenza della differenza che esiste tra un extravergine di oliva, che è una semplice autodichiarazione del produttore, rispetto all'olio extra vergine di oliva DOP Riviera Ligure, un olio che è controllato, assaggiato, certificato e garantito. Il secondo elemento di fragilità riguarda la presenza sul mercato di oli extravergini di oliva che fanno rife-

rimento al territorio ligure ma che non possiedono la denominazione di origine. Il Consorzio di Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva D.O.P. Riviera Ligure ha individuato l'esigenza strategica di migliorare la conoscenza del valore della denominazioni e rinnovare il legame tra la filiera e l'enogastronomia nazionale, un fondamentale driver di valore dei prodotti Food di qualità, potenzialmente in grado di offrire un posizionamento che rispecchi gli sforzi legati alla modalità di produzione e le caratteristiche qualitative del prodotto.

Tra la fine del 2017 e l'inizio del 2018 il Consorzio ha messo in opera un progetto nel quadro del Programma di Sviluppo Rurale Liguria 2014-2020, in collaborazione con la Fondazione Qualivita. Target specifico dell'azione è stato il segmento Horeca nazionale di alto livello, con un'attenzione specifica sull'area geografica del Nord Ovest, territorio che storicamente presenta intense relazioni di scambio sia dal punto di vista culturale che economico con la Liguria.

Rafforzato il posizionamento nel comparto della distribuzione ad alto valore

Obiettivo Horeca

La strategia promozionale si è basata su un segno distintivo specifico della campagna "Qualità certificata nell'Alta Cucina", su degustazioni esclusive, realizzate in collaborazione con un assaggiatore e uno chef stellato, a cui sono stati invitati operatori Horeca, chef e imprenditori,

Le aziende produttrici della DOP Riviera Ligure raccontano le caratteristiche distintive del prodotto agli operatori Horeca

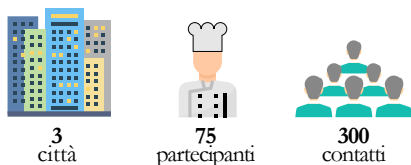


di tre aree geografiche - Milano, Torino e Parma - e su una campagna di comunicazione.

Sono state realizzate tre iniziative promozionali di alto livello, in cui l'oleologo Luigi Caricato ha spiegato la tecnica per comprendere la qualità dell'olio extravergine di oliva ed ha presentato le tre menzioni geografiche. Lo chef Tano Simonato, "specialista" dell'impiego dell'olio extravergine di oliva in cucina e stella Michelin, ha presentato invece un menù esclusivo dedicato all'olio DOP Riviera Ligure. Gli appuntamenti si sono svolti nel suo ristorante di Milano *Tano passami Polio*, al ristorante *Les Petites Madeleines* dell'*Hotel Turin Palace* per terminare con l'*Osteria di Fornio* a Fidenza.

focus progetto Horeca

i numeri



Prima e dopo la degustazione esclusiva di olio DOP Riviera Ligure i 70 operatori del settore, selezionati da Fondazione Qualivita, hanno potuto incontrare alcune aziende consorziate per entrare nel vivo della filiera produttiva e conoscere i suoi protagonisti.

Da qui si è passati ad una intensa campagna di comunicazione veicolata, in particolare sui media di-

gitali - web e canali social network - diretta ai target operatori della ristorazione, consumatori e media di settore con l'obiettivo di consolidare e rilanciare l'associazione tra olio DOP Riviera Ligure e cucina di alto livello basata su materie prime di eccellenza made in Italy.

Consorzio e Qualivita hanno creato e diffuso articoli e contenuti per una rete di food blogger, giornalisti ed esperti di settore influenti nell'ottica di consolidare una rete di "ambasciatori digitali", che promuova le caratteristiche della DOP Riviera Ligure in cucina e faccia comprendere le differenze rispetto al prodotto generico.

La doppia garanzia, di qualità e origine, unita alla sostenibilità economica e sociale della filiera rappresentano il filo rosso lungo il quale continuare ad agire nella comunicazione.

DOP e ristorazione del futuro

Sempre il settore della ristorazione, questa volta in ottica nuove generazioni, è stato il target di un secondo progetto messo in campo sempre nel quadro del Programma di Sviluppo Rurale Liguria 2014-2020. Cultura e approccio professionale nella didattica dei giovani studenti sono stati gli elementi fondamentali di un progetto di formazione portato dal Consorzio negli Istituti Alberghieri di Piemonte e Liguria. Ottanta laboratori in 18 istituti con circa 3.000 studenti coinvolti con l'obiettivo di trasmettere conoscenze e sapori della DOP Riviera Ligure.

focus progetto Formazione Chef

i numeri



Un metodo formativo professionale basato su video e slideshow accompagnati da un insegnamento pratico sulla tecnica di assaggio che intende rinnovare la consapevolezza tra chi un domani sarà protagonista del comparto della ristorazione o della preparazione alimentare on demand e di mille altre possibili applicazioni nel settore.

“La denominazione di origine Riviera Ligure - ha affermato il presidente del Consorzio, Carlo Siffredi - contiene al proprio interno gli elementi, ossia gli attributi, capaci di 'creare valore' e migliorare il proprio posizionamento sul mercato: tracciabilità, caratteristiche qualitative, attività di certificazione, controllo e vigilanza sul prodotto. Per questi motivi ci siamo rivolti tanto alla realtà consolidata del mondo della ristorazione di alto livello e del segmento Horeca, quanto agli chef del futuro. Il mondo degli chef è custode, interprete e diffusore di un sapere radicato nel contesto italiano, è di fatto un elemento culturale complesso e tale aspetto è decisivo anche per le giovani generazioni”.



Consorzio per la Tutela dell'Olio Extra Vergine di Oliva D.O.P. Riviera Ligure
Via T. Schiva, 29 - 18100 Imperia
Tel. +39 0183 76 79 24
www.olorivieraligure.it
info@olorivieraligure.it

   #olorivieraligure

Dal 2001 il Consorzio che tutela l'olio DOP Riviera Ligure riunisce olivicoltori, frantoiani e imbottiglieri e opera per la tutela e la promozione della DOP nelle sue tre menzioni geografiche Riviera dei Fiori, Riviera del Ponente Savonese e Riviera di Levante. Tra le iniziative più innovative messe in campo dall'ente consortile c'è il "patto di filiera" tra olivicoltori e frantoiani con cui il Consorzio, con delibera adottata all'inizio di ogni campagna olearia, definisce il prezzo minimo per l'acquisto di olive atte a produrre la DOP.

Una realtà rappresentata da 600 aziende consorziate, una superficie olivicola iscritta al sistema di controllo di 2.570 ettari per un numero di 740.762 piante iscritte.



*Carlo Siffredi
presidente Consorzio per la Tutela dell'Olio
Extra Vergine di Oliva D.O.P. Riviera Ligure*

La Taggiasca: cultivar di olivo ligure occidentale

La definizione della cultivar Taggiasca è legata al territorio della Liguria occidentale. Di fatto il nome indica una provenienza da Taggia, località produttiva della bassa valle Argentina, non lontano da San Remo. Nelle valli dell'attuale provincia di Imperia e in parte di quella di Savona si è provveduto alla selezione della varietà,

dal tardo Medioevo in avanti. Di qui si passa alla modifica del territorio mediante il terrazzamento, onde disporre del più ampio spazio di coltivazione possibile. La definizione del nome è accertata grazie agli agronomi di fine Settecento-inizio Ottocento, per una fama che valica i confini liguri. La Taggiasca è un'oliva da olio molto produttiva, soprattutto rispetto alle dimensioni, nonché da mensa, apprezzata per sapore e

piacevolezza al palato. La Taggiasca è la protagonista assoluta del territorio e rientra a pieno titolo nella produzione dell'olio extravergine di oliva DOP Riviera Ligure-Riviera dei Fiori che ne deve contenere almeno al 90 %, dando vita ad un olio monocultivar; per l'olio DOP Riviera Ligure-Riviera del Ponente Savonese la Taggiasca deve essere impiegata per almeno il 50 % del prodotto.



I muretti a secco sono il simbolo di un'intera area geografica: tanto per la coltivazione degli ulivi da cui nasce l'olio DOP Riviera Ligure quanto per la salvaguardia del patrimonio ambientale dell'intera riviera della Liguria