



Olio di oliva nella ristorazione: un perfetto sconosciuto, secondo Nicola Di Noia

L'agronomo e direttore generale di Unaprol denuncia la scarsa cultura dell'olio extravergine tra ristoratori e consumatori, invitando il settore a valorizzare i monovarietali italiani e la formazione professionale

L'olio? Purtroppo è ancora un perfetto sconosciuto, sia tra i consumatori, sia tra i ristoratori.

Non c'è dubbio per **Nicola Di Noia**, agronomo, assaggiatore professionista di oli e olive da tavola e **Capo Panel COI**, responsabile nazionale del settore olio di oliva di Coldiretti, direttore generale di Unaprol.

Da anni impegnato a diffondere la cultura e la conoscenza dell'olio di qualità, sia in TV, dove appare spesso in qualità di uno dei massimi esperti del settore, sia attraverso i diversi percorsi formativi o di avvicinamento proposti dalla scuola internazionale [Evoos School](#) di cui è fondatore e consigliere delegato, Di Noia traccia un quadro realistico della situazione. Senza risparmiare nessuno, ma con molti consigli e un appello ai ristoratori.



Un'aula della Evooschool, di cui Di Noia è fondatore e consigliere delegato (Foto © Evooschool).

Proviamo a descrivere questo quadro. Entriamo in un ristorante...

«Al ristorante un cliente dovrebbe poter apprezzare un olio di qualità, non solo per la piacevolezza di quello che sta mangiando – visto che un olio pregiato arricchisce i piatti aggiungendo profumi e sapori – ma soprattutto perché è una ricchezza dal punto di vista nutrizionale. Quindi un ristoratore che lo utilizza in cucina o lo porta al tavolo, sicuramente mi sta offrendo un cibo migliore.»

E come si riconosce un buon olio di oliva extravergine?

«Non occorre essere assaggiatori professionisti per riconoscere l'olio di qualità: all' **olfatto** deve essere profumato, fresco, dare l'idea del vegetale, ci può ricordare l'erba tagliata, il pomodoro o il carciofo. **Al gusto deve essere almeno un po' amaro e piccante**, perché significa che contiene i polifenoli, gli antiossidanti che fanno bene alla salute. Non lo scopro certo io che, per questo, l'extravergine d'oliva è il miglior grasso in assoluto, il pilastro della dieta mediterranea. Quindi se in un ristorante si usa un olio buono, sicuramente mi sto alimentando meglio e con più gusto».

Ok, ma non sono molte queste realtà virtuose. Cosa consigliamo ai ristoratori?

«Di trattare l'olio alla stregua di altre materie prime di qualità che sono nei loro piatti, di cui peraltro si fregiano per distinguersi da altri. Però non citano, ad esempio, gli oli monovarietali, le DOP o le IGP che abbiamo nel nostro Paese e che potrebbero essere valorizzate per dare anche un senso di maggiore attenzione al territorio, all'italianità, così come si fa con tanti altri prodotti, dai pomodori, alla mozzarella, alle farine».



«Non occorre essere assaggiatori professionisti per riconoscere l'olio di qualità», afferma Di Noia (Foto © Evooschool).

Pensa, quindi, a ristoranti con la carta degli oli?

«Non voglio dire che dovremmo arrivarci subito, per ora basterebbe che nei ristoranti ci fosse – ad esempio – un extravergine di oliva di qualità portato da dal maître o dal cameriere e che lo chef quando racconta la sua cucina, aggiunga una parola sull'olio utilizzato, magari di quel territorio, un monovarietale, perché lo ha scelto proprio per quel piatto, insomma qualcosa che faccia capire che ha prestato attenzione alla selezione e all'abbinamento. Sarebbe già un grande passo avanti».

Certo sarebbe anche un modo per sensibilizzare il cliente.

«Esatto, perché il commensale si renderebbe conto della differenza che c'è rispetto a un olio di un'oliera maleodorante sul tavolo (tra l'altro vietatissima oramai dalle nostre leggi) che provoca l'ossidazione del prodotto che contiene. E qualora lo dovesse usare, inevitabilmente si accorgerebbe delle conseguenze negative sul cibo, perché ne andrebbe della gradevolezza del piatto per non parlare della qualità del nutrimento».

È per questo che è nata Evoos School?

«Sì, perché è l'unico strumento che possa portare a una maggiore consapevolezza. Evo School è stata fondata proprio per realizzare dei corsi di formazione per assaggiatori professionisti riconosciuti. Potrebbe essere un'opportunità per i ristoratori per formare i dipendenti, un modo di investire sul proprio personale e avere ragazzi, ragazze e chef capaci di poter parlare in maniera consapevole con i produttori e con i clienti. Ma non è solo questo, proponiamo anche corsi più semplici, alla portata di tutti: di consumatori evoluti che vogliono imparare a riconoscere l'olio di qualità rispetto ad un altro, di chi è interessato ad alimentarsi meglio. Tanti sportivi che vengono da noi hanno capito benissimo che per avere delle performance migliori bisogna alimentarsi bene e quindi l'olio è fondamentale, così vengono per imparare».



Una lezione di Nicola Di Noia (Foto © Evooschool).

Colmate una grossa lacuna, ma non dovrebbe essere la scuola pubblica la prima a dover formare? Penso agli Istituti alberghieri o agli agrari...

«Infatti, noi usciamo anche dalla nostra sede per andare nelle scuole perché la sfida è quella di cominciare dai ragazzi, anzi dai bambini per far capire la differenza tra un olio scarso, spesso diffuso, che ha un prezzo basso rispetto a un olio di alta qualità, ricco di antiossidanti e di polifenoli. Poi abbiamo attivato collaborazioni con la rete nazionale, sia degli istituti alberghieri sia degli agrari. Perché diciamolo: non può essere che chi esce dopo cinque anni da queste scuole non sappia nulla di olio, è inaccettabile. Quindi proponiamo loro dei moduli di formazione, non ovunque, perché non riusciamo ad arrivare dappertutto, però molti istituti ci chiamano o vengono nella nostra bellissima sede a Roma dotata di una sala panel riconosciuta con un'esposizione di oltre 150 oli. Una sorta di viaggio in tutta Italia».

Tra i vostri corsi c'è anche quello per assaggiatore di olive da tavola. Parliamo allora delle olive che vengono servite con gli aperitivi.

«Spesso confondiamo olive da tavola industriali con olive da tavola di qualità e, anche qui, c'è una grande differenza nutrizionale. Non dobbiamo mai dimenticare che l'oliva è un frutto che non riusciamo a mangiare direttamente dall'albero perché è molto amara, quindi deve essere deamarizzata. Non ci dobbiamo sorprendere che il succo di quel frutto sia amaro o che lo sia l'oliva che mangiamo, deve essere così perché l'amaro è la percezione della sostanza antiossidante».



Nicola Di Noia ospite di Geo, su Rai tre (Screenshot dalla TV).

Quindi l'oliva buona deve essere un po' amara?

«Sì, ma anche un po' dura e croccante. Le olive buone sono deamarizzate al naturale. È meglio evitare quelle troppo verdi (fosforescenti) o di un nero eccessivo, perché vuol dire che sono trattate chimicamente e colorate successivamente. Ci sono tantissime varietà che non hanno bisogno di colorazione: l'oliva di Gaeta, la Bosana sarda, la famosissima Taggiasca, la bella di Cerignola al naturale, la Carolea dalla Calabria, la Nocellara giù in Sicilia...».

E anche qui sarebbe importante il ruolo del ristoratore o del barista.

«Certo. Io conto molto sulla ristorazione italiana per dare una svolta. Non è possibile che un cliente straniero venga a Roma, o in qualsiasi altra città, e si trovi davanti a un olio rancido di dubbia provenienza. Poi ci ammazziamo per andare in America a fare esportazioni e trovare il buyer giusto. Non funziona così. La più grande internazionalizzazione che potremmo fare è proprio attraverso la ristorazione italiana e la formazione di chi ci lavora. Sono speranzoso di poter collaborare con loro. Dei segnali positivi ci sono già. Ad esempio, ci sono delle pizzerie che stanno facendo un grande lavoro di valorizzazione. Lì è un po' più facile, un giro d'olio è più semplice nell'approccio. Ci sono diversi pizzaioli che, come citano il pomodoro del Piennolo,

piuttosto che la mozzarella di un produttore, parlano anche di extravergini provenienti da olive di quel territorio. Insomma, si può fare tanto, dobbiamo capire che l'olio può diventare anche un business, per chi lo produce e per chi lo propone: se assaggio un olio in ristorante e mi piace, mi è stato presentato bene, magari chiedo quella bottiglia e me la porto a casa. Ci guadagnano la cultura, la qualità e anche il ristorante che, a quel punto, non lo vede solo come un costo, ma anche come un valore aggiunto».

Data di creazione

07/10/2025

Autore

daniela-utili