

LONGINO & CARDENAL

Tonno rosso, granchio reale e olio bio Quando il cibo di qualità fa cultura

La Spa, quotata in Borsa, da 30 anni fornisce i ristoranti stellati

Gabriella Di Bernardo

■ Sono cibi rari e preziosi, destinati alla ristorazione di alta qualità, quelli che da oltre 30 anni vengono selezionati e distribuiti da Longino & Cardenal, la cui proposta alimentare di eccellenza vanta oltre 1.800 prodotti di prim'ordine che ispirano quotidianamente i suoi circa 5mila clienti, tra cui l'80% dei ristoranti stellati nei mercati di riferimento e circa 100 fornitori strategici. Questi i «numeri» che già da soli parlano di una S.p.A, quotata in borsa, con sede operativa in Italia ma presente anche ad Hong Kong, Dubai e New York, dietro alla quale c'è molto di più del semplice business.

È, infatti, la filosofia del Cibo come Cultura, della qualità dei prodotti, dell'innovazione tecnologica e della sostenibilità quella che spinge costantemente Longino & Cardenal alla ricerca di produttori italiani e no che possano diventare suoi partner d'eccellenza.

Una filosofia ribadita da Riccardo Uleri, AD e socio di maggioranza di L&C, in occasione dell'annuale Convention, che si è svolta ai primi di marzo all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, di cui il Gruppo è socio sostenitore. «Anche in questi anni così difficili - ha spiegato - non ci siamo mai fermati, portando avanti un grande lavoro di ricerca. Abbiamo ricominciato a viaggiare appena ci è stato possibile per individuare nuove materie prime rare e preziose da inserire tra le nostre proposte, con l'obiettivo di individuare quei produttori in grado di garantire innovazione e sostenibilità, elementi chiave per fornire materie prime uniche, di altissima qualità e rispondere ad un mercato sempre più esigente».

La Convention è stata dunque l'occasione per presentare i sei nuovi partner: da «Fuentes El Atùn Rojo», leader mondiale nel settore del tonno rosso, a «MS Donna», che ha rivoluzionato il mercato norvegese e la commercializzazione del gran-

chio reale; da «Centumbrie», frantoio di ultima generazione che permette di operare a freddo, estraendo grandi oli con uso limitato di acqua, a «Marconil» e alle sue ostriche allevate nelle fredde acque oceaniche vicino al golfo di Cádiz, fino alla ragusana «Tenuta Chiaromonte», che produce e sigla oli extravergini d'oliva biologici, tra i quali due DOP e un IGP, che eccellono per qualità e caratteristiche organolettiche e ad «Alpin Herbs», azienda agricola impegnata nella coltivazione, raccolta e commercializzazione di piante rare e particolari con coltivazioni irrigate a goccia con acqua pura di falda.

L'altra importante novità è il nuovo sito e-commerce www.longino.it ideato appositamente per i professionisti dell'alta ristorazione - un segmento di mercato che in Italia vale 2,7 miliardi di Euro - che si affianca al portale www.shoplongino.it, lanciato a ottobre 2020, dedicato invece al pubblico di appassionati e sempre più esigenti gourmet.

ECCELLENZA

A destra, Riccardo Uleri, AD e socio di maggioranza di L&C
 A sinistra, uno dei magnifici piatti, (tonno rosso), selezionati e distribuiti da Longino & Cardenal

