

IL SENSO DEL CIOCCOLATO

Tra tutti gli alimenti è forse quello che ha la maggiore frequenza di gradimento nella popolazione, che segmenta meno per età, sesso, scolarità, abitudini di consumo e preferenze alimentari.

Quindi che necessità abbiamo di avere un Istituto Internazionale Chocolier?



Il piacere è una promessa che alimenti e bevande trasmettono al cervello attraverso gli organi di senso. Una promessa di ricevere energia, di vivere in salute e di garantire la prosecuzione della specie.

Il cioccolato è una grande promessa, esautiva e potente, al punto di essere diventato scontato: se qualcosa sa di cioccolato è buona a prescindere.

Ma così non è. Per contrastare la banalizzazione è stato costituito l'Istituto Internazionale Chocolier che ha sviluppato percorsi formativi atti a consentire ai professionisti e ai consumatori attenti di discriminare tra il cioccolato semplicemente rispondente a una denominazione merceologica e il grande cioccolato, generando così una gerarchia di qualità basata sull'identificazione sensoriale della qualità della materia prima e della maestria nella produzione.

La filiera del cioccolato è infatti una delle più lunghe, ma anche caratterizzata da step in cui operano figure che tra loro hanno scarse o nulle possibilità di comunicazione. Volendo chiarire il concetto possiamo fare un parallelo con la filiera del vino. Qui il vignaiolo è a contatto con il cliente, in qualche modo lo interroga e in ogni caso ne vive il condizionamento, modifi-

cando l'intero sistema nel momento in cui il suo vino non riceve l'attesa accoglienza. Al contrario chi coltiva cacao è lontano migliaia di chilometri da chi lo trasforma in cioccolato e non sa nemmeno immaginare il volto di chi lo consumerà. Per completare il quadro ci possiamo mettere proprio il consumatore che si vede offrire, attraverso lo scaffale di un supermercato o il bancone di una pasticceria, un elaborato a base di cacao. Non solo non ha elementi per una scelta consapevole (a parte il prezzo e la garanzia della marca), ma manca completamente la narrazione che aumenti il valore edonico del suo atto, che unisca il sapore al sapere.

In queste condizioni è la massa della diffusione a modellare il gusto (inteso in senso lato) del consumatore: l'abitudine a un certo profilo lo fa premiare indipendentemente dalla qualità intrinseca del prodotto.

L'arbitro della situazione diventa dunque il prezzo e, per combinazione, nel caso del cioccolato è facile abbassarlo, perché lo zucchero è una grande promessa per tutti gli umani e costa molto meno del cacao. Più ce n'è e meno si sente la qualità di quest'ultimo: come dire, con una fava si prendono due piccioni.

L'impresa dell'Istituto Internazionale Chocelier è quindi improba, ma ha dalla sua la capacità di conquista propria del nostro coloniale e la tendenza universale della nostra società di voler imparare a discriminare il buono. Ecco perché i suoi strumenti basilari sono costituiti dalla formazione e da tutte le iniziative che possono portare alla valorizzazione del cioccolato di qualità. Tra queste spicca il primo International Chocolate Tasting, un concorso tra prodotti in commercio basato sulle regole scientifiche dell'analisi sensoriale.



ISTITUTO INTERNAZIONALE CHOCOLIER: ROSSANA BETTINI PRESIDENTE

Rossana Bettini, significativa esperienza nella comunicazione, un master in analisi sensoriale all'Università Cattolica del Sacro Cuore, autrice di *È autentico cioccolato*, secondo qualificato al Concorso Mondiale di libri a tema food, è il nuovo presidente dell'Istituto Internazionale Chocelier. Istituto fondato nel 2015 per creare un corpo di assaggiatori al servizio del cioccolato, valorizzarne le eccellenze e orientare gli appassionati verso consumi di qualità.

Rossana Bettini sarà affiancata dal vicepresidente Roberto Carcangiu, direttore di scuole di cucina e presidente dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani, e dai consiglieri Claudia Balzan, Roberta Giusto, Annalisa Renzi e Valerio Zuppiroli. Amministratore delegato resta Luigi Odello, controllo contabile Claudio Grigoletto, mentre nel collegio dei probiviri siedono Raffaella Garavelli, Antonio Romeo e Gian Paolo Braceschi.

Così si è espresso il neo-presidente: "Obiettivo dell'Istituto è promuovere eccellenze nel settore del cioccolato attraverso la formazione in analisi sensoriale e la proposta di modelli di qualità. La prima iniziativa scientifica del 2021 sarà il concorso International Chocolate Tasting, rivolto ai produttori del mondo, dove campioni saranno valutati da esperti nell'assoluto anonimato, ma dove tanto i risultati, quanto i valutatori, saranno passati con rigorosa validazione statistica. Uno dei miei propositi - continua Bettini - è quello di ampliare il parterre di consumatori appassio-



nati attraverso seminari che, unitamente al cioccolato, trattino anche il tema degli abbinamenti con prodotti attraenti come birre, vino, spirits, caffè, sigari, sempre basandosi su canoni scientifici."

Luigi Odello aggiunge: "L'Istituto è stato il primo ad abbracciare le scienze sensoriali quale base per la formazione impiegando test ad alta utilità informativa con relative statistiche, rendendo di fatto oggettivo ciò che è in genere soggettivo".

Oltre al concorso, il corposo programma di attività comprende la redazione del primo Codice Sensoriale del Cioccolato, l'attività informativa via web e nuovi percorsi formativi, fino al completamento del Master in Scienza e Analisi Sensoriale del cioccolato.

Credits: Photo Canio Romaniello