Olio d'oliva, l’oro liquido d’Italia

olio-doliva-84d9cea2

Riconosciuto a pieno diritto come uno dei prodotti più preziosi del made in Italy, l’olio extravergine d’oliva rappresenta una fonte di ricchezza a 360°, capace di garantire qualità, legame con il territorio, salute e per ultimo – non certo per importanza – anche una storia, in primis allacciata alla sua origine e provenienza. I dati Doxa dell’estate 2018 parlano chiaro: il 53% delle persone intervistate vuole olio extravergine di oliva italiano poiché, la certezza di avere un prodotto finito, nato da olive coltivate e raccolte nel Belpaese è sinonimo di qualità. A questi numeri se ne aggiunge un altro rilevante: l’85% dei consumatori usa l’extravergine perché, stando a un altro 36% degli interessati, è quello migliore da utilizzare, non solo nella cucina di casa ma anche nei ristoranti dove, per la maggior parte dei casi, se ne riconoscono le proprietà di gusto e salute nelle preparazioni e nei piatti. Dall’acquirente della Gdo al ristoratore che seleziona e sceglie a quale olio extravergine d’oliva ‘affidarsi’, l’origine, la provenienza e la lavorazione italiana delle olive restano i parametri basilari di preferenza. A questi segue il rapporto qualità/ prezzo (in crescita rispetto ai decenni precedenti), c’è maggior consapevolezza di quanto sia importante avere un olio ‘fatto bene’ e la disponibilità a pagarlo un po’ di più.

ELEGANZA CERTIFICATA DELLA RIVIERA LIGURE

“Il punto di forza del nostro oro italiano è dato anche dalla volontà comune di olivicoltori, molitori e imbottigliatori che lavorano con l’obiettivo di un prodotto finale eccellente, controllato e tracciato su tutta la filiera – dichiara **Carlo Siffredi**, presidente del Consorzio di Tutela dell’Olio Extravergine di Oliva Dop Riviera Ligure. *Oltre alla dolcezza, all’eleganza e alla versatilità, alla sicurezza nei controlli del nostro olio, aggiungiamo anche le verifiche a campione nei punti vendita, azioni che danno ulteriori certezze”*. Quello ligure è un ‘piccolo e grande’ sistema ecologico olivicolo, supportato dalla varietà delle cultivar: oltre alla conosciuta Taggiasca, si trovano la Arnasca, la Colombaia, la Liccione, la Merlina, la Negrea, giusto per citarne alcune, tutte tipologie in grado di arricchire il già ricco ventaglio aromatico della Dop.

Come si posiziona l’Extravergine della Riviera Ligure nel mercato e nel canale della ristorazione?

“Esportiamo in tutto il mondo – continua il presidente – sempre nel rispetto dei nostri numeri. Stiamo sostenendo anche la ristorazione, partendo dalle basi, con corsi mirati verso i giovani chef e verso il personale di sala. Saper scegliere la qualità è fondamentale per una ristorazione di successo e duratura”.



UN

ASSAGGIO DAL TACCO D’ITALIA

Un’altra zona d’eccellenza, vocata da millenni per la coltivazione dell’ulivo e la produzione dell’olio, spesso alla ribalta dei media per problemi di carattere ambientale e politico è la Puglia. Si fa portavoce il presidente dell’Associazione Buonaterra Movimento Turismo dell’Olio Puglia, **Donato Taurino**, attivo nella zona del Salento. *“Abbiamo avuto difficoltà con il clima in questo 2018, tra periodi di lunga siccità alternati a periodi umidi, che hanno provocato problemi fungini alle piante. Qui in Puglia gli agricoltori hanno una forza speciale, data dall’ottimismo e dalla passione, anche nel settore della produzione dell’olio”*. Determinazione e costanza a prescindere dalle difficoltà climatiche, della nota xylella e della Tap, tutto volto alla produzione di un extravergine che possa sempre tenere alto il mercato e la fama pugliese come regione capofila di questo ‘oro liquido’. *“Spesso, il nostro punto di forza è la filiera corta, ossia coltivazione, raccolta, molitura e vendita, il tutto nell’arco di pochi chilometri o, addirittura, nelle stesse aziende* – continua Taurino – *Questo sistema che si trasforma in garanzia di controllo, piace molto non solo al privato che viene in azienda, passa al frantoio e poi*

compra, ma anche al canale della ristorazione che si rifornisce in modo diretto e si affida a distributori e fornitori; ovviamente, considerando le dimensioni aziendali e i quantitativi prodotti". Aromi intensi, tonalità che spaziano dall'oro sino al verde scuro, con quell'inimitabile e gradevole pizzicore che rende l'extravergine pugliese avvolgente e adatto in cucina. Merito delle molte cultivar disseminate su tutto il territorio (da nord a sud della Puglia se ne contano circa 60), ognuna con un intrinseco patrimonio organolettico. "Abbiamo la Cellina di Nardò e la Ogliarola Salentina, autoctone del Salento – conclude Taurino – verso Bari troviamo la Cima di Melfi, la Cima di Bitonto e la Coratina, per giungere nel foggiano con la Peranzana".

LA DOLCEZZA DEL GARDA

"Si parla del pregiato olio del Garda già dal Medioevo, inteso come bene prezioso, usato anche come merce di scambio – racconta **Laura Turri**, presidente del Consorzio di Tutela Garda Dop –. *La nostra zona di produzione è un'area vocata per l'ulivo, microclima ideale, terreni adatti, terrazzamenti, cultivar perfettamente inseriti geograficamente e storicamente… insomma, una fetta d'Italia dall'eccellente produzione".* La Dop è giunta più di 20 anni fa, nel 1997 per la precisione, e la dicitura Garda Dop può essere inserita in etichetta dai soli produttori della filiera che hanno rispettato il disciplinare di produzione e il relativo piano dei controlli, tutti attivi tra le province di Verona, Brescia, Trento e Mantova.

Zona di produzione e zona di turismo, anche straniero: come si danno supporto questi due elementi a livello commerciale?

"Il turismo gardesano ammonta a 14 milioni di presenze annue – continua Laura Turri – *una cifra importante che permette ai produttori di olio Garda Dop di far conoscere il prodotto anche fuori dai confini italiani, non solo ai tedeschi ma anche a inglesi, austriaci, danesi, svizzeri, americani, russi e cinesi. Questo ci sta aiutando molto anche sul canale della ristorazione, nonostante la strada da fare sia ancora tanta. A volte, sedendosi a pranzo o a cena, si fa ancora l'errore di avere un solo extravergine per tutti i piatti… un paradosso! È un po' come se ci fosse un solo vino da scegliere in carta".*

Come si può supplire questa mancanza?

"Bisogna prima di tutto abbattere il 'pregiudizio' del costo – spiega la Turri – *Un olio extravergine, come quello Dop del Garda ha un suo costo, proprio come le altre eccellenze italiane. Questo deve essere chiaro anche alla ristorazione: con la qualità si serviranno piatti dai sapori unici, dalla pizza sino all'alta cucina. Il nostro olio si caratterizza per un leggero e tipico retrogusto di mandorla, per il bel colore che va dal verde al giallo e per il sapore fruttato".*

DAL CLIMA ALLA TAVOLA

“Quest’anno, per noi del Garda, è stato unico ed eccezionale – chiude Laura Turri – *ma, nei precedenti, abbiamo sofferto parecchio proprio a causa delle avversità del tempo. Per il 2018 abbiamo ottenuto il permesso per una produzione temporanea di 7.500 kg di olive per ettaro, superiore di 1.500 kg rispetto alla regola dei 6.000 kg per ettaro in vigore per il disciplinare dell’olio Garda Dop. Un ottimo risultato in quantità conservando integra la qualità”.*

Olio: i nostri marchi

“Tutti i nostri soci, tra le principali referenze, hanno l’olio – precisa **Giorgio Frigo**, buyer CIC – *venduto sia in Italia che all’estero. Dobbiamo sottolineare un elemento importante, ossia la presenza di due linee di prodotto all’interno della Cooperativa Italiana Catering: Tavola Viva e Qualitaly, e proprio con quest’ultimo etichettiamo un prodotto 100% italiano che, nella maggior parte dei casi, va alla ristorazione e viene preso in mano dal consumatore finale”*. Un segmento di livello al quale si affianca l’altra linea, ben inserita e di successo, fatta con un mix di oli comunitari, vale a dire con un insieme di olive che, a seconda dell’annata, possono arrivare da Spagna, Grecia e dalla stessa Italia, comunque, solo da Paesi della Comunità Europea. *“I prodotti italiani sono ricercatissimi. In questo caso specifico, trattandosi di olio ci sono molte richieste che arrivano anche dalla ristorazione americana: molti chef (non solo quelli con origine tricolore) si sono resi conto del potenziale dell’extravergine e di come possa fare la differenza in cucina, non tanto nell’utilizzo ‘vivo’, soprattutto per una questione di costi, ma adoperato per condire una ricetta o per completare un piatto… di sicuro il sapore ne guadagna. Nonostante i prezzi* – specifica Frigo – *siano ancora importanti, visto che 1 litro di olio comunitario costa sui 3 euro, mentre quello 100% italiano il doppio, la cultura su questo prodotto è cresciuta notevolmente, identificandolo come alimento fondamentale per la tavola della ristorazione. Certo, ogni aspetto deve essere messo a confronto anche con le singole tradizioni regionali e con le variegate cucine internazionali”.*