

AZIENDA OLEARIA DEL CHIANTI, LA QUALITÀ FILA LISCIA COME L'OLIO



Durante l'ormai celeberrima Quarta Supper Club, le deliziose sfere di gelato del maestro Vetulio Bondi includevano un ingrediente fondamentale: l'Olio EVO del Chianti Classico DOP *Azienda Olearia del Chianti*, che conferiva loro quel sapore così particolare, unico.

Olio EVO del Chianti Classico DOP Azienda Olearia del Chianti, l'oro verde che fa la differenza

La stessa cosa del gelato preparato del maestro Bondi, accadeva alla "Tartare di mucco pisano con uova di quaglia e tartufo marzuolo". Olio EVO del Chianti Classico DOP *Azienda Olearia del Chianti*, parliamo di un olio veramente fuori dal comune, come talvolta se ne fanno in Toscana e in poche altre parti del mondo, parliamo di un prodotto d'eccezione, e per saperne di più siamo venuti a lezione da Matteo Gon-

nelli, uno dei titolari dell'azienda, qui nella loro sede di [Panzano](#), nel cuore del Chianti Classico e della cosiddetta Conca D'oro.

Matteo, quando e come nasce l'Azienda Olearia del Chianti?

"Nasce nel 1985, fondata da mio padre, che iniziò a confezionare l'olio come un piccolo artigiano inseguendo soprattutto l'idea della qualità. Dopo pochi anni edificò un frantoio e da lì è cominciata la nostra vera storia. Adesso il fiore all'occhiello dell'Azienda Olearia del Chianti è la qualità «D.O.P. Chianti Classico», derivata da olive che crescono, che sono raccolte, e che sono frante, nella zona del Chianti Classico come prevede il rigido disciplinare della Chianti Classico D.O.P. Olio, lo stesso consorzio che presiede al vino.

Noi investiamo ogni anno nel frantoio e in tecnologie nuove per ottenere un prodotto sempre più eccellente che rimanga integro a lungo nel tempo. La nostra mission principale, quella che ci distingue da tanti, è investire nella qualità, nella ricerca, nell'innovazione. Altro olio importante per l'Azienda Olearia del Chianti è senz'altro l'«I.G.P. toscano» che beneficia d'un disciplinare meno rigido, il quale comprende tutta la Toscana.



All'interno di questa tipologia esistono competitor molto agguerriti che fronteggiamo privilegiando la qualità e portando il nostro I.G.P. Toscano a livelli non troppo distanti da quelli della D.O.P. Chianti Classico. Per quanto riguarda la grande distribuzione, per la quale le nostre quantità non sarebbero sufficienti, ci avvaliamo di oli di altri frantoio che per quanto concerne la qualità sono sulla nostra lunghezza d'onda".

Sul packaging mi pare ci sia molta attenzione. Le bottiglie sono bellissime:

“Quella che tieni in mano è una bottiglia prodotta da una vetreria di nostra fiducia, ed è derivata da un nostro stampo brevettato. L’abbiamo realizzata nelle tre misure: 0,250 cl; 0500 cl; 0,750 cl. Ovviamente disponiamo di etichette diverse che contraddistinguono le varie tipologie. Il vetro scuro è destinato agli oli di qualità dal momento che la luce, il calore, e il freddo danneggiano l’olio. L’olio è una sostanza naturale che ghiaccia già a +8°, formando dei cristalli biancastri che non sono muffa ma micro particelle d’acqua che tendono a cristallizzarsi in una specie di piccola ragnatela, non molto gradevole alla vista.



IV TuscanyPeople Supper Club “Incontri di stile nella fabbrica dei ricordi” - Andrea Corsi Showroom

Nelle bottiglie chiare mettiamo gli oli grezzi, che forse trasmettono più il senso del naturale, e allora dobbiamo ben specificare sull’etichetta le norme di conservazione che hanno valore fino alla scadenza, 18 mesi. In ogni modo è bene sapere che l’olio non può produrre muffe”. Invece la temperatura massima oltre la quale l’olio si degrada? “20-25° . Oltre queste temperature l’olio tende a crescere, ad aumentare di volume, e infatti non si riempie mai una bottiglia fino al tappo. Gli oli grezzi poi tendono ad addensarsi in piccoli depositi sul fondo che devono però esserci, è una cosa naturale, guai se non ci fossero, ci sarebbe da preoccuparsi”.

Qual è il mercato in cui l'olio è più apprezzato?

"In Toscana c'è un consumo che io non conosco in altri paesi. Noi toscani abbiamo un'altissima cultura dell'olio. Anche in Umbria, in Liguria, esiste una cultura importante, ma forse non come da noi".



E nella ristorazione come va? Inizia a esserci una consapevolezza? Magari una carta degli oli?

"Il processo che dovrebbe coinvolgere i ristoranti in questo «rinascimento dell'olio», ma stenta a partire, eccezion fatta, logicamente, per i ristoranti stellati o di alto target. Ma per il resto stiamo ancora faticando a far penetrare certi concetti tra i ristoranti anche di qualità."

Esiste un'associazione che potrebbe favorire il processo?

"Ci sono assaggiatori di oli, esperti in panel-test, che fanno informazione presso le Camere di Commercio, oppure aziende che istituiscono corsi a proprie spese. Noi l'abbiamo fatto presso il Consorzio del Chianti Classico D.O.P..

Alla fine il corsista, a parte l'attestato col riconoscimento della frequenza da parte del Consorzio, può davvero imparare moltissime cose utili: come non farsi influenzare dal colore – il verde non significa nulla –, saper riconoscere il profumo, il gusto. Però nonostante ci siano svariate associazioni non esiste un coordinamento a livello nazionale.



Il settore dell'olio è ancora piuttosto difficile:

“Il vino è molto più facile. Pensa che da 100 kg di olive si ottengono in media 13 litri di olio. Quindi da 10 kg di olive, 1,3 litri di olio. E il costo e il sacrificio alla base sono altissimi. Molti consumatori si chiedono come fanno nei supermercati a vendere oli a cifre che non stanno né in cielo né in terra. Un olio italiano a scaffale lo puoi trovare anche a 8,5 € al litro, quando al frantoio lo paghi 11-12€ di media. Poi ne trovi anche a 4€, a 3,5€.

Per capire la ragione bisogna considerare che Puglia e Calabria sono i maggiori produttori di olio italiano. Alcuni di questi oli sono anche buoni, non lo nego. Il fatto è però che in Puglia, ad esempio, la raccolta costa meno della metà per via dei loro terreni piatti e sconfinati in rapporto ai nostri scoscesi, ripidi e molto più difficili da coltivare. La frangitura è meno cara, grazie al costo più basso della mano d'opera. Gli alberi sono molto più grandi. Insomma, ci sono una serie di fattori da cui si deduce facilmente come riescano ad abbattere radicalmente i costi e di conseguenza il prezzo.



Senza considerare che in alcuni periodi dell'anno, oli anche di buona qualità sono venduti dalle cooperative a prezzi inferiori a quelli di mercato quasi come fosse una specie di distribuzione dei dividendi ai soci. Il che dimostra, se ce ne fosse bisogno, quanto l'olio sia ritenuto un bene di consumo di primaria importanza".

Mentre per un olio D.O.P., immagino, sia tutto ancora più difficile:

"Ti dico solo che le olive sono tutte raccolte a mano senza l'ausilio di macchine. Devono essere portate al frantoio entro 24 ore. Il Consorzio prende i campioni ed esegue le analisi in un suo laboratorio. Poi procede con il panel-test interno tramite una vera e propria commissione d'assaggio. Dopodiché, se va tutto bene, possiamo applicare i bollini, le fascette numerate, e quant'altro serve a identificare l'alta qualità. Ovviamente l'olio alla fine costa molto di più. Una bottiglia da 0,750 cl, a scaffale, presso la grande distribuzione, può arrivare fino ai 15€."



IV TuscanyPeople Supper Club "Incontri di stile nella fabbrica dei ricordi" – Andrea Corsi Showroom

Sull'etichetta cosa deve esserci?

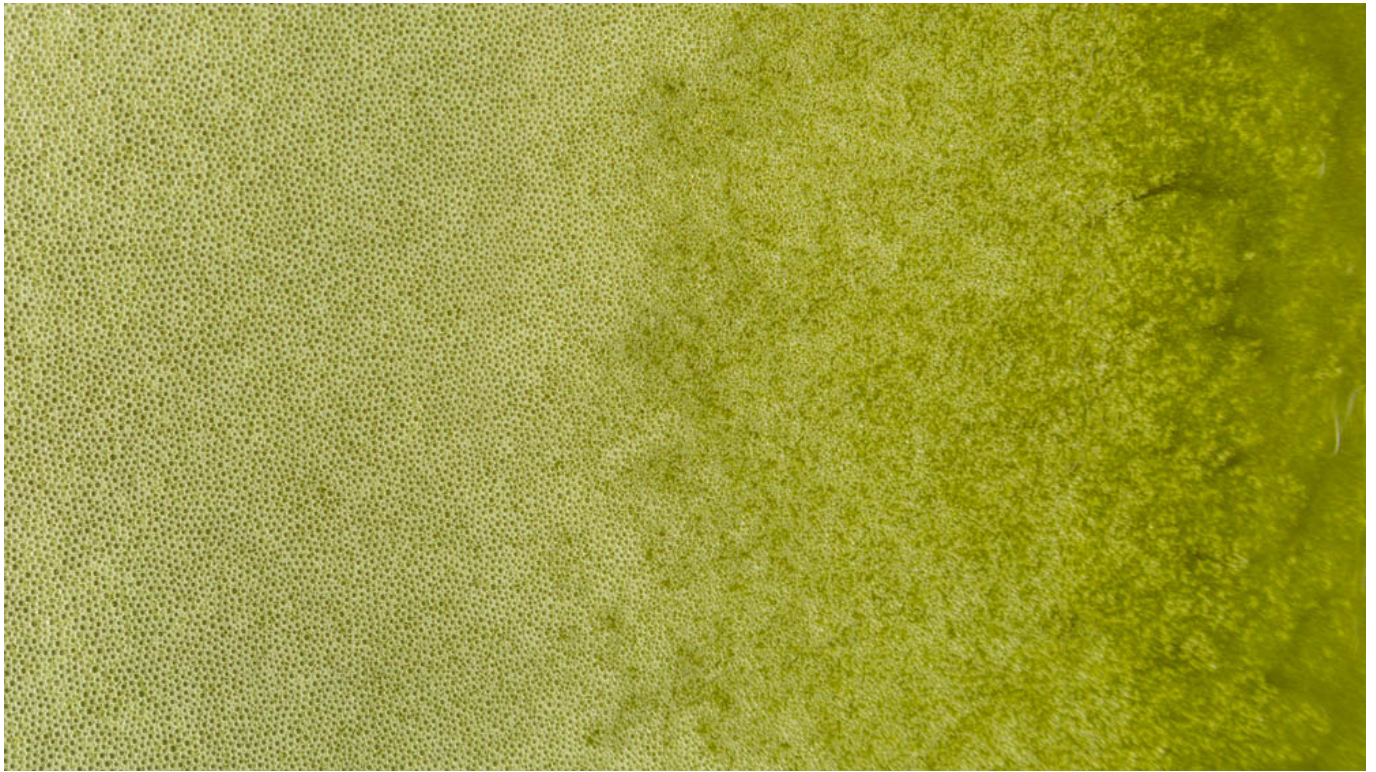
"Dobbiamo sempre leggere le etichette. Ci si trova la categoria, la provenienza, la tabella nutrizionale di legge, che però è uguale per tutti. Un'informazione importante, facilmente comprensibile, che posso fornire ai consumatori è sicuramente consigliargli un Olio I.G.P. o D.O.P. che hanno maggiori controlli e caratteristiche organolettiche superiori alla media degli oli italiani, come l'acidità.

Gli oli Chianti Classico D.O.P. e Toscano I.G.P vanno da un minimo di 0,2° ad un massimo di 0,35° di acidità.

Delle veloci linee guida per la degustazione:

"Si prende un bicchierino di vetro e si tiene in mano per scaldarlo. Si chiude con una mano a tappo, si fa oscillare, e poi si può procedere con la prima operazione olfattiva godendone i profumi o trovandone i difetti. Profumo di carciofo, erba medica, pomodoro, ci sono tantissime sfumature. Il gusto invece lo si percepisce in fondo alla papille gustative ispirando aria e ossigenando l'interno laterale della bocca. È qui che

si vede l'arte del panel, l'assaggiatore: si può capire se è leggermente amaro, se è piccante, la persistenza. Il fruttato, ad esempio, è ok, significa che è ricco di polifenoli".



Parliamone un po' dal punto di vista salutistico. L'olio è un grasso insaturo, forse l'unico che fa realmente bene alla salute, oltre a rappresentare un ingrediente fondamentale alla base della dieta mediterranea:

"L'olio extravergine di oliva è un alimento ma anche un farmaco. Ha qualità organolettiche pari al latte materno. Fa benissimo per la ricostruzione delle cellule, per la loro ricrescita, è un antitumorale, fa bene all'apparato cardiocircolatorio. Ovviamente deve essere di qualità, va preso nelle giuste dosi, come tutte le cose, e sempre al naturale. Essendo però un grasso vegetale, non animale come il burro, è ricco del colesterolo cosiddetto «buono», che possiamo anche definire lo «spazzino delle arterie», la sostanza che ripulisce l'apparato circolatorio e previene il formarsi di accumuli e trombi".

Parliamone dal punto di vista più ludico. Come possiamo guidare i nostri consumatori che, ad esempio, vanno a un ristorante:

"Se siamo a un ristorante di pesce c'è bisogno di un olio più morbido, meno fruttato, che non copra o domini il sapore del pesce, meno piccante, meno amaro. Consiglio un olio italiano, in alcuni casi anche toscano. Mentre per la carne, le insalate, le vellutate, c'è più bisogno di struttura e i toscani sono l'ideale. Vengono benissimo anche i gelati: "Vetulio Bondi, nella vostra [IV^ Supper Club](#), ha realizzato un connubio tra olio EVO e gelato veramente strepitoso".



IV TuscanyPeople Supper Club "Incontri di stile nella fabbrica dei ricordi" - Andrea Corsi Showroom.

Ma so che c'è una news per voi:

"Sì, tra una ventina di giorni usciremo con la nostra nuova cioccolata spalmabile all'olio extra vergine di oliva dell'Azienda Olearia del Chianti. Ciokolio, questo il nome della cioccolata, è composta da soli quattro ingredienti tutti rigorosamente biologici: zucchero di canna, pasta di nocciola, olio extravergine di oliva e cacao magro. Stiamo facendo di tutto per immetterla sul mercato a un prezzo competitivo. Ci interessa veicolare il nostro marchio e offrire ai nostri consumatori un prodotto di qualità.

E poi lo snack:

"Circa tre, quattro anni fa, mi sono inventato uno snack: due crostini di pane friabili croccanti, una bottiglietta d'olio TOP dell'Azienda Olearia del Chianti, un piccolo vassoio in cartone rigido, un tovagliolo doppio velo, una bustina di sale iodato per chi ha problemi di tiroide. Due anni fa abbiamo omaggiato le scuole del Comune di Firenze anche con la versione pomodoro. Un'iniziativa molto apprezzata il cui scopo era sosti-

tuire le dannose merendine confezionate e offrire al contempo delle indicazioni sulla corretta alimentazione”.



E gli oli biologici dell’Azienda Olearia del Chianti?

“Sono oli toscani e italiani. Il mondo del biologico sta crescendo e c’è una nicchia sempre più importante che richiede prodotti sani e naturali. Dobbiamo però sempre selezionare i tipi di aziende perché non tutte possono dirsi biologiche al 100%”.

Avete anche un meccanismo di controllo:

“Quest’anno la stagione è stata più fredda. Se qualcuno tiene l’olio grezzo in cantina può succedere che sotto gli 8° gradi ghiacci e produca quei cristalli d’acqua di cui ti dicevo. Un consiglio è tenerlo in un ambiente appropriato, il miglior luogo sicuramente è la vostra dispensa, al riparo da luce, calore e freddo.

Grazie Matteo. I migliori in bocca al lupo da parte di tutta la redazione all’Azienda Olearia del Chianti e per l’imminente uscita di “Ciokolio”.

[Azienda Olearia Del Chianti - Via degli Artigiani, 12 - Greve in Chianti \(Firenze\)](#)



IV TuscanyPeople Supper Club "Incontri di stile nella fabbrica dei ricordi" - Andrea Corsi Showroom.

Riproduzione Riservata © Copyright TuscanyPeople