

Il grande momento della qualità e diversità dell'olio di oliva

C'è, nel mondo, un crescente interesse per l'olio extravergine di oliva a dimostrare le grandi potenzialità che ha l'olivicoltura di espandersi ancor di più, e, con il suo olio, dare una risposta adeguata e attenta all'aumento della domanda.

La ragione è tutta nella scoperta delle virtù e benefici che l'olio mette a disposizione del consumatore e della sua salute, in particolare nei Paesi non legati alla millenaria tradizione della coltivazione degli olivi, come sono quelli del Mediterraneo, il nostro in particolare. Un tempo primo Paese produttore e esportatore, oggi secondo solo alla Spagna, ma con due primati strategici nelle mani: l'immagine della qualità che ci vede sul podio più alto degli oli extravergini esportati e il più ricco patrimonio di biodiversità olivicola, il grande valore aggiunto che, già domani, farà sempre più la differenza sul mercato globale. Una peculiarità davvero straordinaria se abbiamo l'intelligenza e la forza di salvaguardare la nostra olivicoltura e sconfiggere la moda degli impianti superintensivi, circoscritti a tre sole varietà spagnola e una della Grecia. Oggi c'è bisogno di tutto il nostro ricco patrimonio di biodiversità olivicola, e, quindi, di dare ampio spazio alle nostre varietà per intensificare i nostri oliveti e per ampliare, con oliveti intensivi, la superficie olivetata del nostro Paese.

Si tratta di programmare la nostra olivicoltura avendo come obiettivo due traguardi da tagliare nei prossimi anni: il raddoppio della produzione e il rafforzamento della biodiversità, sapendo che il consumatore, specialmente il nuovo, appena scoprirà che non esiste l'olio ma ci sono gli oli e tanti, ricercherà sempre più, con la qualità, la diversità.

In questo senso serve il grande lavoro che stanno portando avanti i ricercatori in ogni parte del mondo, e, serve ancor più incentivare la diffusione dei risultati con attente azioni d'informazione del consumatore e di formazione di esperti conoscitori dell'olio extravergine di oliva, in grado di trasmettere la grande cultura che questo prezioso grasso vegetale esprime da millenni.

Pensiamo solo agli ultimi studi e i risultati che parlano dei benefici dell'olio extravergine di oliva riguardo ai problemi cardiovascolari, il cancro, i malanni cerebrovascolari, l'Alzheimer, le malattie croniche e neurologiche.

Pensiamo anche alla grande e crescente attenzione del consumatore riguardante l'alimentazione, il cibo, il bisogno di salute e di benessere.

Un consumatore, se riflettiamo bene, che sa degli effetti benefici per la salute dell'olio, ma non sa niente dell'olio, e, cioè, quali sono i suoi caratteri organolettici; i componenti più importanti al fine delle sue funzioni nutraceutiche; cos'è un olio Dop o Igp; qual è il valore aggiunto di un olio estratto da olive biologiche. Non riesce a capire perché un olio di oliva, per essere considerato tale, deve avere la qualificazione aggiuntiva di extravergine, visto che è diverso dal vergine e altra cosa da quello



considerato “raffinato” o, addirittura, “olio di oliva”. Una indicazione, quest’ultima, che sta a significare la qualità peggiore all’interno di una classificazione creata apposta per confondere le scelte del consumatore. Una grande confusione, frutto dei diversi interessi, non certo di quelli dei protagonisti primi della sua produzione, gli olivicoltori.

Una confusione che resterà tale e limiterà molto il consumo dell’olio di oliva vero, quello di migliore qualità.

Nonostante questa confusione e altri ostacoli, che possono solo rallentare la corsa verso il successo dell’olio di oliva, la nuova strada tracciata è la più giusta, ricca com’è di importanti traguardi da tagliare. La strada che riprende l’esperienza fatta dal vino italiano negli ultimi trent’anni, con possibilità per l’olio di oliva di esprimere tutte le sue enormi potenzialità, in considerazione dell’allargamento ulteriore del mercato con milioni, se non miliardi, di nuovi consumatori.

Il problema è come dare, nell’arco breve di tempo, alla domanda crescente che arriverà dal mercato, una risposta - come prima scrivevo - la più adeguata possibile, sia in fatto di quantità che di qualità. Come recuperare tutti i limiti di un vuoto di programmazione, abbandono dell’agricoltura e delle aree interne con l’olivicoltura vittima sacrificale di un’impostazione propria di un’agricoltura industrializzata. Un’agricoltura che soffoca e avvelena i nostri territori, nella gran parte collinari e montani, quelli che ci danno il primato delle indicazioni geografiche, le dop e le igp.

A sostegno di questo mio ragionamento l’esempio di un mercato, quello degli Stati Uniti, il grande Paese che, da qualche anno, in California, sta diffondendo l’olivicoltura, così come ha fatto alcuni decenni fa con la viticoltura; ha visto crescere il consumo di olio di oliva vergine e extravergine (1 litro a testa nell’anno 2017); ha aperto alla cultura dell’olivo e del’olio con una serie disparate d’iniziative, in particolare quelle tese a formare esperti degustatori, e a promuovere l’olio. Un mercato che, come molti altri, inizia ora un percorso, ma che, se avanti così, può portare molto lontano.

Pasquale Di Lena - ideatore e promotore delle Città dell’Olio - Presidente onorario

FONTE: TEATRO NATURALE