

Made in Umbria Imprese

Il prodotto dell'azienda di Campello sul Clitunno nella top 20

Viene commercializzato in 700 punti vendita in 26 Paesi

di **Sofia Coletti**

Marfuga inserita nella Flos Olei, la 'guida Michelin' dell'olio d'oliva

NASCE NEL CUORE dell'Umbria uno degli olii extravergine d'oliva Dop più apprezzati e premiati al mondo. A Campello sul Clitunno ha la sua sede l'azienda agricola Marfuga che da cinque generazioni è una realtà produttiva d'eccellenza, sinonimo di altissima qualità. Come attesta anche la consacrazione arrivata dalla guida Flos Olei 2025 che ha inserito il suo olio evo biologico Dop tra i migliori 20 al mondo. A raccontare la storia e i punti di forza dell'azienda di famiglia è il responsabile Francesco Gradassi (**nella foto in alto**).

Quando è nata l'azienda Marfuga?

«La data di cui ci avvaliamo come inizio della nostra azienda è il 1817, determinata da un'unità di misura dello Stato Pontificio che si trova all'ingresso. Siamo arrivati alla quinta generazione ma i primi, veri passi di sviluppo si sono avuti all'inizio del Novecento quando mio trisnonno vendeva olio ricavato dai nostri uliveti».

Un'altra svolta significativa?

«Sicuramente è avvenuta negli anni Settanta, quando mio padre Ettore ha inserito il frantoio all'interno dell'azienda agricola. Questo ha permesso di coprire tutta la filiera, con raccolta, trasformazione, imbottigliamento e vendita».

E poi è arrivata la sua guida...

«Il vero e proprio sviluppo si è avuto con l'ingresso mio e di mia moglie Federica che all'inizio degli anni Novanta ha creato il vero brand Marfuga con una crescita a livello italiano e internazionale. Ci siamo forniti di macchinari e innovazioni tecnologiche che hanno permesso di aggirare e fare olii molto armonici, premiati nei più importanti concorsi nazionali e mondiali».

Oggi come è strutturata l'azienda?

«Si trova nel comune di Campello sul Clitunno dove hanno sede l'azienda e il frantoio e dove abbiamo anche il 50% della proprietà. L'altro 50% è nel comune di Trevi, per un totale di 450 ettari e 16mila piante di uliveto. Questi due comuni sono altamente vocati per l'olivicultura, li considero una zona con condizioni pedo-climatiche irripetibili in qualsiasi altro ambiente a livello mondiale e questo ci permette di avere olii con caratteristiche chimico-organolettiche davvero molto valide e apprezzate».

Quali sono le caratteristiche del vostro olio?

«Ho sempre creduto nelle potenzialità del prodot-

UN PROGETTO PIÙ AMPIO

Valorizzazione del territorio e divulgazione culturale

Celebre nel mondo per la qualità del suo olio, l'azienda agricola Marfuga è una delle

migliori realtà produttive umbre. Il centro aziendale e la maggiore estensione degli ulivi è nel Comune di Campello sul Clitunno, sulla collina di Marfuga, da cui trae il nome. Le cultivar principali degli uliveti sono Moraiolo (75%), Frantoio

(15%) e Leccino (10%). Attualmente Marfuga non è solo produzione olio di eccellenza, ma è un progetto più ampio, finalizzato alla valorizzazione del territorio e alla divulgazione culturale del mondo dell'olio.



to locale e sono molto legato al territorio, per questo ho sempre cercato di mettere in evidenza le caratteristiche peculiari dei nostri oli date proprio dalle condizioni pedoclimatiche e dalle cultivar che abbiamo in Umbria. Soprattutto nella mia zona c'è il moraiolo che domina come percentuale: una cultivar particolarissima che, se lavorata a temperature basse e con i metodi che abbiamo a disposizione, permette di estrarre olii elegantissimi e armonici. A livello olfattivo si contraddistinguono con sentori di erba tagliata, di foglie di carciofo, a livello gustativo sono sempre molto vegetali, freschi, dall'eleganza vellutata».

Ci parla della parte commerciale?

«È stata il nostro punto di forza dai primi anni Novanta quando ho iniziato a incontrare i più importanti punti vendita, prima in Italia e poi nel mondo. Non esistevano i cellulari e neppure Internet, li andavo a trovare io personalmente. Oggi abbiamo oltre 700 punti vendita in gastronomie specializzate e store che vendono il nostro prodotto e forniamo 26 paesi a livello mondiale. Dal 2020 abbiamo iniziato anche un percorso di negozi monomarca, il primo a Cortona. Poi a Montefalco e altri due ad Assisi. Tutte zone ad alta vocazione turistica dove stanno avendo grande successo».

Di recente è arrivato un premio importantissimo a livello mondiale..

«Di premi ne abbiamo vinti molti e importanti. Ma io sono fortemente legato a questo della guida Flos Olei 2025 che ha inserito il nostro olio extravergine d'oliva dop tra i migliori al mondo. È la guida più accreditata e importante di tutto il mercato



IL RESPONSABILE FRANCESCO GRADASSI

«Il vero e proprio sviluppo si è avuto con l'ingresso mio e di mia moglie Federica che all'inizio degli anni Novanta ha creato il nostro brand»

mondiale perché è tradotta in cinque lingue e seleziona gli olii di 5 continenti e di più di mille aziende. Vincere il premio ed essere inserito nelle top 20 significa essere nell'olimpo dei produttori a livello mondiale, questa guida è paragonabile alla guida Michelin per la ristorazione, è il punto di riferimento per il marketing, è il Vangelo dell'olio extravergine di oliva»

Avete anche una linea di cosmetici, vero? Come è nata?

«Mia moglie Federica ha voluto fortemente inserire nell'azienda questa linea di cosmetici che ha creato come ingredienti e miscele fino a curare il packaging. È un prodotto molto particolare, ha tutti gli ingredienti formati da agricoltura biologica, a base del nostro olio extravergine di oliva biologico. Le tre linee sono capelli, corpo e viso, sono tutti cosmetici altamente professionali».

Uno sguardo al futuro. Quali sono i progetti?

«Sono due. Il primo obiettivo principale che sto già perseguendo è quello fornire l'azienda di nuovi uliveti che possano essere irrigati e meccanizzati, mantenendo sempre le cultivar autoctone del territorio. Negli ultimi anni con i cambiamenti climatici ci sono periodo molto siccitosi e caldi che non permettono alla pianta di lavorare in modo adeguato. Se vengono irrigate avremo una costante e maggiore produzione annuale».

E il secondo obiettivo?

«Siamo alla quinta generazione, ho l'obbligo di conservare, preservare e soprattutto tramandare. Ho quasi 60 anni e due bellissime figlie, Ginevra ed Elettra, che stanno facendo esperienze a livello internazionale nell'ambito del food & beverage. Per me sarebbe il massimo tramandare questa passione che è il volano di tutta l'azienda e dare quindi un seguito con la sesta generazione».