

SAPERI > MARKETING

Il nostro olio è differente

Volete sapere le ragioni essenziali che fanno di un olio qualcosa di così peculiare da non temere confronti? Noi ne riportiamo cinque. L'extra vergine si chiama **Taggialto**, ed è ottenuto in oliveti d'alta quota. Ora, quest'olio, già tanto celebrato sui giornali che contano, si è confermato ancora una volta protagonista di primo piano nel tempio della gastronomia in Italia: da **Peck. Flavio Lenardon** e **Giuseppe Stagnitto**, di **Treedream**, ne hanno presentato il "progetto", oltre che l'olio in sé, perché di un progetto si tratta. Obiettivo: la rinascita dell'olivicoltura d'alta quota

OO M

<http://www.oliofficina.it/saperi/marketing/il-nostro-olio-e-differente.htm>



Chi c'è stato venerdì 13 e sabato 14 maggio è tornato a casa non solo con bottiglie d'olio extra vergine di oliva d'alta quota, ma con una storia edificante da raccontare. Noi abbiamo seguito sin dal suo esordio la coppia Lenardon e Stagnitto, e possiamo assicurarvi che per loro la passione è vera passione, sostanziale, concreta, efficace nei suoi sviluppi.

Provare a fare ingresso sugli scaffali prestigiosi di un riconosciuto tempio internazionale della gastronomia qual è Peck, non è da tutti. Loro ci sono riusciti, e non da poco, ma da diversi anni. Il taggialto piace, si vende, perché non c'è nella bottiglia solo l'olio, ma altro: il valore aggiunto dell'alta quota, ma, soprattutto, una progettualità, una storia, un senso di compiutezza.

Il Taggialto – sostengono i due ideatori, che insieme agli olivicoltori che li seguono fedelmente, hanno messo in piedi questa bella idea – “è – per utilizzare le loro stesse parole – un prodotto differente”. Per quale motivo lo è? Per ben cinque, essenziali ragioni. E non è – credeteci sulla parola – pubblicità, questa, sia ben chiaro, anche perché il numero di bottiglie da loro commercializzato è talmente esiguo che non li arricchisce di certo.

LE CINQUE RAGIONI

1. E' "oggettivamente" superiore

IL TAGGIALTO, in quanto taggiasco **d'alta quota**, è un olio **oggettivamente superiore**.

Gli specialisti sanno da sempre ciò che non è ancora oggetto della grande comunicazione.

La presenza delle componenti aromatiche e dei composti polifenolici (dotati di proprietà anti-ossidanti ed anti-infiammatorie) - quella presenza che realmente distingue la qualità di un olio di oliva, perché ciò che rimane è la sola parte grassa che, per quanto assolutamente pregevole, non è elemento distintivo - è infatti incrementata dalle situazioni di stress idrico o climatico, che caratterizzano proprio le zone di maggior altitudine.

2. Si affida, pionieristicamente, ad una comunicazione "leale"

Trattandosi di un olio di "fascia alta", IL TAGGIALTO si appoggia ad una differenziazione che non fa riferimento ad una identificazione "geografica", ma alla **specificità della cultivar e dell'ambiente d'origine**.

Nella nuova comunicazione la pianta d'ulivo ritorna protagonista del messaggio: olive ottenute da piante in condizioni "estreme" di stress (in alcuni casi, al limite stesso della fruttificazione) danno oli con caratteristiche uniche, differenti dall'olio che si ottiene da piante della stessa cultivar cresciute a quota inferiore.

In questo modo il cittadino è lealmente informato della conseguenza della sua scelta, in quanto la sua scelta può esprimere interesse e sostegno per un'iniziativa di salvaguardia territoriale che riguarda condivisi valori morali e materiali.

3. E' il simbolo della rinascita di un territorio

Acquistare una bottiglia di TAGGALTO significa valorizzare la specificità del territorio d'alta quota e quindi condividere il **vanto di un'azione collettiva** che salvaguarda il risultato di una fatica millenaria: grazie a *TreeDream* il progetto audace di terrazzare intere montagne è infatti rinnovato, con civica consapevolezza, nella coscienza ecologica attuale.

Acquistare una bottiglia di TAGGALTO significa sostenere la battaglia contro **l'irrazionale omogeneizzazione che ha portato alla distruzione quasi completa del sistema dei terrazzamenti d'alta quota** e ha così compromesso la salute idrogeologica di intere regioni.

4. E' il simbolo della rinascita di una comunità umana

IL TAGGIALTO è il segno del "riscatto" di una comunità umana che aveva perduto il senso della propria identità e che sta rinascendo traendo risorse da **un nuovo mercato fondato su una differenza specifica che non era mai stata praticamente comunicata**. La **rinascita dell'olivicoltura d'alta quota acquista così valore morale e civile**: differenziando un prodotto oggettivamente superiore, siamo ancora in tempo per salvare meravigliosi territori, evitare disastri ecologici (è il sistema dei terrazzamenti montani che protegge dalle frane) e probabilmente salvare anche vite umane.

5. Va incontro alla nuova coscienza civica del consumatore

Il PROGETTO TAGGIALTO va incontro alla **nuova coscienza civica** del consumatore che insieme al gusto dei sensi e delle emozioni vuole la consapevolezza di partecipare a ciò che è utile allo sviluppo dell'uomo ("il **consumatore vuole conoscere le motivazioni di fondo che spingono a produrre questo particolare olio**" ... sono parole di Alfonso Pascale, al congresso nazionale di Olio Officina nel gennaio di quest'anno 2016: [**IL GUSTO RIVOLTO AL FUTURO**](#))

Lenardon e Stagnitto – che vedete in foto insieme con il presidente nazionale dell’Ais, il sommelier Antonello Maietta, e con la scrittrice (e sommelier) Ilaria Santomanco – nei due momenti da Peck hanno "personalmente" spiegato il senso della loro iniziativa ad almeno 500 persone.

Sono stati se non eroici quanto meno molto resistenti, e non mancavano loro di sicuro le parole, oltre che i contenuti (e l’olio!). Sono rimasti particolarmente colpiti dall'alto grado di interesse manifestato dalla clientela di Peck.

“Abbiamo realmente sostenuto la causa dell'olivicoltura d'alta quota "italiana", ci hanno confidato, al termine, per nulla esausti, ma arricchiti e ancor più motivati del solito, quindi tantissimo. “L’abbiamo sostenuta – dicono – in quanto abbiamo sempre chiarito che anche per altre cultivar vale quanto noi stiamo già dicendo per la Taggiasca”. Non vogliamo essere soli in questa loro personale battaglia nel far riconoscere il valore dell’olivicoltura d’alta quota. “Il manifestino realizzato da Peck per l’occasione – ammettono con orgoglio – è un sostegno per l'olivicoltura d'alta quota di tutt'Italia. Nessun territorio ne è escluso”.

La gioia è tanta, perché le qualificate attenzioni ricevute hanno in qualche modo compensato l’impegno di tutti questi anni. “Un'alta percentuale dei presenti ha dichiarato di preferire la ‘lealtà comunicativa’ che deve contraddistinguere un olio di fascia alta: dati oggettivi come cultivar e ambiente specifico. La pianta d'olivo è la vera protagonista del messaggio, e, pertanto, non viene ‘qualificata’ da origini di denominazione geografiche (infatti in nessuna delle pubblicazioni scientifiche i profili chimici dipendono da esse)”. La convinzione che stiano percorrendo una buona strada c’è nella coppia Lenardon e Stagnitto: “Chi sceglie un olio di fascia alta – dicono – chiede anche di sapere come la sua scelta influenzi l'economia di uno specifico territorio.

Così, a distanza di qualche mese, possiamo riconoscere che lo storico dell’agricoltura Alfonso Pascale aveva detto delle cose verissime a [**Olio Officina festival**](#). “Da Peck – ci confida l’ingegner Stagnitto, docente all’Università di Pavia – abbiamo verificato che sta prendendo sempre più piede una nuova coscienza civica del consumatore, il quale, insieme al gusto dei sensi e delle emozioni, vuole, ora, anche la consapevolezza di partecipare a ciò che è utile allo sviluppo dell'uomo”.

UNA BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE PER L'OLIO D'ALTA QUOTA

*"Summarizing, the elevation of the cultivation site has a marked influence on the antioxidant content, with **higher elevation orchards producing olives with larger contents of antioxidant compounds with respect to lower elevation ones.**"*

Ouni Y., Taamalli A., Guerfel M., Abdelly C., Zarrouk M., Flamini G., *The phenolic compounds and compositional quality of Chétoui virgin olive oil: effect of altitude*, African Journal of Biotechnology Vol. 11 (55): 1842-11850, July 2012

*"La maggior parte delle fonti concorda sul fatto che all'aumentare del livello di stress [stress idrico, che insieme a quello climatico caratterizza le situazioni a maggior quota] **aumentano il contenuto in polifenoli dell'olio e la stabilità ossidativa.**"*

Inglese P., Famiani F., Servili M., *I fattori di variabilità genetica, ambientali e colturali della composizione dell'olio di oliva*, Italus Hortus, 16 (4), 2009:67-81

*"Altitude has an effect on the quality characteristic of oils, in particular their fatty acid content. **Oils obtained from plants grown at higher altitudes have greater stability to oxidation.**"*

Di Vaio C., Nocerino S., Paduano A., Sacchi R., *Influence of some environmental factors on drupe maturation and olive oil composition*, J. Sci. Food Agric., 20 July 2012

*"Olive oils obtained from monovarietal olive groves at high altitude are, in general, sweeter and **have an herbaceous fragrance compared to the corresponding oils from lower elevations.**"*

Aparicio R., Harwood J., *Handbook of Olive Oil - Analysis and Properties*, Second Edition, 2013

*"There were significant differences between the oils from both cultivars when grown in the different environments. **At higher altitude, the oils showed a greater amt. of oleic acid, phenols and a higher stability**, while in the open the oils had higher satd. and linoleic acid content. Aroma profiles were also influenced by the pedoclimatic conditions"*

Issaoui M., Flamini G., Brahmi F., Dabbou S., Ben Hassine K., Taamali A., Chehab H., Ellouz M., Zarrouk M., Hammami M. *Effect of the growing area conditions on differentiation between Chemlali and Chetoui olive oils* Food Chemistry (2009), 119(1), 220-225.

*"**At higher altitude, the oils showed a greater content of oleic acid and higher stability**, while in the open the oils had higher tocopherol and linoleic acid contents. For the phenolic compds., the environment influenced each cultivar in different ways. Sensorial characteristics, showed significant differences between the oils from each cultivar and location."*

Aguilera M. P., Beltran G., Ortega D., Fernandez A., Jimenez A. Uceda M. *Characterisation of virgin olive oil of Italian olive cultivars: Frantoio' and Leccino', grown in Andalusia* Food Chemistry (2004), 89(3), 387-391.