

Progetto-evento:
I LINGUAGGI DELL'EXTRAVERGINE 2018

Il mondo dell'extravergine

L'olio extravergine di oliva è oggetto di un'attenzione crescente da parte del consumatore, com'è giusto e opportuno per un prodotto che è molto cambiato in termini di qualità e strumenti di produzione, negli ultimi decenni. Non si tratta più solo di un grasso da cucina, di una matrice alimentare, di un alimento che integra la dieta con un importante apporto di calorie, ma si tratta anche e soprattutto di un alimento in grado di fornirci sostanze indispensabili per la nostra salute.

Una grande necessità di comunicazione di qualità

Negli ultimi anni, le organizzazioni di produttori hanno sfornato moltissimi 'assaggiatori', soggetti che magari una volta finito il percorso formativo a norma di legge hanno poi smesso di assaggiare e di allenarsi, o al più, hanno usato la conoscenza e la competenza per testare il proprio prodotto se erano anche produttori. Costoro, anche i più dotati nel riconoscimento dei difetti, pur con la loro competenza discriminativa sul prodotto, nella maggioranza dei casi non sono dotati di **competenze linguistiche, semiotiche, relazionali, metodologiche**, che permettano loro di elaborare una comunicazione culturale ricca ed efficace con il consumatore, che si tratti di chef, di chi fa la spesa, di bambini, di educatori, di medici, etc.

Il risultato è che nell'area della cultura dell'olio extravergine di oliva, prevale una **comunicazione frammentata, approssimata**, e spesso caratterizzata da moltissime inesattezze, ma anche da errori rilevanti che, specie se commessi da personaggi autorevoli, inficiano il lavoro di anni nella direzione dell'**informazione divulgativa corretta e accessibile a tutti**.

La comunicazione non è pubblicità

Di quale comunicazione ci vogliamo occupare? Ciò che serve in questo momento è una comunicazione dal **forte contenuto culturale**, che riesca a trasferire la conoscenza e la competenza del prodotto al consumatore, consegnandogli gli elementi fondamentali che servono a gestire il concetto di correttezza di prodotto. L'extravergine, in particolare in Puglia, la regione che è la maggiore produttrice di olio in Italia, può essere il testimone di una migliore consapevolezza del valore che finisce nella bottiglia che è un insieme di paesaggio, storia antropica, competenza del frantoiano, sviluppo tecnologico, e molti altri elementi che bisogna saper raccontare per migliorare il valore percepito di un prodotto faticoso da produrre.

Il consumatore può diventare il motore di una richiesta di un prodotto corretto che costringerebbe il produttore a lavorare meglio, solo se viene messo in condizione di replicare una modalità di discernimento sul prodotto.

La comunicazione di qualità, ma soprattutto I LINGUAGGI più adatti al diverso tipo di pubblico, sono fondamentali per segnare uno spartiacque tra la promozione meramente destinata alla vendita e la comunicazione che invece si rivolge alla crescita di tutto il comparto, e che procede per tentativi strutturati o meno, per percorsi inventati, per ipotesi.



L'Associazione Passione Extravergine

Passione Extravergine è un'Associazione Culturale all'interno della quale assaggiatori, consumatori, appassionati, produttori percorrono strade di crescita culturale di valorizzazione del prodotto olio extravergine, con momenti di autoformazione, informazione, esplorazione, narrazione anche territoriale, nell'ottica della valorizzazione di una potenzialità ancora inespresa.

Gli strumenti utilizzati sono didattici, divulgativi, esperienziali. Le degustazioni ed i laboratori sensoriali e narrativi sono guidati da tecnici esperti iscritti all'Albo degli assaggiatori di oli vergini ed extravergini e formatori esperti in analisi sensoriale, insieme ad altri professionisti di volta in volta coinvolti nelle singole attività (giornalisti gastronomici, antropologi, accademici, etc.).

L'evento

I LINGUAGGI DELL'EXTRAVERGINE 2018, è una tre-giorni di lavoro per quanti vogliono costruire un percorso per diventare divulgatori di contenuti culturali legati all'extravergine. Quali sono i contenuti tecnici che il consumatore dovrebbe conoscere? Quali sono i linguaggi e i contenuti più adatti per comunicare con i bambini, con i medici, con il personale della ristorazione, con chi fa la spesa? Queste sono le domande alle quali cercheremo di dare una risposta.

- Il punto di partenza sarà l'avvio dei gruppi lavoro di COPROGETTAZIONE, secondo il metodo OPEN SPACE TECHNOLOGY al fine di trovare punti di forza e opportunità per aprire nuovi possibili scenari di RETE e di scambio metodologico e COOPERAZIONE. I lavori dei gruppi copriranno tutte le tre giornate
- nella seconda giornata l'intervento di relatori provenienti da altre esperienze in altri settori, permetterà di arricchire di spunti la riflessione collettiva ed il lavoro dei gruppi. I relatori potranno provenire da esperienze italiane già esistenti di chi si è già posto la domanda 'E adesso, come comunico con il mio interlocutore, in modo che porti a casa una parte della mia competenza? o fornire approfondimenti metodologici sugli STRUMENTI per educare, informare o formare.

Spazio oil break

Banchi di assaggio a cura dei Soci Produttori, che realizzeranno una degustazione libera di benvenuto, in abbinamento con pane e verdure crude.

Spazio editoria

Spazio dedicato alle produzioni editoriali più interessanti che riguardano l'argomento olio extravergine, diretto a particolari tipi di pubblico (bambini, consumatori, etc), a cura degli autori.

Talking walls

In una postazione dedicata (muri parlanti) i partecipanti avranno a disposizione post-it e pennarelli per scrivere impressioni e idee, messaggi sull'evento che stanno vivendo, idee come contributo per le tematiche dei Gruppi di Lavoro.

Corner ARISTOIL

Spazio informativo del Progetto europeo Aristoil - "Reinforcement of Mediterranean olive oil sector competitiveness through development and application of innovative production and quality control methodologies related to olive oil health protecting properties"

ASSOCIAZIONE CULTURALE PASSIONE EXTRAVERGINE – Passione e cultura per l'olio e il paesaggio
sede legale c/o De Blasi - Via Ada Negri, 5 - Bari - cf 93463650726 - tel.3470356549
fb passione extravergine – www.passioneextravergine.eu –passioneextravergine@gmail.com



Programma

Venerdì 11

ore 10.30

Accoglienza partecipanti e oil break con i Soci Produttori

ore 11.30

Apertura dei lavori e presentazione delle giornate. Note introduttive e metodologiche, presentazione dei partecipanti

ore 13.00

Pausa pranzo

ore 14.30

Costituzione dei gruppi di lavoro con moderatore

ore 17

Coffee break

ore 17.30

Gruppi di lavoro

ore 18.30

Chiusura dei lavori

ore 19.30-22.30

Team building di cucina sociale presso il Parco Scianatico

Sabato 12

ore 9.00

Interventi dei relatori

ore 10.00

Coffee break

ore 10.30 – 13.00

Interventi dei relatori

ore 13.00

Pausa pranzo

ore 14.30- 18.00

Gruppi di lavoro

Domenica 13

ore 9.00

Trasferimento in campagna. Passeggiata e lettura tra gli olivi

ore 11.00

Trasferimento nella sede dei lavori

ore 12.00-13.30

Plenaria di restituzione dei risultati dei gruppi di lavoro, proposte per la creazione della rete e saluti

ore 13.30

Pranzo di saluto

ASSOCIAZIONE CULTURALE PASSIONE EXTRAVERGINE – Passione e cultura per l'olio e il paesaggio

sede legale c/o De Blasi - Via Ada Negri, 5 - Bari - cf 93463650726 - tel.3470356549

fb passione extravergine – www.passioneextravergine.eu – passioneextravergine@gmail.com



Partner di Progetto

- Università degli Studi di Bari
- Insegnamento di Pedagogia della Comunicazione, corso di studi in Scienze Pedagogiche (Dipartimento For.Psi.Com, Uniba)
- Centro Studi sull'olio e sulle olive da mensa (UNIBA)
- **SVI.MED. onlus**
- Media Partner: Teatro Naturale

Sito web

www.ilinguaggidellextravergine.it

Evento Facebook

<https://www.facebook.com/events/1007746806067699/>