

20 DOMENICA 16 GENNAIO 2005

## AGRICOLTURA

agricultura@corriere.it DALLA TERRA  
ALLA TAVOLA

Extravergine di qualità nelle ampolline un tempo usate per i liquori. Per rilanciare i consumi

### Al ristorante arriva l'olio mignon

*Sui tavoli dei grandi chef bottiglie tascabili da portar via dopo la cena*

La bottiglia d'olio? La infilo nel taschino. Olio sempre a portata di mano, ottimo per le soste in auto-grill, mense o trattorie dove il cibo è buono, ma la raffinatezza non è neppure un optional. È la bottiglia tascabile la nuova moda dei moderni gourmet, spesso in formato mignon, sempre pronta da usare, per dare un tocco di prestigio ai piatti di tutti i giorni. Si può acquistare una sola bottiglietta, da 100 millilitri in su, oppure decidere di comprare una confezione con la selezione di oli preferita: fruttati, dolci e amarognoli, intensi e piccanti... ognuno adatto a un particolare abbinamento con diversi piatti. E proprio sulle tavole dei grandi chef fanno la loro comparsa le prime «mignon» di extravergine.

Le ha adottate Heinz Beck, a La Pergola dell'Hilton, a Roma: ampolline verdi da 100 ml. Mentre Fulvio Pierangeli, lo chef più votato d'Italia, nel suo *Gambero Rosso* di San Vincenzo (Livorno) sta preparando confezioni medio-piccole: «Sono contrario alle miniature — spiega —: l'olio è il più bel regalo che si possa fare, ma andare sotto i 250 ml mi sembra misero». Fra i produttori, uno dei primi a lancia-



TAKE AWAY Heinz Beck con le minibottiglie di olio (foto Ciofani)

re l'idea è stato Piero Gonnelli, presidente dell'Associazione italiana frantoiani oleari e patron di una delle più antiche aziende toscane. Lo ha seguito Giorgio Franci. Un successo. Tanto che in Regione Toscana è stata presentata una proposta di legge per introdurre le bottigliette nei ristoranti. Un modo non solo per garantire al cliente

qualità, igiene e trasparenza (ogni bottiglietta ha etichetta con proprietà, luogo di produzione e data di scadenza) ma anche per consentirgli di portarsi via l'olio pagato.

L'idea prende piede anche in Umbria, con Marco Viola, nel Lazio, con Anna Maria Billi in Sabina e Alessandra Ceraso e Cesare Ferretti a Cori, in Campania con Vin-

cenzo Zamparelli, in Calabria con la qualità nuova di Olearia S. Giorgio e in Sicilia con Fontanasalsa. E a Velletri, fra le mignon di extravergine che imbottiglierà presto l'azienda Pietra Pinta, ci sarà un'etichetta speciale: quella delle tenute che creò Ugo Tognazzi.

Alcuni ristoranti italiani a Firenze, Roma e Milano hanno già deciso di adottare le microbottiglie d'olio, che promettono di diventare moda da collezionisti, proprio come accadeva per le mignon di liquori. I prezzi? Un cofanetto da sei bottiglie da 100 ml costa intorno ai 25 euro. Una bottiglietta può variare da 2,5 fino a 6 euro. Non poco. Da campione promozionale a campione di garanzia di qualità.

Le bottigliette d'olio esistevano già, ma fino a ieri erano riservate agli «assaggi» per rivenditori. Oggi si apprestano a sostituire certi vestiti e impolverati carrelli dell'olio per diventare bandiera di qualità, asportabile. In Francia e Usa è abitudine portarsi a casa la bottiglia di vino iniziata al ristorante? In Italia, dopo cena, si metterà in borsa l'olio stappato a tavola.

Marco Gasperetti  
Maurizio Pescari