anno 17 numero 210 mensile **luglio '09** 4,90 euro

GAMBERO ROSSO

Gelati&Gelati

Le 60 migliori gelaterie tradizionali e innovative

GRANDI VINI
Rodano
Le verticali di Chapoutier e Chave

RISTORANTI
Pesce dimenticato
Dieci indirizzi da non perdere

CLASSIFICHE
Le birre artigianali
Fresche e leggere contro il caldo

CONVERSAZIONE DI GUSTO
Dom Costa
La stagione dei cocktail alla frutta

Poste Italiane S.p.A. - spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004, n° 46) art. 1 comma 1, DCB Roma Austria € 10,90; Germania e Olanda € 10,00; Belgio; Francia; Grecia; Lussemburgo; Portogallo (Cont.); Principato di Monaco e Spagna € 9,50; Svizzera Canton Ticino CHF 12,90; Gran Bretagna £ 11,30.

9 771592 856009 90210

Sei anni fa cinque produttrici di extravergine decisero di dar vita ad una loro associazione. Oggi sono più di quaranta e sono fortemente impegnate a diffondere la cultura dell'oro verde presso ristoratori e consumatori, grandi e piccini. Con un tocco tutto femminile

HA SENSO DIRE che quello dell'olio extravergine è un mondo femminile? Forse no. Ma sicuramente ha senso dire che le donne hanno per l'olio una marcia in più, una sensibilità particolare, una passione che ha qualcosa di arcaico e viscerale. Non è un caso, dunque, che ci siano tante donne in questo settore di un mondo di solito spiccatamente maschile come quello agricolo.

SE GIÀ in passato le donne erano coinvolte nella produzione domestica dell'olio e a loro spettava il compito di conservare e amministrare questa preziosa risorsa energetica ed economica, oggi sono protagoniste in prima persona come produttrici, agronome, assaggiatrici, studiose, dirigenti di associazioni ed enti di categoria.

»

Pandolea, quando l'olio è donna

• DI LUCIANA SQUADRILLI • FOTO DI FRANCESCO VIGNALI

Le donne di Pandolea presenti alla giornata romana intorno alla piscina dell'Hotel Exedra. La prima a destra è Loriana Abbruzzetti, le ultime tre a sinistra sono, nell'ordine, Flaminia De Luca, Gabriella Di Minco e Marica Burgarella

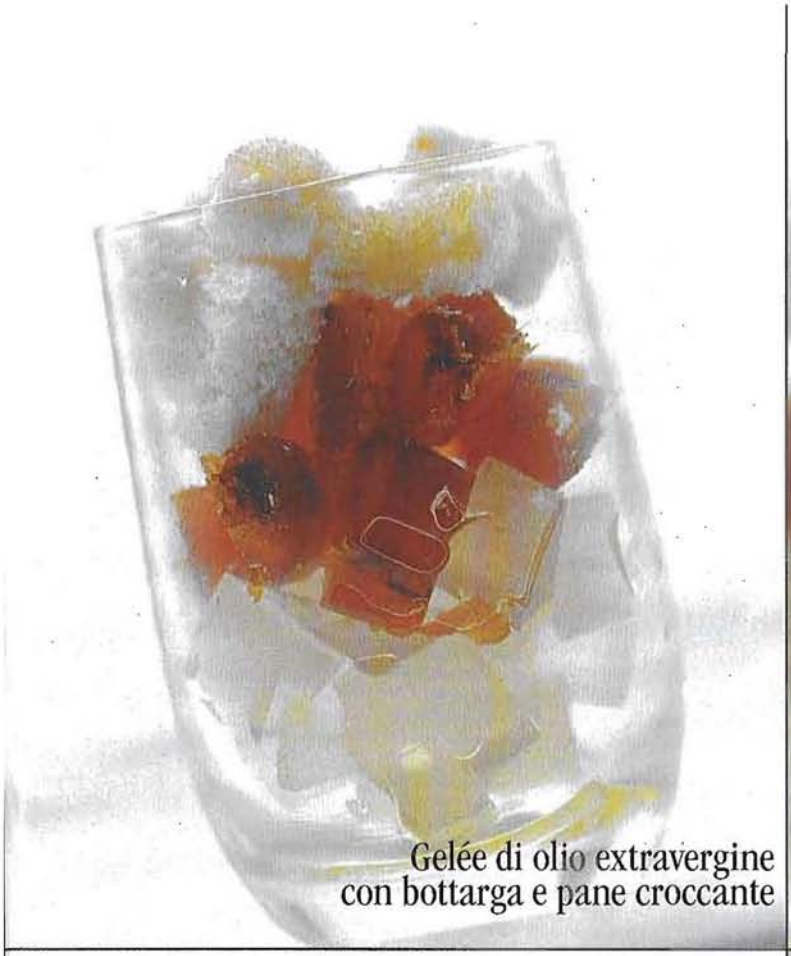
E NON PENSATE ad agiate rampolle di buona famiglia o a mogli sfaccendate che non sanno come impiegare il proprio tempo. Occuparsi di olio extravergine, oggi, vuol dire conoscere impianti e cultivar, potare, raccogliere, seguire i lavori in oliveto e in frantoio, tenere i conti, badare ai rapporti con i clienti e i distributori, partecipare ai concorsi... insomma, tenere insieme mille cose senza perdere un colpo. E forse qui sta (uno) dei punti a favore delle donne, che a questo gioco di equilibrismi ci sono abituate per natura.

EPPURE, QUELLO con l'olio resta un legame speciale. Non è un caso che, come racconta Manuela Miocchi, docente di didattica interculturale presso la Pontificia Università San Tommaso d'Aquino a Roma, già in tempi remoti l'olivo - simbolo di fertilità, bellezza, abbondanza, vittoria - fosse legato a figure femminili come la dea Atena, che lo donò agli abitanti della città che preso il suo nome. Oggi sono in molte a tenere viva questa tradizione. E molte di loro hanno deciso di riunirsi in un'associazione, Pandolea (www.pandolea.it), che unisce nel nome l'olio al riferimento mitologico a Pandora, la prima donna, "colei che tutto dona", passata alla storia per la curiosità tipicamente femminile che causò l'uscita dal famoso vaso dei mali dell'umanità, trattenendo però la speranza.

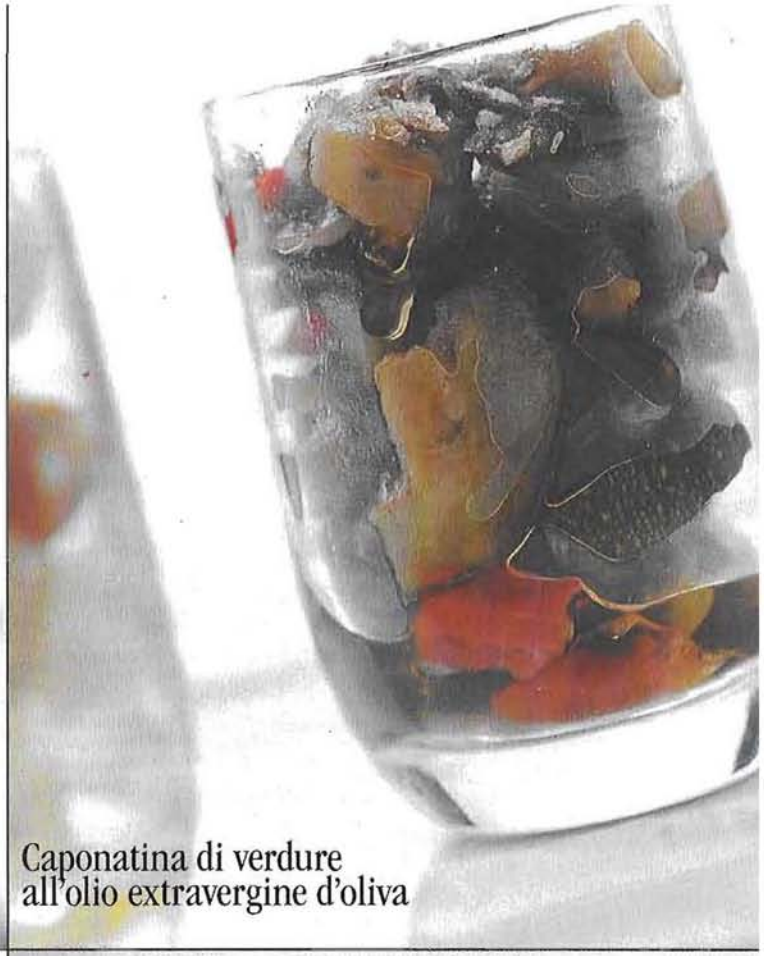
PANDOLEA ha festeggiato quest'anno – con un incontro aperto anche a ristoratori e giornalisti e una cena nella terrazza dell'Hotel Exedra di Roma - sei anni di vita dell'associazione nata dall'incontro casuale di cinque produttrici a Roma per un servizio giornalistico. Era il febbraio 2002, e la rivista in questione era il Gambero Rosso. Avevamo scelto loro – Loriana Abbruzzetti, Gabriella Di Minco, Maria Caterina (Marica) Burgarella, Flaminia de Luca e Claretta Siccardi – come rappresentanti delle donne dell'olio che si affacciavano alla ribalta. Circa un anno dopo nasceva Pandolea, a cui partecipavano anche Marina Colonna, che nella sua bellissima tenuta molisana coltiva molte delle migliori cultivar olivicole italiane, l'abruzzese Amina Valentini del Frantoio Di Pasquale e Marilena Crescimanno della siciliana Tenuta Rocchetta. In questi sei anni tante cose sono cambiate. L'olio extravergine in Italia ha fatto passi da gigante, le loro aziende sono cresciute sia qualitativamente che nelle quantità, e anche l'associazione è cresciuta, attirando sempre nuove adepte soprattutto attraverso il passaparola: «Non abbiamo mai fatto richieste né una vera e propria comunicazione in tal senso ma abbiamo avuto molte adesioni spontanee – racconta la Presidente Loriana Abbruzzetti, che segue il frantoio di famiglia, Eusebi, a Monterubbiano (AP) – l'associazione non serve solo a far conoscere l'olio extravergine al pubblico, ma anche come rete interna di scambio di informazioni e canale per la condivisione di obiettivi e problematiche comuni». »

A scuola con l'olio

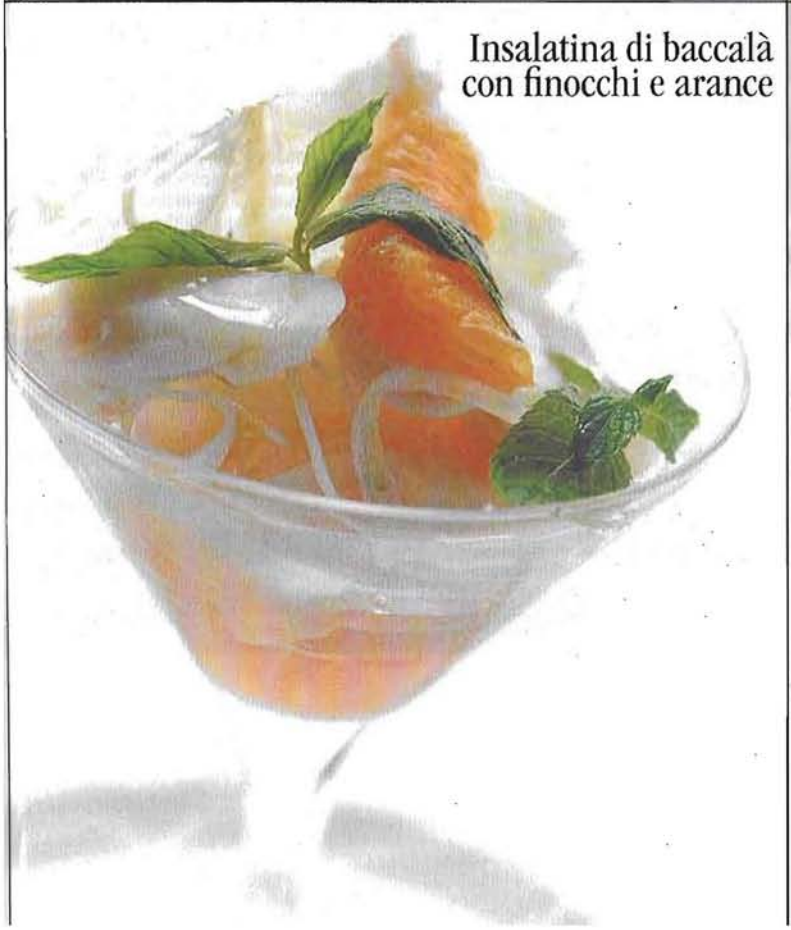
Una delle iniziative che stanno più a cuore alle donne dell'olio è quella dell'educazione alimentare ai più piccoli. "Oliamoci bene" è il nome dell'opuscolo (con le illustrazioni del vignettista Roberto Mangosi, autore anche dei disegni in queste pagine) che ha accompagnato il progetto A Scuola con l'Olio: una serie di incontri nelle scuole dei territori dove sono presenti le pandoline e visite in frantoio durante la campagna olearia, per spiegare l'importanza di una sana alimentazione, che privilegi alimenti genuini e naturali come il pane con l'olio extravergine in alternativa alle merendine industriali, insegnando a leggere e capire le etichette e ad apprezzare tutte le qualità di questo straordinario alimento. Il progetti continuerà anche l'anno prossimo ma per il futuro l'oobiettivo è quello di ampliare la portata delle iniziative di educazione alimentare coinvolgendo anche i rappresentanti - spesso donne - degli addetti agli affari agricoli di paesi esteri in Italia, come la Spagna e Cipro, e i paesi stranieri consumatori di olio extravergine d'oliva.



Gelée di olio extravergine con bottarga e pane croccante



Caponatina di verdure all'olio extravergine d'oliva



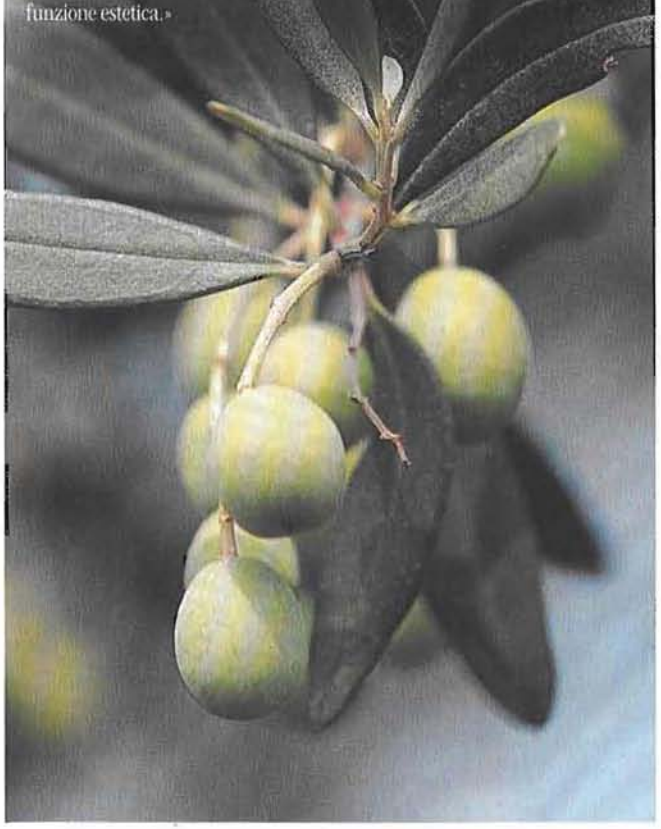
Insalatina di baccalà con finocchi e arance

Olio extravergine d'oliva liquido e solido con fragola

le ricette all'extravergine di Alessandro Circiello, chef del Boscolo Hotel Exedra di Roma su www. gamberorosso.it

» «La motivazione principale è la necessità di condividere e comunicare la grande e specifica ricchezza di questo prodotto – conferma Flaminia de Luca, titolare della bella Tenuta San Lorenzo a Foligno (PG) - è importantissimo far conoscere e promuovere la cultura dell'olio extravergine d'oliva». Ma qual è la specificità femminile in questo settore? «Per me sono la fantasia e la generosità – dice Marica Burgarella, alla guida dell'azienda agricola di famiglia, Fontanasalsa, in provincia di Trapani, sottolineando quest'ultimo termine – la donna ha conservato verso l'olio, prodotto fortemente simbolico, un atteggiamento di profondo rispetto, quasi di sacralità, che altrove si è perso». «Le donne - le fa eco Gabriella Di Minco, de Le Magnolie a Loreto Aprutino (PE) – sono abituate al dare, e forse per questo hanno una maggiore capacità di lavorare insieme. Inoltre, da parte delle donne, ma anche degli uomini, c'è un forte attaccamento al proprio olio, alle proprie piante».

OGGI PANDOLEA raggruppa oltre 40 donne dal Nord al Sud - in maggioranza produttrici, ma anche agronome e ricercatrici – ed è molto attiva nel valorizzare e diffondere la cultura dell'extravergine presso ristoratori e consumatori, anche in erba. Con una sensibilità spiccatamente femminile, più che al marketing e alla promozione commerciale, Pandolea si dedica soprattutto alla divulgazione. Oltre a intelligenti iniziative rivolte ai ristoratori, tra le attività di cui vanno più fiere le "pandoline" c'è la formazione nelle scuole. Altra peculiarità, questa, che affonda probabilmente nelle radici più profonde dell'essere femminile: «Le donne, essendo anche mamme, forse sono più attente a questo tema – dice Claretta Benza, che segue il frantoio di famiglia a Dolcedo (IM) insieme al marito e al figlio - e i bambini recepiscono benissimo. L'educazione al consumo dell'extravergine parte da lì».

Le agronome, tecnica ed estetica

Tra le associate di Pandolea ci sono anche diverse agronome. Figura professionale indispensabile, ma ancora poco conosciuta, fino a non molto tempo fa era solitamente maschile, spesso una persona interna all'azienda che curava gli aspetti tecnici della coltivazione e della produzione. Negli ultimi anni invece per gli agronomi – rappresentati dal Conaf, il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Dottori Agronomi e Dottori Forestali – si è diffusa molto la libera professione e si è ampliato il raggio d'azione con la nascita di una serie di nuove attività lungo tutta la filiera produttiva, in particolare per l'olio extravergine d'oliva. E sono cresciute anche le donne che scelgono questa professione. Ma c'è una specificità femminile? «Le donne forse sono più attente alla valenza estetica del paesaggio – spiega la toscana Rosanna Zari, vice presidente nazionale del Conaf – oggi gli agronomi si occupano anche di nuovi campi, come la pianificazione territoriale, e le donne più degli uomini hanno a cuore la bellezza dello scenario naturale. In Toscana, ad esempio, l'olivo è parte integrante del paesaggio rurale e ha anche un'importante funzione estetica.»