

L'olio socialmente responsabile

La qualità dell'olio prodotto in questo momento è la migliore in assoluto, però i produttori lamentano spesso una scarsa considerazione da parte del mercato. Che fare?



➔ LUIGI CARICATO

L'olio che si produce in questo periodo storico è il migliore in assoluto tra quelli prodotti fin dall'esordio in scena dell'olivocultura, ovvero da sei mila anni a questa parte. Ho scritto olio in modo generico perché la classificazione merceologica "olio extra vergine di oliva" è recente, risale al 1960 e di conseguenza sarebbe stato inappropriato considerarla corretta per tutte le epoche. Ciò per far

comprendere che un prodotto come l'olio è sempre in continua evoluzione e non è mai lo stesso, pur derivando dalle olive per semplice spremitura. Tale premessa è doverosa per evidenziare che la qualità di oggi è di fatto la migliore in assoluto. Negli anni a venire, state pur certi, migliorerà ancora, perché la tecnologia fa miracoli.

Nel frattempo, sappiamo di poter disporre di oli più longevi. Mentre un tem-

po, già solo negli anni '80, non tutti gli oli superavano l'estate. Il controllo della temperatura di conservazione, il gas inerte a protezione dalle ossidazioni, oltre a tutte le attenzioni nei tempi di raccolta e molitura delle olive, contribuiscono a garantire una qualità più durevole e profili sensoriali impeccabili e peculiari. Eppure, nonostante si definisca l'olio extra vergine un alimento nutraceutico, i produttori lamentano la scarsa considerazione



La stessa valorizzazione degli oli utilizzati in cucina nella preparazione di un piatto è utile al fine di comunicare e trasmettere valore al cliente che è poi il consumatore

ne sul mercato, per via dei prezzi sottocosto che ne svuotano il valore. In realtà gli spazi per premiare l'alta qualità ci sono, ma si registra una bassa rotazione sugli scaffali dei punti vendita. I consumatori considerano l'olio un prodotto generico e non ci fanno caso. I consumi ci sono, ma dettati più dalla consuetudine che dalla consapevolezza. Si fa fatica ad attribuire i giusti meriti, e di conseguenza anche la giusta remunerazione, ai produttori. Con l'olio extra vergine di oliva si movimentano volumi e si fa fatturato ma gli utili sono scarni. Non si crea valore e un prodotto di così alta qualità viene confinato al ruolo di prodotto commodity. Il rischio è che si rinunci alla qualità per non andare in perdita. Per tentare di scongiurare un simile rischio e far recuperare il valore perduto agli extra vergini è necessario avere dei partner che fungano da testimonial. Per esempio, lavorando fianco a fianco con ristoratori e chef, attuando una serie di strategie coordinate e di lungo periodo, introducendo (se la tipologia del



Bisogna lavorare fianco a fianco con ristoratori e chef, attuando una serie di strategie coordinate e di lungo periodo

ristorante lo consente) la "carta degli oli" con l'annesso "carrello degli oli" (laddove possibile, ma oggi di fatto è una strada praticabile ed economica).

La stessa valorizzazione degli oli utilizzati in cucina nella preparazione di un piatto è utile al fine di comunicare e trasmettere valore al cliente che è poi il consumatore. Un esempio? Riportando nel menu l'olio utilizzato per ciascuna pietanza. Altro esempio? Il racconto dell'olio da parte del personale di sala, con maître e sommelier laddove presenti. Se sia possibile raggiungere un simile obiettivo dipenderà solo dagli accordi tra chi produce e chi fa ristorazione.

Io resto ottimista, pur consapevole che non tutti i ristoratori puntino alla qualità, ma è solo riconoscendo il reale valore che si può parlare di giusta remunerazione per i produttori. L'acquisto di un olio - lo si tenga bene in mente - non può mai prescindere da un atto di responsabilità sociale. ■

IL CARRELLO DEGLI OLI

Filippo Berio

Massarosa (Lucca)
"Gran Cru" Igp Toscano

Fruttato verde dai sentori erbacei netti, è morbido al palato, con note amare e piccanti ben dosate e aromi di carciofo e mandorla verde. In chiusura, erbe di campo e punta piccante.

Sabino Basso

S. Michele di Serino (Avellino)
"Ravece"

Fruttato verde medio, dai sentori di pomodoro, ha un impatto dolce iniziale, fragranza, gusto di carciofo e note amare e piccanti nette ma armoniche. In chiusura, richiami di mandorla e mela.

Il Roccolo

Polpenazze del Garda (Brescia)
"Dop Garda"

Fruttato leggero erbaceo, fine ed elegante, di buona fluidità e morbidezza, dal gusto di carciofo e dalle note amare e piccanti in buon equilibrio. In chiusura, toni mandorlati.

Diesel Farm

Marostica (Vicenza)
"Olio di Rosso"

Fruttato medio leggero dai sentori vegetali e mandorlati, è dolce al palato, morbido, dal gusto vegetale di carciofo, con amaro e piccante lievi, richiami di mela e mandorla in chiusura.