



OLIO MONACO DI TORTORETO, AZIENDA FAMILIARE PREMIATA CHE ESPORTA FINO IN LITUANIA

11 Agosto 2021 

TORTORETO – Da una stradina imbrecciata di campagna, che sembra guidare verso un territorio e un panorama da scorgere senza tempo, si fa ingresso nell'azienda olearia Monaco a Cavatassi di Tortoreto (Teramo). Casa e bottega per la famiglia di **Ruggero Monaco**, il fondatore dell'azienda biologica, trasmessa al figlio **Mauro** e gestita principalmente oggi dalla nuora **Simona Tribuiani**, di 46 anni.

Negli anni settanta il signor Monaco acquistò tre ettari di terreno e impiantò ottocento ulivi per sola passione, perché la sua attività principale era quella di medico veterinario.

Crescendo, anche Mauro ha saputo apprezzare la campagna, iniziando a studiare il mondo dell'olio. Si è formato e oggi lavora come tecnologo alimentare, ma nei ritagli di tempo si dedica all'uliveto. Nel 2010 l'azienda è passata nelle mani di Simona, divenuta imprenditrice agricola a titolo principale.

Una scelta lungamente ponderata, appena accennata quando, da giovani fidanzati, Mauro e Simona trascorrevano i loro weekend a lavorare in campagna, diversamente da quanto facevano i loro coetanei nel tempo libero.

“Ricordo che avevo il timore che la campagna mi togliesse del tempo e, invece, ho capito che la nostra vita ne è stata arricchita, perché grazie al contatto con la natura si individua il superfluo e si impara ad allenare la fiducia in sé stessi”, confida Simona Tribuiani a *Virtù Quotidiane*.

“Scegliere questo lavoro non ti permette di fare altro, impegna moltissimo e ti impone di rimanere sempre nelle vicinanze del terreno, per cui io, sebbene avessi quasi terminato i miei studi in medicina veterinaria, ho capito che la mia vita stava prendendo un'altra piega e non mi dispiaceva affatto il contatto diretto con la natura”, prosegue.

Olio Monaco inizia la sua storia aziendale su tre ettari di terreno e, lentamente, senza alcun accesso a finanziamenti e agevolazioni fiscali, arriva a coltivare sette ettari abbondanti e ad acquistare tutte le attrezzature, grazie a sacrifici e reinvestimenti economici.

Non essendo prevista la lavorazione conto terzi, il frantoio utilizzato è ad uso esclusivo per la macinazione dei quindici quintali raccolti al giorno dall'azienda. Sono 1.500 le piante di ulivo



seguite con cura e dedizione dall'impiantamento all'imbottigliamento e commercializzazione.

L'azienda Monaco riesce a lavorare distintamente cinque varietà: il tortiglione, l'ascolana tenera, il pendolino – reso da classico impollinatore sparso a caposaldo monovarietale, a seguito di un errore agronomico – il leccino, la dritta.

Vengono prodotti anche oli aromatizzati con la materia prima, come peperoncino, agrumi, rosmarino, basilico, timo, e persino caffè, abbinabile ai dolci al cucchiaino.

“Abbiamo pensato che l'olio deve accompagnarci sino alla fine del pasto; questi sono matrimoni che avvengono tra l'extra vergine e altri alimenti che rappresentano l'Italia. L'ambito degli aromatizzati consente una libertà e una creatività diverse rispetto all'impostazione tradizionale e quadrata dell'olio in genere”, afferma Simona.

La commercializzazione si sta spostando dai contenitori di latta alle bottiglie, segno dell'esigenza crescente del consumatore che preferisce gustare un prodotto più prezioso su piatti altrettanto di qualità, oppure famiglie che scelgono per l'alimentazione dei loro bambini e, infine, gli appassionati curiosi delle trasformazioni dell'olio.

Da condimento secondario, oggi si è arrivati a comprendere che è l'alimento che fa da perno per la catena alimentare e base della salute. È completo dal punto di vista nutraceutico e di sapidità ed è difficilmente paragonabile.

Nei momenti di più intenso lavoro, Simona e Mauro vengono supportati dai familiari **Carlo Tribuiani, Rosalba Misticoni, Giuseppe e Chiara Tribuiani**.

Con il tempo sono arrivati i primi importanti riconoscimenti; dunque, hanno preso parte alla guida Gambero Rosso, ricevendo le ambite tre foglioline, e alla guida di Slow Food che, nel 2018, gli ha conferito la chiocciola di Slow Oliv.

“Teniamo molto al contatto e vendita diretta con i clienti anche per valorizzare il posto in cui siamo; venti anni fa era una sfida portare gente a Cavatassi e invece ora arrivano da tutto il mondo”, dice Simona.

Ebbene, sono emersi rivenditori esteri in Germania, in Belgio e in Lituania, e da quest'ultimo paese arrivano grandi soddisfazioni perché il prodotto oleario non era conosciuto.

La produzione non ha risentito minimamente della pandemia, diversamente da quanto avvenuto sulla fase di vendita e sul rapporto a distanza con i clienti, grandi sostenitori e amici nonostante le criticità passate, verso i quali si sentono ancora più responsabili del prodotto



venduto.

Riprenderanno le degustazioni in azienda, veri e propri percorsi alla scoperta delle nozioni base; per acquistare l'olio Monaco ci si può rivolgere direttamente in azienda o richiederne la spedizione per telefono, via mail o tramite i canali social.

LE FOTO

