

## Incontro con un mito dell'olio

Marco Bonaldo, uno degli ultimi entrati nella Corporazione Mastri Oleari ma già gratificato dal più importante chef del mondo, Alain Ducasse, che ha scelto i suoi oli, intervista, un po' al passato un po' al presente, Alfredo Mancianti, uno dei grandi padri dell'olio d'eccellenza italiano. Un viaggio nella storia della Corporazione.

■ Ricordo che in occasione del mio primo incontro con il grande Piero Antolini, nella sede milanese della Corporazione, mi sentivo particolarmente emozionato. Fin dai miei primi passi nel mondo oleario guardavo con ammirazione questo logo - il leone rampante - così potente nel segno, dal significato così chiaro, ma nel contempo così semplice nel

concetto: un insieme di persone e di Aziende che operano con gli stessi intenti e che hanno tutti un fine ultimo, quello di portare avanti la cultura dell'olio, quello buono! E non soltanto da un punto di vista organolettico ma anche e soprattutto salustico.

A dire il vero la mia candidatura fu una vera e propria auto candidatura, dopo anni di lavoro sentivo di avere il dominio della professione e dunque mi presentai.

Tra le tante ragioni che mi fecero avvicinare alla Corporazione, una fu senza dubbio l'opportunità di accrescere e potenziare l'immagine aziendale (Casa Olearia Taggiasca) e personale. Fare parte di un'élite di produttori d'eccellenza, conosciuti e apprezzati nel mondo, mi avrebbe permesso di rinforzare la mia posizione dal punto di vista professionale e, personalmente,

avrei avuto l'occasione di conoscere persone preparate nel settore con le quali avrei potuto interagire.

Fui sorpreso dalla gentilezza e disponibilità delle persone che mi ricevettero, una di queste era Alfredo Mancianti che oggi è diventato per me un grande e stimato amico. Tutto andò per il meglio e entrai finalmente e con entusiasmo a



far parte della Corporazione dei Mastri Oleari. Dopo ormai cinque anni, durante l'ultima assemblea elettiva sono stato nominato consigliere del Consiglio Direttivo Nazionale della Corporazione, una nomina che mi rende orgoglioso, che mi spinge a proseguire in questo cammino e che soprattutto mi fa intuire che il mio contributo fino ad



ora è stato apprezzato e che le mie specifiche competenze professionali nel settore del marketing e della comunicazione potranno risultare utili e valide per il conseguimento degli scopi che la Corporazione si prefigge. La mia personale esperienza nei Mastri Oleari è senza dubbio positiva: ho trovato consigli, collaborazioni, scambi di idee, confronti, insegnamenti.

L'idea di far parte di un gruppo sinergico, formato da professionisti del settore mi piace (mi suggerisce le antiche corporazioni di mestiere rinascimentali!) persone appassionate con competenze diverse che cercano di approfondire e veicolare la cultura dell'olio con una attenta informazione basata su un rigore scientifico e su una strategia comune.

L'appartenenza, a mio avviso, è il concetto basilare: la Corporazione è un marchio prestigioso, conosciuto ormai internazionalmente, sinonimo di qualità e serietà e la percezione così alta che si ha dall'esterno fa capire che il lavoro che è stato fatto nel corso degli anni ha funzionato; pensiamo soltanto al premio oleario diventato ormai istituzionale, i corsi per assaggiatori e capo Panel, le consulenze con cattedratici, luminari e scienziati del settore a livello mondiale che con la loro ricerca scientifica hanno dato un apporto fondamentale nel riconoscimento del valore nutrizionale e salutistico dell'olio e molti altri eventi creati ex novo dalla Corporazione.

Belle esperienze, un bel bagaglio che ci arricchisce giorno

dopo giorno e che ci permette di conoscere e far conoscere sempre più il prodotto più buono al mondo, l'olio extravergine di oliva. Ma facciamo un passo indietro. Quando ebbi il primo approccio con la corporazione era ancora tra noi, Presidente dei Mastri Oleari a tutto tondo, Piero Antolini, scrittore e giornalista, soprattutto uomo colto che seppe portare un po' della sua cultura nel mondo dell'enogastronomia. E quanto la rimpiangiamo oggi, tempi in cui la tv più raffazzonata e pasticciona ha sostituito le penne di Brera, Veronelli, appunto Piero! Ma rimpiangiamo anche le sue intuizioni, lui, uomo che portò la Guida Michelin in Italia, fu anche quello che intuì per primo le potenzialità, l'universalità dell'olio da olive, tipico prodotto italiano. E iniziò una guerra fatta di tante battaglie, alcune vinte alcune perse, con a fianco Alfredo Mancianti: diversissimi i due, però non furono, a dispetto delle cariche ufficiali, generale e colonnello, furono due gemelli, strani gemelli - lo scrittore e l'oliandolo - con un unico obbiettivo in testa, e condivisero il fine e pure i mezzi.

Alfredo è attualmente l'unico Socio fondatore, nonché ideatore, ancora operativo (dei tredici iniziali) e ha all'interno della Corporazione degli importantissimi e prestigiosi incarichi tra cui quello di Capo Panel del Gruppo di assaggio della Corporazione, inoltre insegna in qualità di assaggiatore all'ISOM, la Scuola Internazionale della Oil Master Corporation.

È il "papà" storico di tutti noi produttori, infatti è stato il primo che negli anni '70, con l'aiuto fondamentale del padre Faliero e del grande Luigi Veronelli, ha promosso un convegno a Milano per discutere l'ottenimento della allora Denominazione di origine controllata, oggi divenuta Dop (Denominazione di origine protetta) per l'olio da olive italiano, creando un vero e proprio movimento di pensiero basato sulla valorizzazione di questo nostro straordinario e unico alimento indispensabile per la nostra salute.

Fu lui, con Piero, a spiegarmi come è nata l'idea di costituire la Corporazione dei Mastri Oleari, che fu fondata nel marzo del 1984 da un'idea e dalla volontà dei due "gemelli", che ottennero il supporto e l'entusiasmo di altri grandissimi personaggi, tra i quali reputatissimi produttori, tecnici, agronomi, operatori della comunicazione e marketing. Così fu data vita a quella che a oggi è diventata una vera e propria istituzione a livello internazionale unica nel suo genere nel mondo. "L'idea è nata - racconta Alfredo - guardandosi intorno, ovvero osservando quello che l'ulivo e il suo olio erano e sono nella cultura delle genti mediterranee, osservando l'amore, l'autentico gesto rituale con cui i contadini attingevano e talvolta ancora attingono dall'enorme anfora di terracotta per riempire la bottiglia da mettere in tavola, sentendo col naso i profumi autentici di una cucina antica e modernissima nello stesso tempo, guardando, semplicemente, i pendii olivetati e, per

• Alfredo Mancianti

contrasto, ascoltando le scempiaggini di un mondo scientifico, non si sa se prezzolato o incompetente, che voleva relegare l'ulivo a mero ornamento paesaggistico, per riempire i nostri piatti di olietti palliducci estratti dai semi con l'aiuto di derivati del petrolio..."

Insomma, bisognava fare qualcosa e senza bisogno di denigrare gli altri prodotti, bastava far conoscere il nostro. Così "la corporazione ebbe ed ha - prosegue Mancianti - come scopo principale la valorizzazione dell'olio da olive e in modo particolare dell'olio extravergine di oliva, cercando di distinguerlo dagli oli degli altri Paesi in virtù delle sue indiscutibili caratteristiche organolettiche e salutistiche. Ci siamo sempre battuti per assegnare all'olio da olive il giusto valore nella nostra alimentazione, fondamentale per la crescita dei bambini, come per la vecchiaia grazie ai suoi peculiari effetti antiossidanti, e in qualità di alimento principe della Dieta Mediterranea. Un altro ambizioso scopo è quello di essere veicolo di informazione, quella vera, scientifica, istituzionale: ad oggi la Corporazione è l'unico vero Istituto di informazione esistente in Italia ed è ormai internazionalmente riconosciuta per affidabilità e reputazione. Anche la valorizzazione del territorio risulta importante rispetto alle peculiarità di ogni regione italiana: si pensi che tra breve persino la Valle d'Aosta sarà in grado di avere una propria piccola produzione. Si pensi poi all'aspetto dell'aggregazione, veramente strategico, perché permette di facilitare il raggiungimento degli obiettivi comuni migliorando e ottimizzando per esempio il sistema produttivo in tutte le fasi della filiera e anche quelle indirette che comunque interagiscono: agricoltori, trasformatori, confezionatori, industriali del vetro, medici, ricercatori universitari ecc."

Io però non sono nato "imparato", come si suol dire, e per me i Mastri Oleari sono stati un ulteriore mezzo per arricchirmi professionalmente. E infatti la didattica è sempre stata un cavallo di battaglia dei Mastri Oleari.

"Bisogna tenere conto che la Corporazione - racconta ancora Alfredo - ha fatto da sempre cultura, pensiamo che ha praticamente "creato" la figura professionale dell'Assaggiatore d'olio (figura praticamente inesistente prima del 1984) conducendo una considerevole serie di corsi (più di 800) per assaggiatori e delineando il primo metodo di degustazione secondo parametri precisi di valutazione. Fare cultura è una priorità, per migliorare la percezione dell'olio verso il grande pubblico, per migliorare l'informazione dei consumatori, per dare valore alla qualità e le grandi collaborazioni a tal riguardo risultano fondamentali (Università, Istituti scientifici, Enti istituzionali ecc) per creare sinergie. La Corporazione ha contribuito enormemente alla promozione della Dop e all'ottenimento di leggi atte a valorizzare l'integrità del prodotto (per es: il divieto di utilizzo di ampolle generiche sui tavoli di



ristoranti) o ancora alla creazione della carta degli oli e al relativo abbinamento con le varie preparazioni. Ha persino realizzato il primo Salone dell'Olio (SOL)." Essere Mastro Oleario non è da tutti, la Corporazione non vuole essere una scorciatoia per vendere di più, i vantaggi sono per la Comunità, per l'intera filiera, non esclusivamente per il socio. Ed essere Mastro Oleario comporta doveri onerosi e integrità professionale, si fa parte della Corporazione perché ci si riconosce nello "spirito dell'oliandolo": "Essere mastri - conferma infatti Alfredo - significa appartenere a una categoria di produttori d'eccellenza. Vuol dire identificarsi inequivocabilmente rispetto a un mercato caotico e banalizzante. Essere mastro significa lavorare con assoluta serietà e con un'ineccepibile etica professionale. Proporre un olio sotto l'egida della Corporazione significa offrire al consumatore un prodotto con caratteristiche veramente di qualità superiore sia sotto l'aspetto organolettico e salutistico, sia sotto l'aspetto analitico. Significa anche fornire una prova scientifica e certificata di queste peculiarità attraverso l'applicazione di un disciplinare HS (High Standard) controllato da un Ente Certificatore. Essere Mastro significa confrontarsi, scambiarsi esperienze, crescere professionalmente insieme, creare movimenti di opinione con la certezza e la consapevolezza che insieme si può ottenere molto di più".

Il logo dei mastri mi affascina, questo Leone rampante che regge un ramoscello di ulivo mi dà un'idea di grande forza di grande "dignità" cosa ne pensi?

"Ritengo che l'utilizzo del marchio sia fondamentale ed è a mio avviso un enorme veicolo di comunicazione. Vuol dire essere apprezzati sul Mercato, vuol dire essere scelto fra tanti, significa farsi conoscere soprattutto nei mercati esteri valorizzando e veicolando il concetto di qualità e sensibilizzando la clientela."

Marco Bonaldo, oliandolo

### Un olio per esempio

#### Olio extravergine d'oliva Dop Umbria Colli del Trasimeno

Ottenuto da olive delle varietà Frantoio e Leccino (65% in totale), Agogia (15%) e Moraiolo (20%) provenienti da uliveti situati tra i 300 e i 350 m di altitudine. La raccolta è, ovviamente, mediante brucatura a mano mentre il sistema di frangitura è a ciclo continuo. Lievemente velato, presenta un fruttato medio leggero con sentori di vegetali crudi e frutta fresca, in bocca è fragrante e richiama il pomodoro verde, il carciofo, la mandorla. Le sensazioni di amaro e piccante sono in perfetto equilibrio con la persistenza aromatica. Si esprime al massimo a crudo su antipasti raffinati di pesce, pasta, risotti e zuppe, crostacei, insalate di verdure crude o cotte, carni bollite o alla brace.

#### Frantoio Faliero Mancianti

A San Feliciano, una antica località sul Lago Trasimeno si trova un antico frantoio, che fin dal 1820, era nominato e reputato per la lavorazione delle olive dei Colli del Trasimeno. Là, nel 1952, la famiglia Mancianti ha iniziato a frangere le olive, che ancor oggi seleziona, in uliveti particolarmente vocati. Alfredo Mancianti dedica la massima cura alla maturazione, alla raccolta e alla selezione delle olive ponendo grande attenzione ai differenti microclimi che, come pochi sanno, hanno un peso decisivo per caratterizzare la qualità dell'olio. A San Feliciano, con la molitura a freddo in piccole distinte partite, sono nati diversi cru e selezioni diventati ormai famosi tra i gourmet di tutto il mondo: nel 1976 il San Feliciano, nel 1979 il Monte del Lago, nel 1983 l'Affiorato, nel 1997 la Ziraia, nel 1999 l'Umbria Dop e, nel 2004, i monocultivar da olive Frantoio e Dolce Agogia Mastroleario. Nella verde, magica Umbria, i colli del Trasimeno sono la culla di prodotti superiori che hanno avuto un ruolo determinante nel rilancio dell'olio extravergine di oliva in tutto il mondo. I prodotti Mancianti oggi sono presentati nelle migliori enoteche, sono venduti nelle più raffinate gastronomie e vengono offerti nei più prestigiosi ristoranti in Italia e nel mondo per raggiungere i clienti più esigenti e i consumatori più attenti.



### Un olio per esempio

#### Riviera Ligure Dop riviera dei Fiori Terre Bormane

Ottenuto da olive Taggiasca al 100% allevate in uliveti collocati dai dai 300 ai 600 m di altitudine e raccolte a piena maturazione tra dicembre e febbraio. È un olio cosiddetto dolce, aggraziato, con un fruttato delicato di oliva matura, netta sensazione di pinolo e retrogusto di mandorla, con sentori di amaro e piccante limitatissimi. Ideale per maionesi e salse all'uovo e per tutti i piatti di pesce, in particolare cucinati alla semplice (al vapore, bolliti, al forno ecc).

#### Terre Bormane di Casa Olearia Taggiasca

Un'equipe giovane ed entusiasta tutta ponentina, la straordinaria qualità del loro extravergine così come dell'intera gamma di prodotti, ma anche la cura e l'originale design del packaging. Sono i tre elementi essenziali che hanno decretato il successo di Terre Bormane, la linea più prestigiosa della Casa Olearia Taggiasca. L'azienda è situata nel cuore della Liguria di Ponente, a Taggia, in provincia di Imperia, la patria dell'olio extra vergine e delle olive taggiasche famose in tutto il mondo. Ma il cuore si trova in un paesino dell'entroterra, Torre Paponi, sempre vicino a Taggia, dove la Casa Olearia ha mantenuto il proprio frantoio così come interi uliveti.

La gamma di prodotti è estremamente ricca: si va dai differenti tipi di extra vergine, il Fiore all'occhio "Bormano" fasciato in carta verde, la Dop di Liguria, i due cru di inizio e fine raccolto Albis e Opalino, alla linea completa di olive taggiasche snocciolate e in salamoia, pesto, pomodori secchi, polpa di olive e di pomodori, ecc. Terre Bormane produce e seleziona quello che vende: è il segreto che ha consentito al loro extravergine di essere presente sulla tavola e nella cucina dei più prestigiosi clienti del mondo, da Londra a Parigi, Monte Carlo e New York.

