

STUDENTE PER UN GIORNO @ITS ACADEMY AGROALIMENTARE

per Istituto Professionale per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera "Pellegrino Artusi"

PREMESSA

L'obiettivo è trasformare l'olio, spesso visto come semplice ingrediente, in un elemento di *branding* e ricavo, integrando le competenze dell'**Agrimanager Evologo** con l'Hospitality Management. Ciò mira a elevare l'esperienza gastronomica, aumentando prestigio e fatturato.

Studente ITS per un giorno offre **una lezione demo di circa 4 ore** per mostrare come il *learning by doing* converte le competenze tecniche in strumenti manageriali, dove la narrazione del prodotto e l'innovazione nell'accoglienza diventano chiavi di competitività.

DETTAGLI DELLA LEZIONE

Titolo: "Experiential Manager: Valorizzare l'Oro Verde nella Ristorazione"

Target: Il anno *Food, Beverage and Hospitality Manager (4+2)* Istituto "Pellegrino Artusi"

Obiettivi:

- **PER LO STUDENTE:** Acquisire competenze manageriali e comunicative per valorizzare il proprio concept di ristorazione/ospitalità, rendendolo competitivo e comunicabile sul mercato, e comprendere l'importanza della formazione ITS per il proprio percorso.
- **PER ITS AGRO:** promuovere la propria proposta formativa con modalità immersiva e innovativa e rafforzare la collaborazione con l'Istituto Artusi.

Programma della Lezione (4 ore)

PARTE 1: Accoglienza e visita immersiva (20 minuti)

La giornata ha inizio con il benvenuto ufficiale da parte del Tutor ITS, che guiderà il gruppo in un tour immersivo della sede di Roma, con un focus particolare sui laboratori specialistici, intesi come spazi di innovazione e sperimentazione professionale. Durante la visita, verranno illustrati i profili formativi in attivazione per il biennio 2026-2028, evidenziando le opportunità di carriera e la continuità didattica offerta dal modello 4+2. Al termine del tour, il gruppo si sposterà nell'aula dedicata per immergersi nel vivo della lezione demo e dell'esercitazione pratica.

PARTE 2: Teoria Dinamica - "I 5 Pilastri per la valorizzazione dell'Olio EVO" (60 min)

Partendo dalla provocazione: **"L'olio EVO è per noi un ingrediente simbolo della nostra cucina, ma gli diamo veramente il valore che si merita?"**, analizzeremo i 5 elementi determinanti per trasformare un condimento in un'opportunità di valorizzazione:

1. L'Olio come Brand e Unique Selling Proposition dell'Oro Verde: Non esiste "l'olio", esistono i territori. Analizzeremo come costruire l'identità di un olio (DOP, Monocultivar, Bio) per farlo uscire dall'anonimato e

impareremo come creare una proposta unica, capace di far uscire questo ingrediente dalla cucina e portarlo con dignità sulla tavola del cliente.

2. La Progettazione Centrata sul Cliente: Per valorizzare con successo l'Olio Extra Vergine d'Oлива (EVO), è fondamentale conoscere il **target di consumatori** (aspettative, preferenze, bisogni). La strategia di valorizzazione – che include narrazione, abbinamenti, *packaging* ed esperienza d'acquisto – deve essere personalizzata per soddisfare specifici pubblici (es. amanti del *gourmet*, sportivi, salutisti, *turisti* gastronomici), rendendo **la scelta dell'EVO un'autentica soddisfazione**.

3. Analisi Sensoriale e Pairing: Come degustare l'olio EVO? Dopo una breve **esercitazione di analisi sensoriale di 3 oli diversi**, analizzeremo come creare abbinamenti capaci di trasformare un semplice piatto in un'esperienza sensoriale complessa.

4. EVO Experience nel servizio: La "Carta degli Oli", l'oleoturismo, eventi degustazione sono solo alcuni delle esperienze legate al mondo dell'olio EVO. Definiremo quali sono **gli elementi fondamentali per costruire un'esperienza di servizio e presentazione dell'olio EVO** memorabile, coerente con il contesto in cui si svolge e focalizzata sul target specifico. Il servizio dell'olio diventa promozione (storytelling attivo).

5. Social Impact & Emozione Condivisibile: Nell'era dei Millennial e della GenZ, un'esperienza esiste se è condivisibile. Identificare gli elementi "Wow" (estetica del piatto, impiattamento scenografico, location insolita) è fondamentale per spingere il cliente a diventare il primo promotore del brand sui social. Un concept vincente è quello che crea una community, non solo una lista di clienti.

PARTE 3: Lancio della Sfida (10 min)

Presentazione del Brief Operativo: **"Progettare una EVO Experience distintiva per un'attività ristorativa a Roma"**.

La classe viene divisa in "Agenzie di Food Experience". Ogni gruppo estrae un format specifico (es. Trattoria Contemporanea, Fine Dining, Cocktail Bar con cucina, Bruschetteria Gourmet) su cui sviluppare il progetto.

PARTE 4: Laboratorio Pratico - "EVO Oil Experience Lab" (120 min)

L'obiettivo: Progettare un'EVO oil Experience per un target e un canale di somministrazione specifico. Ogni Agenzia dovrà

- identificare il target e creare la profilazione della **Buyer-Personas**
- ideare **la strategia di valorizzazione** dell'Olio EVO in modo coerente per la propria attività
- definire gli elementi principali dell'Experience e come questa si inserisce nell'**Offerta F&B**
- progettare il **Customer Journey** e descrivere gli elementi fondamentali dell'esperienza
- Creare **l'idea per un contenuto social** (Instagram) che metta in risalto il concept di esperienza appena sviluppato.

Tale attività sarà supportata da docenti/consulenti ITS, che girano tra i banchi facendo consulenza "one-to-one", comportandosi come un direttore creativo con i suoi collaboratori.

PARTE 4: Pitch & Gamification - "The EVO Oil Experience Shark Tank" (30 min)

Ogni gruppo ha 10 minuti per presentare il proprio lavoro alla "Commissione ITS", che formulerà un punteggio in base a coerenza concept/target, alla creatività della proposta, all'accuratezza della progettazione delle parti dell'Experience.

Per rendere l'esperienza memorabile, gli aspiranti studenti vedranno la propria partecipazione e i propri sforzi premiati secondo le seguenti modalità:

- **per tutti:** kit di benvenuto ITS e un biglietto gratuito per visitare Assaggi 2026
- **per i componenti del gruppo vincitore del laboratorio:** un omaggio da parte di ITS Agro (tazza o altro gadget importante).