

AL RISTORANTE, L'OLIO D'OLIVA ENTRA IN CARTA

Il progetto dei fratelli Morrone che attraverso il digitale vogliono sviluppare una nuova cultura del prodotto



DA SINISTRA: MARCO E MARIO MORRONE

S

Seconda produttrice di olio d'oliva dopo la Spagna, l'Italia ha una filiera che conta oltre 400mila aziende agricole specializzate ma anche il maggior numero di denominazioni in Europa - 43 Dop e 4 Igp - con il più vasto tesoro di biodiversità del mondo.

Come succede per il vino, ma anche per il tè, il caffè e le altre bevande, anche l'olio meriterebbe più attenzione nei ristoranti e andrebbe raccontato, rappresentato e abbinato alle pietanze.

In Italia, nonostante esistano oltre 600 cultivar di cui 400 autoctone, è estremamente raro trovare al ristorante una carta degli oli, così come il prodotto stesso utilizzato non come mero condimento, bensì a esaltazione della pietanza. Non sempre per i ristoratori, però, è facile procurarsi



alcune eccellenze e, per comodità o pigrizia, spesso si affidano ai marchi più conosciuti del distributore senza fare una selezione.

Entra allora in gioco la startup Olivante, piattaforma digitale specializzata in olio d'oliva che connette le piccole produzioni locali con lo chef, accorciando la filiera e promuovendo il prodotto a protagonista delle tavole, stellate e non.

L'idea è di **Marco e Mario Morrone**, due fratelli foggiani di 26 e 30 anni, che attraverso il digitale non vogliono solo fare da ponte ma anche sviluppare una cultura dell'olio che vada oltre i soliti stereotipi. Oggi all'interno della piattaforma sono racchiusi oltre 15 produttori, di quattro regioni diverse, e 21 differenti cultivar rappresentate.

Vincitrice del bando PIN - Pugliesi Innovativi e di un finanziamento a fondo perduto della Regione Puglia di 30mila euro, Olivante offre agli chef la possibilità di scaricare la carta degli oli e la guida, valutare facilmente le preferenze ed effettuare così l'ordine. In questo modo, oltre a un risparmio di circa il 30%, il ristorante ha la possibilità di accedere a un'offerta molto più ampia di etichette sperimentando gli abbinamenti ai piatti.

«Sarà proprio l'olio l'elemento distintivo che caratterizzerà l'esclusività di un ristorante - afferma Mario Morrone, co-founder di Olivante-. A differenza della carta vini, ormai basilare in ogni cucina, sarà la proposta di oli ricercati l'elemento chiave, sinonimo di sperimentazione e tradizione al tempo stesso. Se nei ristoranti più giovani, soprattutto nel Nord Italia, riscontriamo molta curiosità per questo mondo, nel sud della Penisola, dove c'è molta più disponibilità del prodotto nelle vicinanze, l'interesse è più spiccato da parte dei produttori che riconoscono in Olivante un progetto dal quale può trarne beneficio l'intero territorio».

Consultando il sito la startup abbina Coratina e Frantoio alle bruschette al pomodoro. L'insalata di farro, invece, viene esaltata nel gusto dal Maurino toscano, il carpaccio di salmone si impreziosisce grazie alle note fruttate e leggermente piccanti della Peranzana.

I fratelli Morrone - con l'obiettivo di raggiungere i 40 produttori in piattaforma entro la fine del 2020 - hanno intenzione di portare l'olio d'oliva made in Italy nei ristoranti di tutto il mondo. Sono già arrivati ordini dall'estero: il primo, dall'Austria. (f.c.)