



Quando il frantoio diventa luogo di divulgazione e guarda ai vini pregiati. In Umbria un'azienda punta su quelli che definisce "oli estremi"

28 Gennaio 2025 

PERUGIA - L'olio in Umbria è più di un semplice prodotto della terra. È qualcosa che unisce il duro lavoro agricolo alla cultura storica locale. Un elemento che è diventato un mezzo per comunicare la propria identità anche per la famiglia Gradassi, da anni titolare dell'azienda agraria Marfuga di Campello sul Clitunno, in provincia di Perugia.

Non ci vuole molto a comprendere l'importanza dell'olio e di tutto ciò che vi ruota attorno per **Francesco Gradassi**, colui che ha fatto di questo universo la sua forma di espressione prediletta. Quando narra le vicende della sua famiglia e spiega i suoi prodotti è come se stesse parlando di un figlio.

Un amore viscerale che nel corso degli anni è passato da un contesto agricolo all'avere una valenza culturale. L'obiettivo, infatti, è quello di valorizzare un territorio dove di per sé l'olio è già al centro dell'economia regionale, puntando però su una comunicazione che riesca ad avvicinare non solo gli addetti ai lavori, ma tutti quanti nutrano un sincero interesse verso il tema.

"Siamo alla quinta generazione di olivicoltori. Negli archivi di famiglia custodiamo documenti che raccontano di quando il mio bisnonno Domenico spediva il nostro olio al nord Italia già a inizio '900", racconta a *Virtù Quotidiane* Francesco Gradassi.

Una tradizione familiare che oggi conta più di 12.000 olivi e che nel corso degli anni ha saputo adattarsi ai tempi e alle nuove esigenze dei consumatori. "Questa sede - quella di Campello sul Clitunno - ha lo scopo di rendere il frantoio un luogo di divulgazione".

Lo conferma uno spazio espositivo corredato da video che narrano la storia della famiglia con avvenimenti importanti e ospiti prestigiosi. Una prima sala d'accoglienza che è anche un luogo espositivo dove i premi vinti dall'azienda negli anni rappresentano tutte quelle conquiste che hanno confermato le scelte fatte da Gradassi.

"Prima gli oli dovevano essere dolci. Il punto di riferimento era il Nord, in particolare Milano. Sono andato controcorrente valorizzando gli oli locali", racconta il produttore. "In Umbria non abbiamo il mare, ci sono estati secche che portano a pochi trattamenti. Questo potenziale andava valorizzato".



Paragona questa porzione d'Italia alla zona dello Champagne in ambito vinicolo e, in quanto tale, ha deciso di dedicarsi alla produzione di quelli che ama definire Oli Estremi. Non ci si uniforma alla richiesta del mercato, ma ci si specializza in prodotti che sfidano la fatica dell'essere umano e vengono coltivati in terreni impervi. Per fare un altro confronto enologico, si potrebbe associarli ai vini eroici.

Per far comprendere al meglio questa filosofia che ha anteposto la qualità e la fedeltà alla propria terra: "Abbiamo creato degli spazi vendita monomarca a Cortona, Assisi e Montefalco". Un modo per avvicinarsi al consumatore e per spiegare direttamente le motivazioni di determinate scelte produttive.

Scelte che hanno portato alla selezione di cultivar come Moraiolo, Frantoio e Leccino per rimarcare il legame con il territorio umbro e al perfezionamento delle varie fasi di stoccaggio, estrazione e filtrazione naturale a cartoni. "L'olio deve essere venduto filtrato altrimenti si rischia di incorrere in fermentazioni che modificherebbero le caratteristiche organolettiche del prodotto".

Un tema molto sentito da Gradassi riguarda l'olio novello: "Il vino novello sta sparendo perché i produttori inserivano anche vino vecchio per smaltire le scorte rimaste invendute. Questo con l'olio non si può fare perché cromaticamente il prodotto diventerebbe marrone aggiungendo olio vecchio. L'olio novello, personalmente, lo consiglio fino a dicembre, successivamente il contenuto di clorofilla diminuisce e inizia progressivamente a prevalere la componente dei carotenoidi, facendo man a mano perdere la sua colorazione brillante".

La famiglia Gradassi ha sviluppato diverse attività parallele proprio per far conoscere questi aspetti ai consumatori. Visite e degustazioni che consentono anche di allargare i propri orizzonti con il suggerimento ad accostamenti ad assaggi di sushi o in bevande come estratti di frutta.

Inutile, a questo punto, spiegare perché l'azienda Marfuga sia stata inserita nella Flos Olei, l'equivalente della guida Michelin dell'olio d'oliva. Prodotti che sono la perfetta espressione del territorio e narrazioni che trasmettono tutta la passione verso questo lavoro.

Francesco Gradassi ha un sogno, ossia che le figlie **Ginevra** ed **Elettra** un giorno possano prendere in mano le redini dell'azienda tramandando il patrimonio familiare. Per il momento, Marfuga sta già cambiando il modo di vedere l'olio extravergine d'oliva in tutto il territorio e la strada verso il successo è spianata.

LE FOTO

www.virtuquotidiane.it Quando il frantoio diventa luogo di divulgazione e guarda ai vini pregiati. In Umbria un'azienda punta su quelli che definisce "oli estremi"

