

**Soldi**

Al frantoio **Buonamici**, sulle colline di **Firenze**, non solo si lavora secondo il protocollo **biologico**, ma l'olio viene estratto **sotto vuoto** divenendo ricco di **polifenoli**. E così piovono **premi** da tutta Italia

# L'olio dei "Cesari" è proprio salutare

Cesara e Cesare Buonamici nella loro tenuta sulle colline di Firenze

**Paolo Pellegrini**  
FIRENZE

«La tavola è la prima farmacia. E chi compra bio lo sa». Ecco perché Cesare Buonamici (solo per inciso, è il fratello di Cesara, il volto più noto del Tg5), 110 ettari di olivete con 27 mila piante nella zona di Fiesole, il colle etrusco "madre" di Firenze, ha scelto fin dal 1992, quasi un antesignano, il biologico per il suo olio. Non solo: il top della gamma dei suoi oli si chiama "Salutaris", e nasce dal progetto OleoSalusistem messo a punto con la Regione Toscana e la Camera di Commercio di Firenze.

#### Ma cos'ha di speciale?

«Praticamente, è un formidabile integratore alimentare. Gli oli migliori, in genere, hanno un contenuto di polifenoli, antiossidanti naturali per eccellenza, di 250 milligrammi per chilo. Questo è arrivato a 670 in un'annata difficile come il 2013: annata piovosa, e con l'acqua i polifenoli se ne vanno...».

#### Come si ottiene?

«Con una tecnologia nuova per i frantoi. Se l'estrazione avviene sotto vuoto, si riduce l'impatto ossidativo, e quindi la possibilità di "sciupare" l'olio; poi conta molto la temperatura di estrazione, e il passaggio in decanter e quindi il filtraggio con cartone di cellulosa per separare il meglio. Così si risponde al claim nutrizionale lanciato dalla Ue nel 2012 per spingere la gente a consumare 20 grammi di olio al giorno. Solo che in 20 grammi di questo ci sono più dei 5 grammi previsti di polifenoli».

#### Costerà caro...

«Lo vendiamo da Eataly in bottigliette da 250 grammi a 14 euro. Caro, forse. Ma ha l'effetto del classico

cucchiaino d'olio della nonna: la salute al risveglio. Senza contare che ha caratteristiche organolettiche migliori, e il classico gusto amaro e piccante di mandorla e carciofo che da noi piace tanto».

#### Insomma, paga produrre olio bio.

«Sì, sono orgoglioso dei tre premi ricevuti in un mese dal nostro Cesare & Cesara Buonamici: Oro d'Italia a Lecce, Montiferru in Sardegna e Il Magnifico a Firenze. E comunque, la mancanza di residui chimici di qualsiasi natura è un valore percepito oggi dal consumatore più evoluto».

#### Ma è sufficiente?

«No, bisogna anche pagarlo un prezzo accettabile. Non è più il momento delle chimere e delle infatuazioni bio di dieci anni fa. Oggi l'offerta è ampia, si vince su tre fronti: salute, qualità e prezzo».

#### Già, ma la gente va al supermercato e compra l'olio meno caro senza badare al resto.

«L'Italia è un caso a parte, con un consumo di 12-13 chili a testa di olio come condimento "tecnico". Ma nel resto del mondo la qualità è legata alla salute, nel Nord Europa si guarda all'olio per la sua funzione di prevenzione. Bisogna capire la differenza tra grasso che fa male e olio che fa bene, previene le malattie e riduce i costi sociali».

#### Si sente spiazzato di fronte agli scandali recenti?

«Mi sento depredato, come produttore e come italiano. Qua si fa un lavoro di eccellenza, poi arrivano certi marchi che usano l'italian sounding per veicolare prodotti non italiani: questo è uno scippo. Fa male a tutti, disorienta il consumatore, mette in crisi i piccoli produttori indifesi. Io vorrei invece una posizio-

ne netta a tutela del nostro comparto a livello governativo. Siamo poco difesi, non c'è sostegno: la Spagna insegna, sono i primi a investire e portano in giro il prodotto d'eccellenza. Senza contare la ricaduta positiva del nostro lavoro sul paesaggio e sull'ambiente. Ma il produttore è solo, le iniziative non superano l'ambito locale».

#### E magari rende poco...

«La redditività è legata alla qualità, se l'extravergine è terra di conquista degli imbottiglieri di tutto il mondo ma non è extravergine, ci scapita la qualità. E' tempo di nuove regole, di parametri chimici diversi per un appeal più forte. Oggi è tutto extravergine, ma quello a denominazione, con filiera certificata, è un'altra cosa. Insomma io auspico un nuovo manifesto dell'extravergine, anche superando il concetto di extravergine».

#### Lei però vende anche nei supermercati.

«Sì, all'Esselunga. E non me ne vergogno, perché sanno valorizzare le produzioni di qualità, del resto avevamo già cominciato nel 1997.

Se il prodotto è buono,

chi lo compra è soddisfatto, poi lo ricompra. E' la qualità vera che paga, e devono funzionare i controlli sugli scaffali».

