



Alle Radici della Qualità: le cultivar autoctone

L'olio extravergine di oliva - quando è di qualità eccellente - è un prodotto davvero unico perché porta dentro di sé l'odore, il sapore, la stessa natura di dove è nato. Per questo sono fermamente convinto della necessità, oltre che dell'opportunità, di promuovere e sviluppare un'olivicultura basata sulla coltivazione e trasformazione di varietà di olive autoctone, al fine di ottenere oli extravergine con caratteristiche aromatiche specifiche e tipiche del territorio di provenienza. Puntare sulle varietà autoctone significa cioè riconoscere e valorizzare le caratteristiche proprie di un territorio facendolo esprimere nel migliore dei modi, attraverso prodotti che si differenziano a livello aromatico.

Da oltre dieci anni scrivo una Guida sui migliori oli di qualità accertata e ancora da più tempo, come giornalista del settore agro-alimentare, mi occupo con grande passione del tema olivicolo, cercando di dare voce a un comparto che risulta ancora troppo spesso abbandonato o relegato ai margini della produzione agricola. Il mio obiettivo è stato, fin dall'inizio, evidenziare le grandi potenzialità dell'olivo e dell'olio che non sono soltanto una pianta e un prodotto da vendere: entrambi infatti fanno parte in maniera indissolubile della vita di intere popolazioni da migliaia di anni, intrecciandosi con la loro storia e la loro cultura, condizionandone l'economia e la società, caratterizzandone il paesaggio e l'alimentazione. Oggi la Guida è internazionale, perché la qualità non ha frontiere: ho ritenuto cioè non solo corretto ma indispensabile per tutti - produttori, esperti e consumatori - dare spazio e visibilità alle produzioni di eccellenza di tutto il mondo, perché potessero emergere e distinguersi con le loro caratterizzazioni e specificità, contrapponendosi a un prodotto industriale pressoché neutro - quando non chiaramente difettato - che è quello che si ritrova per lo più negli scaffali della grande distribuzione.

(Ora qui con voi ho scelto di focalizzare l'attenzione sulle potenzialità di un'olivicultura fondata sulle varietà autoctone perché questo tema specifico mi sembra collocarsi in modo appropriato all'interno di una riflessione più ampia sul panorama olivicolo internazionale il quale vive attualmente una fase estremamente delicata). Il fenomeno della globalizzazione sta determinando infatti un orientamento sempre più deciso all'apertura dei mercati che per l'olio da olive significa la progressiva riduzione degli aiuti comunitari ai produttori e la realizzazione di una zona di libero

scambio nel Mediterraneo, dove si produce il 95% e si consuma l'85% dell'olio di oliva mondiale. Ne conseguirà, inevitabilmente, un aumento della concorrenza e una rivoluzione nelle tecniche di produzione, distribuzione e vendita del prodotto. Alcune tendenze sono già in atto e chiaramente visibili. Da una parte si assiste alla presenza sempre più massiccia sul mercato internazionale di un prodotto che si identifica soltanto con il marchio di una catena di grande distribuzione e che è appiattito in una qualità media. Parallelamente si sta intensificando, e anche qui a livello mondiale, un'offerta sempre più specializzata che si distingue con prodotti che esaltano la grande ricchezza e varietà organolettica, di sapore, di tradizione di un prodotto millenario come l'olio da olive. Le frontiere della qualità si stanno notevolmente e stabilmente ampliando: una filiera di eccellenza ha ormai molti meno segreti rispetto al passato. Ed è proprio su questo terreno che si misura, a livello nazionale e internazionale, la vera sfida che interessa i tanti produttori e imprenditori con le loro realtà aziendali. E sempre qui si gioca peraltro lo stesso futuro del comparto olivicolo mondiale, sottoposto alla pressione degli altri oli vegetali, il cui costo è 6-7 volte inferiore a quello dell'olio da olive. Allo stato attuale dunque il settore deve difendere la propria unicità, conservando tradizione e qualità ma anche stare al passo con la velocità delle trasformazioni in atto che richiedono apertura mentale, conoscenza del mercato nazionale ed estero e capacità di innovazione: il successo commerciale - e in molti casi la stessa sopravvivenza sul mercato - deve basarsi su questo binomio indissolubile e vincente. Gli extravergine di qualità, con le caratteristiche specifiche del territorio di provenienza, sono la punta di diamante di una strategia promozionale finalizzata a confermare l'unicità di un prodotto come l'olio, specialmente nei paesi tradizionalmente produttori e consumatori. Ma attenzione a non adagiarsi sul passato: nell'epoca della globalizzazione non c'è spazio per posizioni di rendita. La prima strategia deve essere allora lavorare su una comunicazione trasparente, onesta ed efficace. Con un principio-guida: che l'immissione sul mercato di prodotti di qualità ha un effetto benefico su tutto il settore, perché innesca una dinamica sana e costruttiva tra gli imprenditori della filiera olivicola di tutti i paesi produttori e rappresenta l'unico serio baluardo contro l'omologazione delle Multinazionali.

Marco Oreggia

Giornalista e critico enogastronomico, è consulente di importanti testate del settore agroalimentare. Perito agrario, ha maturato la sua esperienza tecnica nel mondo della degustazione prima attraverso anni di ristorazione di qualità, come proprietario del ristorante Girone VI a Roma, in seguito con una serie di qualifiche professionali. È assaggiatore di olio vergine ed extravergine di oliva, operatore specializzato in enologia, assaggiatore di vino, sommelier e assaggiatore di grappa. È iscritto all'Elenco Nazionale dei Tecnici Degustatori di vino presso la C.C.I.A.A. di Frosinone e Roma e all'Elenco Nazionale dei Tecnici ed Esperti di Oli Vergine ed Extravergine di Oliva presso la C.C.I.A.A. di Roma. È curatore, nonché editore, della pubblicazione FLOS OLEI - guida al mondo dell'extravergine. È stato autore di vari libri e guide nel settore elaiotecnico e ha organizzato convegni, laboratori, banchi di assaggio e manifestazioni sul mondo enogastronomico in Italia e all'estero.