

CACAO & CIOCCOLATO NOTIZIE ESCLUSIVA INTERVISTE FORMAZIONE

Bettini e Odello: “Ecco il chocolier, come diventare assaggiatore ufficiale di cioccolato”

28 Giugno 2022



Rossana Bettini che guarda al futuro in aula del chocolier (foto concessa da Rossana Bettini)

MILANO – Recentemente abbiamo condiviso la notizia della nomina a presidente dell’Istituto internazionale chocolier, carica assunta da **Rossana Bettini**, eletta all’unanimità. Ai vertici, anche **Luigi Odello** come amministratore delegato. Le novità all’interno dell’organizzazione riguardano in particolare l’offerta formativa: per capire meglio l’evoluzione per il 2022 e in prospettiva, abbiamo parlato proprio con questi due personaggi apicali.

Il chocolier come il sommelier per vino e anche per il caffè: che cosa deve sapere e saper fare questa nuova

figura?

Rossana Bettini: “L’assaggiatore ufficiale di cioccolato, il chocolier, deve conoscere le varietà del cacao d’origine, i passaggi per una trasformazione corretta tale da produrre un cioccolato eccellente, e deve saperlo degustare, per poi poterlo consigliare ai clienti. Infine deve conoscerne gli **abbinamenti enologici** più idonei.

Ecco perché ho immaginato questa **figura complementare** a quella del sommelier, ed ecco perché si è pensato di strutturare i corsi in collaborazione alla Fondazione italiana sommelier.”

Perché c’è bisogno di questa professione anche per il cioccolato?

Rossana Bettini: “In sala, in enoteca, nelle vinerie e nei bistrot, ormai la figura del sommelier è diventata fondamentale. Negli ultimi vent’anni anche grazie ai sommelier si è diffusa la cultura del vino e la sua qualità. Lo stesso deve accadere con il chocolier, in termini di diffusione della cultura del **cacao e del cioccolato**. Inoltre il chocolier può essere uno strumento efficace per migliorare la normativa europea, attualmente insoddisfacente.

Rossana Bettini ha pensato al lancio di corsi mirati a formare questo ruolo: che altro c’è nel programma della neo presidentessa dell’Istituto internazionale chocolier?

Rossana Bettini:”I programmi dell’Istituto sono legati alla necessità di divulgare le caratteristiche del **cioccolato eccellente**, potremmo dire della “quintessenza del cioccolato”, sia presso gli addetti ai lavori, sia presso gli appassionati del prodotto.

Stiamo organizzando un testo sul tema cacao/cioccolato, che sarà utilizzato dall’Università di Torino, tra le più prestigiose realtà accademiche italiane, con un’offerta didattica all’avanguardia e una **ricerca scientifica** di alto livello. Stiamo strutturando una strategia di comunicazione mirata all’allargamento della base dei soci: dal nostro osservatorio notiamo che sono molti gli appassionati di cioccolato che sarebbero felici di associarsi all’Istituto. Occorre costruire una proposta interessante e mirata di volta in volta ad aziende, ristoratori, esercenti, agenti, appassionati.”

Come sono strutturati questi corsi?



Luigi Odello (foto concessa da IEI)

La parola passa a Luigi Odello: “I corsi dell’Istituto si strutturano in **6 moduli** da una giornata. Il primo riguarda l’analisi sensoriale della merceologia e la correlazione della percezione sulle caratteristiche delle origini e dei processi di produzione, il secondo è per intero dedicato alla psicofisiologia, il terzo alle origini, il quarto alla produzione del cioccolato, il quinto, pratico, all’uso del cioccolato e il sesto al tema dibattuto sull’accostamento del vino al cioccolato.”

Quanto costano?

Ancora Luigi Odello: “Il prezzo è variabile in base ai costi che deve sostenere l’organizzazione e al tipo di corso, ma orientativamente partiamo **dai 350 € per modulo**, oltre alle tasse di iscrizione.”

A chi si rivolgono?

Luigi Odello: “In primo luogo a quanti hanno una professione inerente, ad esempio i **sommelier**, ma anche agli appassionati. E per fortuna gli amanti del cioccolato sono davvero tanti.”

Quali sono gli sbocchi occupazionali del chocolier?

Odello: Più che parlare di sbocchi professionali il chocolier, garantisce un compendio formativo irrinunciabile per tutti i professionisti che operano nel food, con particolare riferimento a quanti operano nell’**arte ... dolce**.”

In Italia, il chocolier potrebbe trovare spazio, magari valorizzando questo prodotto? E dove?

Continua Luigi Odello: Il processo formativo dei chocolier è totalmente interattivo e quindi induce ad acquisire notevoli capacità di valorizzazione del prodotto. Per maggiore chiarezza: un chocolier non racconta ciò che percepisce, ma raccoglie quanto viene percepito dall’interlocutore, gli spiega il perché e lo porta a fare un **viaggio spazio temporale** sul cioccolato. Quindi la valorizzazione del cioccolato di qualità passa attraverso l’intera schiera dei nostri allievi e viene puntualmente dimostrata attraverso i 50 trainer formati.

Abbiamo tenuto corsi anche **in Giappone**, un Paese che apprezza tantissimo questo metodo didattico, molto vicino alla loro filosofia di vita.”

Cos'è però il cioccolato di qualità?

Interviene Luigi Odello: “La qualità sensoriale inizia dall'assenza di difetti e procede con la complessità aromatica del prodotto. Tutti noi siamo dotati degli **strumenti per identificare la qualità**, solo che non di rado siamo superficiali e/o confusi da proposte e parole che soggiacciono a logiche commerciali avverse.”

E si aggiunge Rossana Bettini: “Se oggi dovessi riscrivere il mio libro (E' Autentico cioccolato, Linea Edizioni, 2017) il titolo sarebbe “Il cioccolato di qualità, questo sconosciuto”. La mole di lavoro che ci aspetta per divulgare la qualità di questo affascinante prodotto è indescrivibile, così come **sono inquantificabili le mistificazioni**, i falsi miti, le contraddizioni che lo circondano.

Occorre rimboccarsi le maniche e rassegnarsi al fatto che non sarà facile, né rapido, insegnare a riconoscere **l'autentico cioccolato**, ma ce la faremo. Del resto, non tanti anni fa, chi serviva ai tavoli del ristorante chiedeva “bevetevi bianco o rosso?”.

Come è la situazione del cioccolato di qualità in Italia?

Rossana Bettini: “**In Italia vince la comunicazione**, che spesso va a braccetto con la disinformazione. Basti pensare che alcuni brand attraverso la comunicazione hanno creato dei modelli di riferimento negativi, al punto che molti consumatori affermano “Mi piace nero e amaro”, ignorando che il cioccolato di qualità non è mai nero, ed è naturalmente dolce. Per le altre informazioni... vi aspetto ai corsi chocolier!”