

Nuova attività di promozione nel canale Horeca. Adesioni via web

La Borsa merci telematica porta al bar l'extravergine

DI ANDREA SETTEFONTI

Il canale Horeca scelto per la promozione dell'olio extravergine di oliva. **Borsa merci telematica** (Bmti) ha avviato una nuova iniziativa con la quale far incontrare il mondo dei produttori di olio con i clienti, in questo caso ristoranti, hotel con ristorante, mense e catering e locali per aperitivi, italiani e internazionali. Il progetto di promozione nasce dal Mipaaf che ha incaricato Bmti della realizzazione. «Chi del mondo della ristorazione aderisce, la partecipazione è gratuita, ha la possibilità di scegliere l'olio tra una serie di serie di campioni proposti e ordinare nei quantitativi ritenuti più opportuni e con il vantaggio di conoscere fin dall'inizio l'importo che dovrà spendere», commenta **An nibale Feroldi** segretario generale di Bmti. Per quanto riguarda la produzione, l'iniziativa è rivolta alle aziende di olio extravergine Dop, Igp, Biologico e di olio extravergine di oliva italiano «L'obiettivo è quello di favorire l'aumento del consumo di olio extravergine italiano e di avvicinare i produttori

di oli di qualità a un mercato potenzialmente più redditizio», continua Feroldi. Il progetto propone un approccio innovativo nella soluzione dei problemi legati alla commercializzazione dell'olio. L'adesione avviene via internet, sul sito web di Bmti <http://web.bmti.it/progettohoreca>. «Si parte da un presupposto virtuoso, che è quello di favorire il consumo di



olio di oliva extravergine attraverso un percorso di valorizzazione del prodotto italiano e di diffusione di una cultura della qualità presso i consumatori, e si cerca di raggiungere questo obiettivo con una offerta mirata». Il canale della ristorazione diventa quindi il mezzo per arrivare al cliente finale che. L'iniziativa prevede l'individuazione dei produttori

e delle strutture horeca e il coinvolgimento delle imprese della ristorazione con l'adesione del progetto. Bmti fornirà il supporto informativo e di assistenza alla clientela oltre, ovviamente, a quello di commercializzazione anche attraverso la piattaforma telematica di contrattazione della Borsa merci. Un comitato tecnico penserà a suggerire proposte e iniziative, oltre a monitorare il progetto.