

Liquido d'Oro, *vloeibaar goud*



Na zijn eindexamen vertrok Ridder Drost als zeventienjarige naar Italië met het idee er een jaar te blijven. Het geld van zijn ouders was snel opgefeest en hij wilde niet vroegtijdig met de staart tussen de benen terug. Hij vond werk bij een olijfboer in Toscane en raakte in de ban van olijven. Zijn olijfolie wordt nu in de beste restaurants van Nederland gebruikt.

Tekst: Emil Rooijackers Foto's: Rob Kerkvliet en Liquido d'Oro

Pas in het vliegtuig naar Italië realiseerde Drost zich dat hij geen woord Italiaans sprak. De taalkennis deed hij op tijdens een hondenbaantje in een visrestaurant in Toscane. Via een agrarisch uitzendbureau kwam hij terecht bij een boer met olijfbomen, waar het verhaal van Liquido d'Oro begon.

Drost: "De sfeer van de boerderij vond ik zo bijzonder dat ik steeds meer met de boer praatte en meeding. Hij sprak met zoveel respect en passie over olijfbomen, dat raakte me. Na verloop van tijd mocht ik op de boerderij komen wonen en hij vertrouwde me steeds meer verantwoordelijkheden toe. Ik mocht olijfolieproeverijen organiseren voor toeristen. Dat heb ik professioneel aangepakt. Ik adviseerde de boer de *frantoio* (olijvenpers) open te gooien voor toeristen, om ze mee te geven hoe je olijfolie maakt. Die proeverijen zaten elke avond vol. Op een gegeven moment kwamen mijn ouders over om me te vertellen dat ik toch eens moest gaan studeren. Ik ging werktuigbouwkunde studeren. Dat ging me makkelijk af en ik had tijd over om in Nederland proeverijen te organiseren. Ik had een afspraak gemaakt met de boer. Hij zou me een pallet olijfolie leveren en zodra die verkocht was meer. Het verkopen ging goed, het bedrijf groeide uit en ik kreeg steeds meer klanten. Ik vloog constant naar Italië. Op donderdag had ik mijn laatste college van de week en dan pakte ik het vliegtuig naar Italië tot maandag."

Hoe is het merk ontstaan?

"Er was in Nederland nog geen olijfolie die er echt uitsprong. Alle flesjes leken op elkaar, met een olijfblad of -takje als logo. Mensen in de horeca wisten niet meer welke olijfolie ze geproefd hadden en lekker vonden, omdat al die flesjes op elkaar leken. Het merk moest dus afwijken van de standaard en meteen opvallen. Het idee kwam toen ik in Italië een boer bij zijn olijvenpers hoorde mompelen: "*Oro liquido, liquido d'oro.*" Hij maakte olijfolie voor eigen gebruik en zette met de hand zijn handtekening op de labels. Zijn handschrift heb ik gebruikt voor het logo.





“De boer sprak met zoveel respect en passie over olijfbomen, dat raakte me.”



Dan was er nog de fles. De meeste olijfolieflessen zijn doorzichtig. Als zo'n fles in het licht staat gaat de kwaliteit van de olie achteruit. Het licht breekt vitamine E af en de olie verliest zijn fruitigheid en grassigheid. In het Binas-boekje van school zocht ik op welke medicijnen gevoelig zijn voor licht en heb uitgezocht hoe die verpakt zijn. Zo heb ik donker glas voor de fles gekozen. Met die speciale fles kreeg het merk, naast het feit dat ik zo jong was, veel media-aandacht. Ik had nu de olie, het merk, het logo en de fles en ging me minder richten op proeverijen en meer op restaurants en delicatessenwinkels."

Hoe kwam je in contact met andere olijfoeren in Italië?

"Het contact met de olijfoeren in Italië kwam via via tot stand. Op een gegeven moment werd ik gevraagd lezingen te geven in Italië. Olijfoliebedrijven in Italië hebben de grootste moeite afzet te vinden voor hun olie en ze vonden het vreemd dat een 24-jarige jongen uit Nederland wel wist hoe je olijfolie moet vermarkten. Ik werd uitgenodigd hierover te komen praten. Door die lezingen kwamen olijfoeren op een gegeven moment ook naar mij toe in plaats van andersom. Het zijn voornamelijk kleine boeren die voor me leveren. Ze oogsten met de hand en vangen de olijven op met netten. Het zijn gepassioneerde boeren die eigenlijk meer bezig zijn met de mooiste olijfolie persen dan met de verkoop ervan."

Je olijfolie wordt in top-restaurants gebruikt. Hoe kwam je daar binnen?

"Om binnen te komen bij topchefs moest ik onwaarschijnlijk veel aandringen. Bij Joop Braakhekke in Le Garage heb ik meerdere keren gebeld, ben meerdere keren langsgeweest, heb meerdere keren gemaild. Een mevrouw van het management zei me steeds dat ze het aan hem door zou geven. Toen ik voor de zoveelste keer langsging zag ik welk nummer ze intoetste om Braakhekke te bellen. Ik ben in mijn auto gaan zitten, heb het nummer gebeld en hij nam op. Eerst wimpelde hij me af, hij wordt door zoveel mensen benaderd, maar ik mocht toch 's avonds om acht uur langskomen in het restaurant. Tot half tien zat ik aan een tafeltje te wachten terwijl ik compleet genegeerd werd. Toen had hij eindelijk tijd voor me en proefde de olijfolie. Zijn letterlijke reactie - excusez le mot: "Zó, dit is geil spul! Dit is echte olijfolie jongens." Hij liet iedereen in de keuken proeven.

Bij Herman den Blijker was het hetzelfde verhaal. Na langdurig aandringen trof ik hem toevallig en kon ik hem eindelijk de olijfolie laten proeven. Nadat hij hem geproefd had was hij meteen om. Ook

bij Ron Blaauw werd ik aan een tafeltje gezet en kon een uur zitten wachten. Maar na het proeven was hij klant."

En de gewone consument?

"Sinds twee jaar is er een webwinkel waar consumenten de olijfolie zelf kunnen bestellen en thuisbezorgd krijgen, van een enkele fles tot pakketten. Naast de restaurants richt ik me nu meer op de webwinkel en de directe consument en minder op delicatessenzaken. Ik ben ook bezig met een campagne om van de grond te krijgen dat mensen zelfstandig distributeur worden. Met een startpakket om zelf proeverijen te organiseren."

Hoe wordt goede olijfolie gemaakt?

"Het begint met een goed ras dat geschikt is voor menselijke consumptie. Dat klinkt raar, maar ik zal het zo uitleggen. De olijven worden met de hand geoogst. Dan moeten ze binnen zes tot acht uur naar de pers. Ze worden gewassen met onthard water en het blad wordt er zorgvuldig tussenuit gehaald. Dat is deels handwerk en vertraagt het productieproces, maar is heel belangrijk. Bij industriële productie neemt men die moeite niet. Blad dat achterblijft geeft een brandend bittertje aan de olie dat niet lekker is. De olijven moeten bij een temperatuur van twintig tot vijftig graden geperst worden en de zuurgraad moet op of onder de één procent liggen. Het is ook belangrijk dat de olie wordt opgeslagen bij een stabiele temperatuur. De olijven moeten door de boer worden geoogst bij perfecte rijpheid. Die bepaalt hij door dagelijks door de olijfgaard te lopen.

In de voedselindustrie plant men de oogst vooruit. Men oogst niet bij perfecte rijpheid en gebruikt de Picual-olijf. Die werd vroeger gebruikt voor lampenolie en was niet geschikt voor menselijke consumptie. Het is een olijf die niet geoogst hoeft te worden maar vanzelf uit de boom valt. De olie ervan is niet lekker, echt niet voor menselijke consumptie. Deze olie wordt industrieel gefilterd tot een smaakloze olie met een extreem lage zuurgraad. Die olie wordt dan gemengd met olijfolie met een zuurgraad van een procent voor een beetje kleur en smaak. Het resultaat mogen ze dan extravergine olijfolie noemen. Zo'n olijfolie ruikt en smaakt naar plantaardig vet. Goede olijfolie ruikt en smaakt fruitig, grassig, naar citrus en groene tomaat."

Je hebt zes smaken. Wat zijn de verschillen?

"De smaken zijn afgeleid van de regio waar de olijfolie vandaan komt. In Zuid-Italië eten ze veel



Liquido d'Oro

Arnhemsebovenweg 13
3971 MA, Driebergen-Rijsenburg
Tel. 0343-520280
info@liquidodoro.nl
www.liquidodoro.nl

vis en schelpdieren. Ze oogsten de olijven daar laat, zodat de olie mild en zoetig smaakt. Dat is lekker bij vis. In Noord-Italië oogsten ze de olijven vroeg, waardoor de olie kruidig en grassig smaakt, naar artisjok en waterkers. Die olie is lekker in salades.

Een goede olijfolie kun je in principe overal voor gebruiken. Ik geef bij elke smaak een suggestie, een richtlijn. Il Primo bijvoorbeeld is boterachtig en smaakt daarom lekker bij brood met een beetje zeezout. De kleur op de hals van de fles geeft aan voor welke gerechten de olie het meest geschikt is. Dat systeem bedacht ik met restaurantkeukens in gedachten. In restaurantkeukens zag ik dat ze snijplanken in verschillende kleuren voor verschillende ingrediënten gebruiken en die kleurcodering heb ik overgenomen op de flessen."

Heb je zelf een favoriet?

"Mijn eigen favorieten zijn Il Primo, omdat hij zo lekker boterachtig is. De Foggia omdat hij lekker grassig is. En de Basilicumolijfolie. Daarbij wordt basilicum direct met de olijven mee geperst, waardoor de etherische oliën uit de basilicum met de olijfolie vermengd zijn. Die olie is overal lekker bij."

Mail en win!

Win een proefpakket van zes soorten Liquido d'Oro olijfolie. Bent u abonnee van La Cucina Italiana? Stuur dan voor 6 april 2012 een mail met uw naam en adres naar win@cucinait.nl met als onderwerp 'Liquido d'Oro'.