

Per L'Insalata dell'Orto l'innovazione fa rima con fiore

I fiori eduli, ancora poco utilizzati nel mondo alimentare, non sono solo decorazioni ma veri e propri ingredienti ricchi di sapore, colore e proprietà nutrizionali. Non tutti sanno però che proprio in Italia c'è il più grande produttore di questo ingrediente: L'Insalata dell'Orto, realtà veneta che, grazie alla disidratazione a bassa temperatura, ne preserva aroma e valori nutrizionali, rendendoli versatili per pasticceria, gastronomia e mixology. Con una lunga shelf-life e certificazioni internazionali, questo prodotto si sta affermando come innovazione sostenibile per il mercato italiano e l'export. Ce ne parla in questa intervista la direttrice marketing Sara Menin.

Il mercato dei fiori eduli è in crescita, soprattutto nel settore Horeca e della pasticceria di alta gamma. Quali sono le strategie adottate da L'Insalata dell'Orto per consolidare il proprio primato europeo e ampliare ulteriormente la diffusione dei fiori edibili, anche nella GDO?

I fiori eduli sono un prodotto straordinario che può essere declinato in proposte adatte al mondo Horeca, alla grande distribuzione ma anche all'industria alimentare. Per diffondere i fiori eduli nel retail abbiamo pensato al prodotto disidratato, che permette una lunga shelf-life e soprattutto di essere abbinato ad esempio alla frutta secca: così è nata la gamma Miscele e Snack per la Gdo, dove troviamo soluzioni pensate per specifici momenti di consumo (sport, aperitivo, merenda) o per determinate preparazioni da fare a casa (colazione, panpizza, dolce). I fiori freschi, pur scelti da alcune catene, sono invece sempre più richiesti nel fuoricasa: cocktail bar, pasticcerie, ristoranti... locali dove i professionisti del settore sanno utilizzare e valorizzare questi prodotti. Per quanto ci riguarda continuiamo a portare avanti una ricerca mirata per offrire al mercato



un prodotto stabile, dove gusto, profumo e colore si combinano a una conservabilità adeguata alle richieste dei vari segmenti di mercato. Come detto, la svolta per noi è stato nel fiore disidratato a bassa temperatura: il know-how maturato ci ha portato a togliere il 92% di acqua dal fiore, rendendolo così stabile nel sapore, concentrando i valori nutrizionali ed esaltando la salubrità del prodotto. Un prodotto che si può conservare per due anni.

Il mercato dei fiori eduli è in crescita, soprattutto nel settore Horeca e della pasticceria di alta gamma. Quali sono le strategie adottate da L'Insalata dell'Orto per consolidare il proprio primato europeo e ampliare ulteriormente la diffusione dei fiori edibili, anche nella GDO?

I fiori eduli sono un prodotto straordinario che può essere declinato in proposte adatte al mondo Horeca, alla grande distribuzione ma anche all'industria alimentare. Per diffondere i fiori eduli nel retail abbiamo pensato al prodotto disidratato, che permette una lunga shelf-life e soprattutto di essere abbinato ad esempio alla frutta secca: così è nata la gamma Miscele e Snack per la Gdo, dove troviamo soluzioni pensate per specifici momenti di consumo (sport, aperitivo, merenda) o per determinate preparazioni da fare a casa (colazione, panpizza, dolce). I fiori freschi, pur scelti da alcune catene, sono invece sempre più richiesti nel fuoricasa: cocktail bar, pasticcerie, ristoranti... locali dove i professionisti del settore sanno utilizzare e valorizzare questi prodotti. Per quanto ci riguarda continuiamo a portare avanti



una ricerca mirata per offrire al mercato un prodotto stabile, dove gusto, profumo e colore si combinano a una conservabilità adeguata alle richieste dei vari segmenti di mercato. Come detto, la svolta per noi è stato nel fiore disidratato a bassa temperatura: il know-how maturato ci ha portato a togliere il 92% di acqua dal fiore, rendendolo così stabile nel sapore, concentrando i valori nutrizionali ed esaltando la salubrità del prodotto. Un prodotto che si può conservare per due anni.

Sfatiamo il luogo comune che vede i fiori eduli solo come guarnizione. Quali iniziative sta portando avanti l'azienda per educare il pubblico e i professionisti della ristorazione sull'uso di questi prodotti, sia dal punto di vista gastronomico che nutrizionale?

Il fiore fresco è a tutti gli effetti una guarnizione: ovviamente, rispetto al disidratato, dal punto di vista estetico colpisce il consumatore e può quindi essere più facile da percepire: una margherita fresca nel piatto è sicuramente bella, ma per un consumatore non c'è un beneficio diretto a livello palatale. Eppure la nostra sfida è quella di spingere sul fiore come un ingrediente e non solo come guarnizione: per fare questo, però, bisogna renderlo stabile. La pasticceria, ad esempio, ha bisogno di prodotti che abbiano sempre le stesse caratteristiche nel tempo. E qui torniamo al nostro processo di disidratazione, che ci ha permesso di avere fiori che mantengono colore, forma e caratteristiche nutrizionali. Gli utilizzi del fiore disidratato possono essere i più svariati: può mantenere cotture lunghe, oppure anche le basse temperature della surgelazione o ancora le lunghe lievitazioni. Ecco perché i fiori eduli vengono integrati nelle ricette:



impasti dolci e salati, prodotti da forno, gelati, preparazioni di pasticceria... Il limite è nella fantasia dei professionisti. I fiori eduli, infine, sono dei veri e propri superfood per il loro contenuto in vitamine e sali minerali.

L'Insalata dell'Orto è impegnata nella produzione biologica e nella gamma Residuo Zero. In che modo questi elementi si integrano con la coltivazione dei fiori eduli e quali innovazioni state sviluppando per rendere la produzione ancora più sostenibile?

I nostri fiori, parliamo di 16 diverse varietà per 40 cromie, vengono seguiti con la stessa strategia agronomica di un prodotto biologico, ma non possono essere certificati bio perché sono coltivati con un sistema fuori suolo e questa tecnica non è prevista nei disciplinari. Ci sono poi mezzi tecnici, come i fertilizzanti, specifici per i fiori commestibili. La scelta di non coltivare a terra, ma in appositi carrelli alti circa 80 centimetri su cui poggiano i substrati dove crescono i fiori, è per facilitare le lavorazioni, che sono tutte manuali, a partire dalla raccolta: farla

a terra sarebbe troppo gravoso dal punto di vista fisico. Mediamente, dai nostri 14 operatori specializzati, ogni giorno vengono raccolti centomila fiori. Con la coltivazione fuori suolo c'è poi tutto il controllo della fertirrigazione, dell'ombreggiatura e della temperatura delle serre. I nostri fiori, però, possono essere commercializzati come prodotto a Residuo Zero.

L'Italia è uno dei principali esportatori di fiori in Europa, con mercati chiave come Francia, Germania e Regno Unito. Quali sono le prospettive di crescita per i fiori eduli italiani all'estero e come L'Insalata dell'Orto sta affrontando le sfide dell'export in questo settore?

Con i fiori freschi abbiamo costruito un mercato importante in Germania, ma con il prodotto disidratato siamo in grado di servire tutti i Paesi del mondo: grazie a una shelf life di due anni e non necessitando di trasporto refrigerato i fiori possono raggiungere le Americhe così come l'Estremo Oriente. Insomma, le potenzialità sono davvero enormi. Tra l'altro i fiori eduli disidratati sono l'unico nostro prodotto certificato FDA per l'export negli USA. In questi anni abbiamo visto che la cucina italiana è un faro sia per la tradizione che per l'innovazione: la cultura del cibo Made in Italy sa coinvolgere i consumatori esteri. L'Italia sarà quindi sempre un punto di riferimento, penso che la pasticceria potrà essere un volano straordinario per i nostri fiori: abbiamo recentemente chiuso un accordo con un'importante realtà dolciaria che utilizzerà i fiori disidratati nelle colombe pasquali. L'Italia può essere propulsore di innovazione, ha la storia, la tradizione e la cultura della gastronomia più famosa al mondo dalla sua parte.