

GRAZIA FOOD

L'ORO DEI RAGAZZI

IN ITALIA SONO PIÙ DI 500 LE VARIETÀ DI "CULTIVAR", LE OLIVE DA CUI NASCE L'OLIO. UN PATRIMONIO CHE HA BISOGNO DI ACQUA, RISPETTO PER L'AMBIENTE E CONOSCENZA DEL TERRITORIO. UNA SFIDA CHE APPASSIONA SEMPRE PIÙ GIOVANI INTENZIONATI A PORTARE IN TAVOLA UN EXTRAVERGINE SOSTENIBILE

di TOMMASO GALLI

Il profumo che sprigiona la terra arida appena bagnata dalla pioggia ha un nome specifico: petricore. Come un nome ce l'ha chi ha deciso di tornare in un territorio fatto di sassi per farlo rifiorire. «Sono nata in un piccolo paese della Liguria di Ponente, fatto da cento anime e diecimila piante di ulivo», racconta Giada Calzia che a 25 anni ha deciso di fare marcia indietro e rincasare a Lucinasco, piccolo villaggio sopra Imperia, per l'appunto. «Ho deciso dopo gli studi e una parentesi milanese di tornare alla mia terra, ai miei uliveti, in mezzo ai quali ho ritrovato indipendenza e libertà. Qui ho capito cosa volevo fare da grande: la contadina». Così nel 2021 è nata Petricor, la sua azienda, in cui la terra rocciosa, e l'olio extravergine d'oliva, sono al centro di tutti i suoi pensieri e progetti.

UNA BATTAGLIA PER L'AMBIENTE

Leccino, Frantoio, Moraiolo, Biancolilla, Coratina,

Ogliarola, Moresca, Casaliva, Nocellara e molte altre. Le cultivar italiane, cioè le varietà coltivate di olive da olio, sono oltre 500. Un patrimonio che attira sempre più giovani, laureati, con la voglia di condividere il proprio lavoro sui social e aprire le porte delle proprie aziende, esattamente come Giada.

Sono questi i tratti distintivi di una generazione che sta riscoprendo l'olio extravergine d'oliva, un prodotto simbolo del made in Italy che vuole vivere una nuova primavera. Tra storie di riscatto personale e tanta voglia d'innovare, l'extravergine sta diventando infatti un volano di rilancio per il territorio in cui nasce.

«Mi sono resa conto che la dimensione della città mi stava ormai stretta e che ogni weekend ero a casa tra gli ulivi centenari. Così, prima mi sono messa a lavorare per l'azienda fondata da mio nonno per poi decidere di iniziare il mio progetto. Un foglio bianco



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GRAZIA FOOD

su cui poter scrivere i miei sogni», continua Giada. Sogni color verde oliva che passano per la rivalutazione del territorio, grazie a una comunicazione continua per spiegare il lavoro che si cela dietro ogni bottiglia d'olio, ma anche per innovazioni tecnologiche in campo agricolo. «La difficoltà più grande in questi anni è stata la siccità. Una mancanza d'acqua che nel nostro territorio complesso, fatto di terrazzamenti e di lavoro a mano, non è facilmente risolvibile». Per questo è nato il dialogo con le istituzioni per cercare di trovare delle soluzioni. «L'acqua rimane un elemento importantissimo che non va sprecato. Per esempio, esistono dei droni che possono sorvolare gli oliveti per calcolare il fabbisogno idrico di ogni pianta e andare più mirati senza sprechi. Certo, poi servono impianti di irrigazione costosi che singolarmente le aziende faticano ad avere», chiarisce Giada. Il cui sogno rimane comunque uno: creare un forte circuito legato al mondo dell'olio che possa promuovere questo ingrediente che fa parte del nostro Dna gastronomico, insieme con pane e vino.

L'ARTE DA IMPARARE

Nel caso dell'olio la filiera produttiva è fondamentale. E saperla valorizzare è un fattore determinante per raccontare un ingrediente che utilizziamo tutti i giorni ma a cui, forse, diamo poca importanza. Sempre più spesso, un po' come avviene già da anni per il vino, piccoli produttori si sono organizzati per spiegare, raccontare e far toccare con mano il lavoro di un olivicoltore o di un frantoiano. Come i ragazzi di Maso Bòtes, agriturismo che si dedica alla produzione di olio e miele ad Arco, piccolo comune trentino che si affaccia sul Lago di Garda e che conserva una delle più antiche olivaie del Nord Italia. Qui, tra gli ulivi secolari, sorso dopo sorso, o meglio strippaggio dopo strippaggio (perché l'olio si degusta nebulizzandolo in bocca) si scopre, per esempio, come il terreno sia un fattore determinante. «Noi coltiviamo solo Casaliva, un'antica varietà locale, con metodo biologico, ma produciamo comunque tre extraver-

gini molto diversi», racconta Andrea Santuliana, 28 anni, a capo del frantoio dell'azienda fondata dal padre Renato nel 2013. Il motivo? La composizione del suolo, appunto. Dove è più sabbioso l'olio extravergine ha note più delicate, mentre un terreno roccioso dà note medio-fruttate e quello argilloso sprigiona in bocca un'amarezza piacevole, ma più decisa. Tutte caratteristiche uniche, come l'altitudine in cui viene prodotto l'olio sul lago di Garda: l'olio più a Nord di tutta l'Europa.

Per questo motivo è nato lo studio sui terreni, per provare con un solo tipo di oliva ad avere prodotti differenti adatti a ogni singolo piatto. Ed è sempre per questo che Andrea s'immagina una carta degli

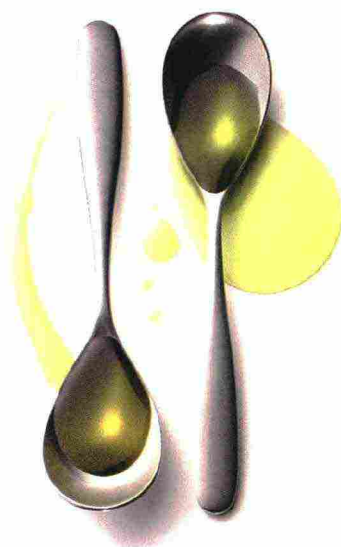
oli presente nei ristoranti, per fare in modo che anche il consumatore finale si renda conto dell'importanza di un ingrediente utilizzato nella cucina di tutti i giorni. «All'interno del nostro Maso, diventato anche un agriturismo, facciamo scoprire e assaggiare i nostri prodotti», conclude Santuliana con la speranza che vedendo il lavoro di raccolta e spremitura si possa creare più consapevolezza anche in chi da semplice cliente e consumatore assaggia un piatto rifinito da un giro d'olio».

LA MAPPA DELLE OLIVE

Consapevolezza e conoscenza passano anche per la tutela del territorio e per la promozione del buon lavoro. Un impegno che un'associazione

come **Slow Food**, fondata da Carlin Petrini nel 1986 a Bra (Cuneo), porta avanti anche nei confronti dell'olio extravergine d'oliva. Con un presidio che protegge gli ulivi secolari che ancora danno frutti, con un disciplinare multi-varietale che ne regola la produzione, e una guida (*Guida agli Extravergini* edita da **Slow Food** Italia) che ogni anno riconosce i migliori produttori italiani.

Offre così uno spaccato dell'olio lungo la nostra penisola e inizia la costruzione di un necessario dialogo tra produttori e consumatori per far capire cosa davvero che cosa significhi un olio buono, pulito e giusto.



© RIPRODUZIONE RISERVATA