

Convegno:

L'olio di oliva e il suo contesto

Firenze, 5 novembre 2013



## Introduzione

La nostra olivicoltura è straordinariamente eterogenea e non consente facili generalizzazioni. Non si può quindi parlarne in termini generali come se fosse una sola cosa. Presenta infatti una biodiversità molto ricca e un'ampissima gamma di tecniche di allevamento e colturali, adattatesi nei millenni alle esigenze dei molteplici microambienti della nostra penisola e isole, diversi per condizioni pedoclimatiche, storiche, politiche, economiche, sociali, ecc. Volendo tentare di fornire un quadro complessivo e allo stesso tempo sintetico della situazione attuale, possiamo dire che vi è una larga concordanza nel distinguere tre tipologie di olivicoltura:

- *marginale*, economicamente non sostenibile e difficilmente migliorabile, quindi più o meno abbandonata (spesso per insufficiente accessibilità alla meccanizzazione);
- *tradizionale*, impostata con antichi criteri (consociata, con alberi disetanei, disordinati, di varietà diverse, ecc.), ma ancora suscettibile di miglioramenti tecnici o di radicale sostituzione con reimpianti;
- *intensiva*, nata in Italia alla metà del '900, con impianti più fitti (anche di 500 piante/ettaro) e razionale impiego di mezzi colturali avanzati (compresa la irrigazione).

L'olivicoltura "marginale" può rappresentare una parte consistente della nostra attuale superficie olivicola ed è la più critica. L'assegnazione di contributi finanziari a queste realtà può quindi assumere un carattere assistenziale, estraneo a obiettivi di sviluppo. Il Commissario Europeo alle Politiche Regionali, Johannes Hahn, ha infatti recentemente lamentato che «con i programmi per lo sviluppo agricolo delle Regioni italiane sono stati distribuiti finanzia-

\* *Presidente dell'Accademia dei Georgofili*

menti “a pioggia”, anziché mirati a progetti innovativi delle o per le imprese». Anche la International Trade Commission degli Stati Uniti, Agenzia federale con ampi compiti di indagine, ha recentemente confermato che «i programmi di sostegno dell’Unione Europea consentono a molti piccoli produttori di utilizzare metodi tradizionali che hanno costi superiori ai prezzi globali... e uscirebbero dal mercato in assenza di un sostegno al reddito». Conosciamo da tempo questa realtà incombente, ma si continua a far finta di ignorarla.

In generale, anche i costi di produzione delle olive vanno progressivamente aumentando. I prezzi pagati ai produttori tendono a essere sempre meno remunerativi. Ne consegue che crescono le difficoltà e non soltanto nelle situazioni marginali. Non potendo fare altro, si cerca di risparmiare il più possibile nelle spese colturali, riducendo l’acquisto di concimi, carburanti, ecc., limitando l’impiego di manodopera, anche usando motoseghe per trasformare in poliennale la minuziosa e potatura del recente passato. Sotto i nostri occhi, un numero crescente di oliveti manifesta sofferenze da incuria, ben visibili dall’aspetto delle chiome e dai terreni che rimangono più a lungo incolti.

Non possiamo più considerare con criteri autoreferenziali l’intera nostra olivicoltura attuale, continuando a ripetere per definizione che è tutta bella, così come ciascun produttore non può rimanere sempre convinto che il suo olio sia il migliore. Bisogna oggettivamente prendere atto della realtà e riflettere su un futuro che sembra destinato a non consentire atteggiamenti rigidamente conservatori. Non possiamo neppure rassegnarci a disperdere risorse per mantenere assurdi *statu quo* economicamente insostenibili. Dobbiamo responsabilmente far convergere le energie disponibili su realistiche possibilità di innovazione e sviluppo della maggior parte possibile della nostra tradizionale olivicoltura, affinché rimanga o divenga capace di produrre autonomamente l’indispensabile adeguato reddito e continuare ad essere competitiva su un mercato globale in rapida evoluzione.

La coltivazione dell’olivo si sta infatti espandendo, anche in nuovi continenti, utilizzando materiale genetico e tecniche colturali innovatrici che consentono di produrre oli extravergini a costi più che dimezzati rispetto ai nostri. Mi riferisco ai nuovi oliveti *superintensivi* (con circa 2000 piante/ettaro), allevati in contropalliere analoghe a quelle oggi diffusamente adottate per la vite. Ma il numero di questi oliveti finora realizzati nel nostro Paese è incredibilmente scarso, per lo più lasciato a singole iniziative di privati.

In un razionale quadro programmatico e nell’interesse complessivo dell’intero comparto produttivo e del Paese, questa nuova olivicoltura andrebbe considerata e sperimentata con maggiore attenzione. Potrebbe infatti consen-

tirci innanzitutto di ridurre le attuali importazioni di oli d'oliva extravergine, prodotti all'estero proprio con questo nuovo sistema e da noi utilizzati per fare miscele che offrono un migliore rapporto qualità/prezzo. Allo stesso tempo, potrebbero offrire ai nostri agricoltori l'opportunità di avvalersi di nuove tecniche remunerative. A livello aziendale e territoriale, vi sarebbe anche una importante complementarità con la viticoltura, spesso spintasi come monocoltura. Tanto più che le macchine necessarie per le contropalliere degli oliveti superintensivi possono essere sostanzialmente le stesse usate per i vigneti.

Non credo sia corretto considerare pregiudizialmente questa nuova olivicoltura come pericolosa alternativa a quella attuale.

#### NON BASTA PRODURRE BUONE OLIVE

Il destino del nostro intero comparto olivicolo non è solo nelle mani degli olivicoltori, ma anche di un ampio contesto, come opportunamente indica il titolo dell'odierno Convegno. Dipende infatti anche da chi gestisce le fasi successive dei processi ai quali le olive e il loro olio sono sottoposti, cioè dalle attività delle filiere che portano al consumatore, oltre che dagli interventi della politica e delle pubbliche amministrazioni.

Negli ultimi decenni, le tecniche della frangitura, cioè dell'estrazione dell'olio dalle olive, ha realizzato molte e importanti innovazioni tecnologiche, in grado di governare sempre meglio un processo elaiotecnico capace di far emergere le migliori caratteristiche qualitative degli oli.

Segue la fase commerciale, oggi in gran parte nelle mani di grandi industrie, spesso multinazionali. Non mancano aziende olivicole che dispongono di moderni frantoi e che commercializzano direttamente il proprio olio. Spesso però non sono singolarmente in grado di svolgere un'adeguata attività pubblicitaria per documentare, comunicare e valorizzare i pregi delle proprie produzioni. Le filiere oggi includono anche la "grande distribuzione", che ha ormai assunto un ruolo fondamentale, anche nell'influire sulle scelte dei consumatori.

Bisogna riconoscere che, nel complesso, il commercio del nostro olio di oliva presenta profili peculiari. Annualmente produciamo, importiamo e contestualmente esportiamo oli in quantità notevoli, abbastanza prossime tra loro. Le statistiche dimostrerebbero che da tempo la nostra produzione non è sufficiente a soddisfare il complessivo fabbisogno nazionale e che non esportiamo soltanto olio prodotto con le nostre olive. Gli oli extravergini che importiamo da più parti vengono manipolati e miscelati, ma non sempre sap-

piano come. Poi vengono commercializzati, spesso in confezioni etichettate “Made in Italy” e offerte anche a prezzi incredibilmente bassi.

Gli oli che oggi raggiungono e superano i parametri minimi necessari per essere definiti *extraverгинi* sono ormai diventati fin troppo numerosi. Si stanno cercando valenze qualitative più elitarie, capaci di distinguere oli di oliva superiori, da qualcuno già chiamati “di eccellenza”. Ma ciò potrà avere successo solo finché esisterà una clientela disposta a pagare prezzi superiori ai costi di produzione delle qualità più alte, documentate e tutelate. Dobbiamo però essere pronti a fare anche i conti con un mercato che tende invece a valorizzare un equilibrato rapporto qualità/prezzo, capace di soddisfare le esigenze di una clientela più vasta. Alcune strategie commerciali sembrano indirizzate alla ricerca di *blend* che possano mantenere, di anno in anno, le stesse caratteristiche qualitative costanti, gradite e distinguibili da parte dei consumatori<sup>1</sup>.

A tutela di produttori e consumatori, nel tempo sono state varate diverse norme per poter controllare l'autenticità di quanto dichiarato in etichetta. Ora si cerca di ottenere una documentata tracciabilità lungo tutto il percorso della filiera, dal campo al consumatore. Ma vengono posti ostacoli che riescono a fermare insistenti proposte legislative a questo riguardo. Purtroppo, non siamo ancora in grado di garantire una piena tutela dalle tante frodi possibili e di impedire commerci sleali. In questo ambito, si sviluppa una complessa gara tecnico scientifica, sempre più avanzata, tra gli Organi ufficiali di controllo e gli autori di sofisticazioni e frodi sempre più raffinate. È assolutamente necessaria l'adozione di provvedimenti adeguati e prioritari.

Lo scrittore statunitense Tom Mueller, ha pubblicato in inglese un libro<sup>2</sup> (da pochi giorni edito anche in italiano<sup>3</sup>) interamente dedicato alla “*extra-verginità*” dell'olio di oliva. Parla di questo «sublime e scandaloso mondo» ed evidenzia come troppo spesso vengano offerti oli «che non rispondono ai requisiti dichiarati, a volte persino rancidi e neppure di oliva». L'autore, riportando ciò che ha visto in diversi continenti, invoca una globale difesa «di un prodotto eccellente che si specchia in un passato sacro e può avere anche un affascinante futuro, ma che invece viene aggredito e profanato da troppi speculatori, bene organizzati e mai sufficientemente combattuti».

<sup>1</sup> Costanza resa difficile anche per gli oli monovarietali e persino usando olive raccolte sempre da un medesimo albero. Sappiamo, che da un anno all'altro, possono essere estratti oli non identici, a seconda della carica produttiva della pianta, dell'epoca di raccolta rispetto a quella di maturazione dei frutti, del tempo che intercorre tra raccolta e spremitura, delle tecnologie di estrazione, ecc.

<sup>2</sup> *Extra Virginity*, New York, London, W.W. Norton & Company, 2012.

<sup>3</sup> Edizione italiana della EDT - Torino.

Anche secondo la International Trade Commission (USA), l'ampia gamma di oli di oliva extravergine che vengono commerciati a livello internazionale non hanno sufficienti controlli di conformità e lasciano spazio a prodotti adulterati o etichettati in modo fuorviante.

Il Commissario Europeo all'Agricoltura Ciolos ha recentemente manifestato l'intenzione di definire un apposito piano strategico per il comparto olivicolo, riconoscendone le difficoltà. Ci auguriamo che questi intenti si realizzino. Nell'attesa, non possiamo però rinunciare a chiedere un piano strategico nazionale e relativi provvedimenti urgenti per il settore olivicolo-oleario, partendo anche da iniziative regionali, con la forza e l'impegno necessari per superare le miopi incomprensioni contingenti e la inevitabile impopolarità iniziale di ogni cambiamento, anche se indispensabile per evitare il peggio.