

il giornale di olivicoltura più diffuso in Italia

Tommaso Loiodice, consigliere Foori: "Un'opportunità che va colta al volo"

## Un'olivicoltura più competitiva con la sostenibilità certificata

Tra i progetti finanziabili per migliorare l'impatto ambientale, per la prima volta è stata inserita l'adozione al disciplinare del Sistema di Qualità Nazionale per la produzione integrata



di FRANCESCO CHERUBINI

Ad una lettura frettolosa potrebbe apparire solo una piccola modifica quella inserita nel recente decreto di febbraio sui nuovi programmi di sostegno al settore olivicolo-oleario nazionale (da realizzare tra il prossimo 1° aprile e fino al 31 dicembre 2022) che distribuiranno alle organizzazioni dei produttori e alle loro associazioni nazionali 34,5 milioni di euro quest'anno e altrettanti il prossimo.

In realtà, la modifica a cui facciamo riferimento - vale a dire quella che prevede, tra le misure finanziabili per il miglioramento dell'impatto ambientale, l'adozione del disciplinare previsto dal Sistema di Qualità Nazionale per la Produzione Integrata (SNQPI) - di fatto introduce per la prima volta in maniera ufficiale il concetto di "sostenibilità certificata" nell'olivicoltura. Un messaggio chiaro che il Ministero delle Politiche Agricole ha voluto trasmettere, in questi 21 mesi di regime transitorio che ci accompagneranno alla nuova Pac la cui politica sarà fortemente ispirata al "green".

Tommaso Loiodice, consigliere Foori e presidente di Unapol, tra le principali associazioni di OP, non ha dubbi: "Si tratta di un passo importante. Fino allo scorso anno il Mipaaf sosteneva le buone pratiche agricole con disciplinari a livello locale. Ora, invece, il contributo è rivolto a quelle azioni che hanno come obiettivo uno schema di certificazione riconosciuto a livello comunitario. È uno stimolo agli olivicoltori affinché la produzione integrata rispetti le norme tecniche previste sia per quanto riguarda la difesa delle avversità, sia per tutte le altre pratiche agronomiche come la fertilizzazione e l'irrigazione. Con la nuova Pac dal 2023, dove si spera che prenda definitivamente campo una OCM Olio ed un Piano Strategico che valorizzi al meglio il prodotto nazionale ampliando il mercato interno ed estero, l'impronta verde della sostenibilità sarà



Tommaso Loiodice

sempre più centrale e per l'olivicoltura italiana questa potrebbe rappresentare una importante opportunità se colta in maniera corretta".

Ad oggi, a fronte di un milione e 150 mila ettari di oliveti presenti in Italia, appena 30 mila sono quelli certificati SNQPI. Un numero che potrebbe crescere in maniera significativa se questo nuovo approccio ambientale facesse breccia anche in OP non esageratamente grandi.

Loiodice va al punto: "Premesso che i programmi inseriti in questo decreto sono un ottimo strumento per cercare di rafforzare la filiera dell'olio di oliva, lo sforzo che dovremmo compiere è quello di fare della sostenibilità certi-

ficata un nuovo valore aggiunto per il nostro prodotto. Le varie misure previste interessano tutto il ciclo produttivo, e dunque, oltre alla tematica ambientale, gli aspetti agronomici, il miglioramento delle tecniche colturali e della qualità della produzione, coinvolgendo anche la fase della trasformazione prima e dello stoccaggio poi. Il tutto per arrivare ad una piena tracciabilità che, arricchita con le informazioni di ogni anello della catena, permette di definire un giusto prezzo. Ebbene, in epoca di grande attenzione all'ambiente, di ricerca dell'equilibrio tra il consumo di risorse e la loro rigenerazione, vi è consapevolezza che il consumatore moderno sia disposto ad accettare di pagare qualcosa in più se oltre ai profumi e ai sapori di un olio extravergine e ai benefici salutistici e nutraceutici, apprezza, di quel contenuto della bottiglia, anche la sostenibilità che c'è dietro".

Una sostenibilità, aggiungiamo noi, oggi declinata solo in chiave ambientale, ma che apre inevitabilmente la strada agli altri due "pilastri" che rendono compatibile un nuovo modello di crescita e sviluppo: la sostenibilità sociale per garantire che i processi produttivi rispettino i principi etici verso tutti gli attori della filiera e la sostenibilità economica per dare piena efficienza e reddito alle imprese.

(Altri servizi a cura del Foori a pag. 6)



## SOMMARIO

2

• La manutenzione degli impianti oleari

3

• Produzione stabile

4

• Monovarietale, l'identità oltre la qualità

5

• Un'olivicoltura sempre più a tinte rosa

6

• Approfondimenti del Foori

7

• Sicilia, il rinascimento dell'olivicoltura

8

• Il Separatore Marte

9

• L'intruso, la rubrica di Alberto Grimelli

10

• Xylella, cambio di passo

11

• Regione che vai...



FILIERA OLIVICOLA  
OLEARIA ITALIANA

Organizzazione interprofessionale dell'olio d'oliva e delle olive da tavola promossa dall'intero tavolo di filiera. Ne fanno infatti parte Assitol per l'industria olearia, Italia Olivicola ed Unapol per le associazioni di organizzazioni di produttori, Aifo e Assofrantoi per il settore della trasformazione.

Via Piave, 8 - Roma  
www.fooi.it  
direttore@fooi.it  
tel. 335 6490857

# La manutenzione degli impianti oleari? Chiedi del Garaging Pieralisi

**Il Service Pieralisi è impegnato a condividere con il frantoiano lo studio del proprio impianto per definire anticipatamente la fornitura dei materiali di usura/guasto, limitando gli interventi durante la campagna solo all'eventuale materiale di rottura**

Il gruppo Pieralisi mette in atto soluzioni manutentive personalizzate per cliente, perché ogni frantoio ha le proprie specifiche esigenze e deve avere l'impianto perfettamente funzionante in termini di produttività, resa estrattiva, qualità e sicurezza.

In collaborazione con il responsabile del frantoio, gli specialisti Pieralisi identificano il materiale di normale usura o di possibile guasto per obsolescenza (con particolare attenzione ai dispositivi elettronici) per poi procedere, in questo periodo di fermo, alla messa a punto dell'impianto. Il vantaggio? Assicurare una campagna olearia i cui interventi si limitino alla sola eventuale fornitura di materiale di rottura.

Questa operazione **Garaging**, grazie

all'utilizzo esclusivo di Ricambi Originali Pieralisi, permette di usufruire di sconti e condizioni vantaggiose. Si programma la data di avviamento dell'impianto per la nuova campagna olearia con 30 giorni di anticipo e si riceve con priorità l'assistenza tecnica per eventuali guasti.

Ma come funziona? Durante la prima fase, un tecnico specializzato Pieralisi insieme al frantoiano effettua il controllo completo di tutte le macchine della linea di produzione, dall'elevatore olive al separatore, stilando un dettagliato preventivo dei lavori e applicando lo sconto del 20% non solo sui ricambi originali, ma anche su ore di lavoro, viaggio ed eventuali attività di revisione in officina.

Nella seconda fase, il tecnico eseguirà



i lavori di manutenzione straordinaria, come da preventivo, e in prossimità della campagna olearia effettuerà il collaudo a vuoto dell'impianto. Il Ga-

raging è applicabile per attività manutentive che includono separatori, centrifughe, gramole, frangitori e lavatrici, ma non su singole macchine.

Il dispositivo di Telecontrollo Pieralisi (TCP) consente un monitoraggio 24 ore su 24 di alcuni parametri funzionali delle macchine principali dell'impianto oleario: assorbimenti motori, livello vibrazionale, temperatura cuscinetti, rumorosità. Prevenendo guasti improvvisi ed ottimizzando i costi di manutenzione, il TCP soddisfa anche i requisiti dell'ammortamento Industria 4.0 consentendo di beneficiare del credito d'imposta per gli acquisti di beni strumentali.

Destinato a diffondersi un po' in tutti gli impianti oleari, indipendentemente dalle loro dimensioni, il servizio di Telecontrollo Pieralisi (TCP) assicura che la funzionalità meccanica ed elettrica del decanter centrifugo venga monitorata 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Per accedere al portale TCP è sufficiente un qualsiasi dispositivo (laptop, tablet, smartphone) connesso a Internet e dotato di browser. Ogni utente (cliente, service o altro) ha a disposizione un account con username e password dedicati.

Attraverso il portale TCP, il cliente può verificare ovunque, ed in qualsiasi mo-

## Il futuro è il Telecontrollo



mento, il corretto funzionamento dell'estrattore centrifugo, ricevere in tempo reale le notifiche di manutenzione e di eventuali allarmi, ottimizzare le sostituzioni preventive dei componenti, archiviare i dati di funzionamento e di confi-

gurazione del decanter centrifugo. Inoltre, il sistema consente di elaborare grafici e statistiche con i valori rilevati ed è possibile estrapolare i dati dal sistema in formato tabulare per poterli analizzare localmente.

aumenta la durata di vita del decanter, ottimizza i costi di manutenzione, diminuisce i fermi macchina e beneficia dell'ammortamento Industria 4.0. Un'opportunità su cui vale la pena riflettere.

Grazie a questa infrastruttura informatica, il Service Pieralisi può effettuare diagnosi preventive in remoto, fornire assistenza telefonica in maniera rapida ed efficace, oltre che proporre ottimizzazioni di processo, senza la necessità di intervento su campo. Insomma, il TCP

### ► 1 Impianto con Telecontrollo



Il sistema Telecontrollo Pieralisi monitora le variabili del PLC e le trasmette in tempo reale, con elevati standard di sicurezza ed affidabilità, al Cloud Pieralisi che memorizza a sua volta tutti i dati acquisiti.

### ► 2 Service Pieralisi



Il service Pieralisi analizza i dati trasmessi in tempo reale e quelli archiviati. Può interagire con il sistema da remoto per fornire assistenza, diagnosticare anomalie e proporre la manutenzione e le ottimizzazioni più idonee.

### ► 3 Servizi al cliente



Il cliente, tramite account dedicato, può accedere al cloud per visualizzare in tempo reale i valori dell'impianto, utilizzando un qualsiasi dispositivo connesso ad internet (PC, laptop, tablet, smartphone). Riceve inoltre le notifiche di allarme e manutenzione tramite sms, e-mail e Telegram.

Per info e attivazione

telecontrol@pieralisi.com +39 0731 231486

# Produzione stabile, scorte in calo

**Il Coi stima in 3,2 milioni di tonnellate di olio la campagna 2020/21. Crescono anche i consumi**

Le stime del Coi - Consiglio Oleicolo Internazionale - attestano la produzione mondiale della campagna 2020/21 a 3,2 milioni di tonnellate, sostanzialmente in linea con la campagna precedente. Stabilità produttiva che risulta da una somma algebrica tra le differenti situazioni dei diversi produttori.

Per il principale player mondiale, la Spagna, si prevede un'annata buona, ma non all'altezza delle aspettative di qualche mese fa a causa della mancanza di piogge. Le ultime stime provenienti da Madrid e diffusi dalla Ue attestano la produzione a circa 1,6 milioni di tonnellate, il 42% in più sullo scarso 2019.

Per la Grecia, invece, la produzione della campagna in corso, stimata a 265 mila tonnellate è di poco inferiore a quella dello scorso anno (-4%), mentre per il Portogallo la flessione è più sensibile (-29%). Situazione analoga per l'Italia dove l'annata di scarica fa stimare la riduzione intorno al 30%, con 255 mila tonnellate. Fuori dai confini comunitari è la Tunisia che, con appena 120 mila tonnellate previste, dimezza i volumi dell'anno precedente, mentre la Turchia sembrerebbe attestarsi sui livelli della campagna



scorsa. Stando a queste prime stime, quindi, la Ue dovrebbe produrre poco più di 2,2 milioni di tonnellate, il 16% in più sullo scorso anno, mentre l'extra Ue, con meno di un milione di tonnellate, dovrebbe diminuire i volumi del 25%.

Un dato che, invece, è decisamente in controtendenza è quello delle scorte all'interno della Ue che si stimano in circa 610 mila tonnellate, ben il 22% in

meno rispetto al 2019. Tale riduzione orienta chiaramente l'andamento delle scorte internazionali che si stimano poco al di sopra delle 800 mila tonnellate (-10%). Questo potrebbe essere un elemento favorevole per il mercato che ha aperto la campagna commerciale con magazzini sicuramente più alleggeriti.

Il 2020 per il settore dell'olio di oliva italiano ha segnato un incremento

della domanda sia interna che estera. Il lockdown ha aumentato le preparazioni dei pasti all'interno delle mura domestiche e questo ha determinato una forte crescita delle vendite dei format della GDO che si traduce in un +7% del volume. È l'olio extravergine, l'87% dell'intero settore, ad aver segnato la performance migliore. In decisa progressione, comunque, anche le vendite degli oli di semi.

Il dato finale dell'anno si compone, per la verità, di un primo semestre con crescite a due cifre dovute al lockdown totale che si è avuto nel Paese, mentre con l'allentamento delle misure anti-Covid anche gli acquisti presso la GDO hanno cominciato, comunque, a rallentare.

A mostrare incrementi importanti non sono solo gli acquisti presso la GDO ma anche la domanda estera. I primi 10 mesi del 2020, infatti, hanno segnato anche un importante incremento delle esportazioni, che in volume sono schizzate al 21% mettendo a segno +4% in valore. L'import, nel frattempo è cresciuto del +6% in volume a fronte di una flessione del valore dovuta, appunto, alla riduzione generalizzata dei prezzi internazionali.

**TIN4YOU**<sup>®</sup>  
Scatole personalizzabili  
[www.tin4you.com](http://www.tin4you.com)



## Nasce l'e-commerce che permette di personalizzare le lattine fin da bassissimi quantitativi

Gruppo ASA, da 60 anni leader nella produzione di imballaggi metallici per il settore alimentare, in particolare oleario, continua a sorprendere il mercato con una entusiasmante novità. È nato infatti Tin4you, un sito e-commerce che consente la personalizzazione delle lattine, tramite litografia digitale, con un ordine minimo di un bancale.

Tin4you intende rispondere alle richieste di quella parte del mercato che non necessita di grandi quantitativi, ma che ambisce ad un prodotto di qualità ed eleganza. Tin4you è stato realizzato in modo semplice, tale che il cliente possa operare in completa autonomia dalla realizzazione grafica alla consegna.

È possibile caricare il proprio pdf oppure scegliere tra diversi template preesistenti e in automatico verrà creata un'anteprima in 3D della lattina scelta per permettere all'utente di verificare il risultato, dopodiché si procede con la conferma dell'ordine ed il pagamento tramite carta di credito o paypal. Al momento è possibile scegliere tra tre tipi di formati, il 5 litri e il 3 litri rettangolari e la bottiglia "Colombo" da 500ml. Entrambe le lattine rettangolari sono inoltre fornite di tecnologia "EOLO", che grazie ad un secondo foro con tappo, permette un versamento facilitato e senza "gorgoglio".

**Sconto del 30%  
sul primo ordine**

**Servizio  
di assistenza  
telefonico**

# Monovarietale, l'identità oltre la qualità

La Rassegna ha contribuito a promuovere la valorizzazione del patrimonio olivicolo autoctono e il mercato risponde positivamente. Barbara Alfei, agronomo e capo panel, ci spiega l'unicità di questi oli

di FRANCESCO CHERUBINI

Nel mondo dell'olivicultura vi sono personalità che acquisiscono un prestigio al di là della specifica attività professionale che svolgono. Barbara Alfei è certamente una di queste. Agronomo e capo panel all'Assam Marche, autrice di numerose pubblicazioni, lega indissolubilmente il suo nome alla valorizzazione degli oli monovarietali italiani, di cui ha creato una Rassegna Nazionale quando ancora nessuno poteva immaginare cosa avrebbe potuto rappresentare il recupero del patrimonio olivicolo autoctono. E quest'anno, che la Rassegna ha raggiunto la maggiore età con la sua diciottesima edizione, non può che compiacersi guardandosi indietro. **Dottoressa Alfei, come è nata l'idea di puntare sul monovarietale?**

“Non è stata una casualità, vi era un progetto dietro. Con il cappello istituzionale dell'Agenzia Servizi Settore Agroalimentare Marche, ma anche la competenza e la passione di un comitato scientifico di alto livello con Giorgio Pannelli e Antonio Ricci. Insieme abbiamo voluto proporre un nuovo modello”.

**Un nuovo modello per cosa?**

“Un modello di coltivazione valido e proponibile in ogni parte d'Italia sia per l'olivicultura già esistente, sia per i nuovi impianti, che attraverso la valorizzazione di varietà autoctone, biodiversità, compatibilità, vaso policonico fosse finalizzato alla sostenibilità ambientale ed economica. Il risultato sarà quindi un olio con identità chiara e ripetibile, basata sul binomio indissolubile di varietà e ambiente di coltivazione, fino ad arrivare al *terroir*. Insomma, un modello di olivicultura con proposte realistiche, realizzabili e durature”.

**Il famoso *terroir* già noto nel mondo del vino?**

“Esattamente. Il *terroir* va al di là della banale traduzione della parola territorio, ma racchiude un concetto, molto più ampio: una combinazione, consolidatasi nel tempo, di tanti fattori che contribuiscono alla tipicità di un prodotto e lo rendono immediatamente riconoscibile. Non solo fattori fisici e chimici, ma anche antropici e storici. In olivo varietà, territorio e clima rendono l'olio monovarietale di qualità unico al mondo, impossibile da riprodurre in altre zone del pianeta, con una identità chimica e sensoriale chiara e ripetibile, caratteristiche organolettiche distintive molto precise, facilmente riconoscibili non solo da assaggiatori esperti e addestrati, ma anche da consumatori attenti e sensibili, il tutto arricchito di un contesto paesaggistico, storico, culturale e dal fattore umano rappresentato da conoscenza, professionalità e tradizione”.

**Come è stata la risposta dei**

**produttori?**

“All'inizio qualcuno temeva che gli oli monovarietali potessero rubare spazio alle DOP. Poi, con il tempo, hanno capito che il progetto si basava su grandi professionalità, su sano entusiasmo, assenza di interessi, con il supporto istituzionale di Assam e Regione Marche, con le competenze statistiche di Massimiliano Magli del CNR di Bologna a dare concretezza e valore ad una mole di dati che ogni anno venivano raccolti. Insomma, si è presa consapevolezza che quello che usciva dalla Rassegna Nazionale degli oli monovarietali, attraverso un Panel professionale riconosciuto dal Ministero e attivo dal 1998 e un laboratorio chimico accreditato, offriva dati certi, oggettivi e un elevato livello di competenze”.

**Il risultato?**

“Il risultato è che oggi il monovarietale è considerato una grande opportunità per il mercato. La nostra banca dati, unica al mondo e fruibile gratuitamente, conserva i profili di ben 183 varietà italiane. Alla Rassegna, come noto, sono ammessi solo quegli oli che superano un livello qualitativo minimo. Per ciascuno di essi vengono individuate le caratteristiche peculiari e le potenzialità che potranno essere espresse grazie a tutti gli accorgimenti in fase agronomica e tecnologica, perché anche il lavoro dell'uomo e l'uso di macchinari sempre più innovativi influisce sul prodotto finale”.

**Tante varietà, tutte proprio così diverse?**

“Tutte con la loro precisa identità. Poi, per completezza, va detto che

è stato intrapreso un lavoro mirato a classificare gli oli monovarietali in sei tipologie sensoriali, attraverso particolari analisi statistiche che prendono in esame le intensità di fruttato, amaro e piccante, e soprattutto i sentori varietali. Questo con l'obiettivo di semplificare il variegato mondo dei profumi e dei sapori degli oli italiani e fornire informazioni fruibili non solo all'assaggiatore esperto, ma anche al semplice consumatore che si avvicina al prodotto olio con curiosità, e soprattutto ai professionisti della ristorazione che ricercano una determinata tipologia di olio su un piatto specifico”.

**Sotto il profilo dei volumi, come sta andando la produzione dei monovarietali?**

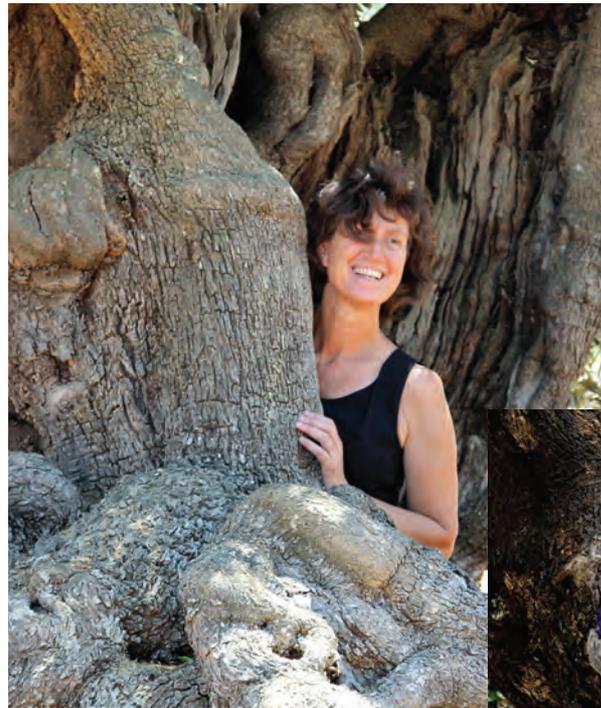
“In costante crescita. Sia per la quantità - basta dire che alla Rassegna di quest'anno, malgrado la crisi legata alla pandemia, sono giunti quasi 300 oli, rappresentativi di 18 regioni e oltre 100 varietà, di cui alcune mai state presenti - sia soprattutto per la qualità, con un incremento, ad esempio, del contenuto di polifenoli che influiscono non solo sulle note di amaro e piccante, ma anche sul valore salutistico e nutrizionale”.

**Come trasmettere questi messaggi al consumatore?**

“Con professionalità, evitando di rincorrere mode e artifici. Adesso tutti parlano di oli monovarietali... anzi no... monocultivar... fa più chic. Perché varietà e non cultivar? Perché oli monovarietali e non oli monocultivar? Non certo per difendere l'italianità del linguaggio, ma per il significato che è differente; cultivar è nell'acce-

zione di varietà coltivata, non necessariamente legata al territorio; noi invece vogliamo ribadire il valore delle numerose varietà autoctone, diffuse in ambiti circoscritti e dotate di forte compatibilità ambientale; quest'ultima, insieme alla biodiversità, assume un ruolo determinante in epoca di cambiamenti climatici.

Concludendo, vorrei sottolineare che i messaggi da trasmettere dovrebbero essere pochi, chiari e semplici, basati su dati oggettivi e non sulle favole. Quando raccontiamo gli oli, puntiamo sui descrittori oggettivamente riscontrabili, chiaramente riconoscibili, che meglio identificano le varietà, come mandorla, carciofo, pomodoro, frutti di bosco, erba tagliata... Evitiamo di fare troppa poesia, l'olio non è come il vino, non è da meditazione, ma arricchisce il piatto. Se poi il consumatore non trova nell'olio quello che gli raccontiamo, avremo un effetto boomerang: invece di avvicinarlo ad un prodotto di eccellenza e fortemente caratterizzato, lo allontaniamo. Se vogliamo raccontare le favole, facciamolo pure. Ma in un altro modo, non enfatizzando quello che si percepisce al naso o in bocca, piuttosto giocando con le emozioni che possono certamente derivare da altre componenti: la pianta secolare, le peculiarità del territorio, una tradizione o una ricetta tipica, le storie del produttore... è lui che ci mette la faccia e soprattutto il cuore. L'olio, specialmente quello monovarietale, va preservato da false rappresentazioni, perché ha già tanto del suo di così positivo da raccontare che, credetemi, non vi è proprio bisogno di aggiungere altro”.



Barbara Alfei fa capolino da un oliveto secolare



# Un'olivicoltura sempre più a tinte rosa



**Gabriella Stansfield, presidente delle Donne dell'Olio: "Siamo un motore fondamentale di cambiamento perché non abbiamo paura di innovare". E con il premio Evo & Eva spazio anche alla cosmetica**

di FRANCESCO CHERUBINI  
 Gabriella Stansfield, toscana doc a dispetto di un cognome tipicamente anglosassone, imprenditrice agricola e produttrice di olio Igp e biologico, assaggiatrice professionista e giudice in concorsi internazionali, nella sua veste di presidente delle Donne dell'Olio non ha dubbi sull'importanza del ruolo femminile nell'olivicoltura nazionale; è anzi un fiume in piena nell'elencarne i motivi.



Gabriella Stansfield

"Partiamo innanzitutto da una considerazione - spiega - e cioè che parliamo di madre-terra. Un termine non casuale, perché la terra è madre. Come lo sono appunto le donne: innanzitutto madri, e cioè persone che antepongono ai propri bisogni quelli dei figli. La nostra non è una agricoltura di rapina, che pretende dalla terra tutto e subito. Vogliamo un'agricoltura e, nello specifico, un'olivicoltura che guardi alle nuove generazioni, ai nostri figli. E dunque, siamo in prima linea per difendere un'agricoltura rispettosa dell'ambiente e delle risorse naturali".

**Presidente, suggestiva l'immagine di madre-terra. Ma chi sono in realtà le Donne dell'Olio?**

"Sono prima di tutto olivicoltrici. Ma la nostra rete è stata capace di raggiungere e coinvolgere tutte le realtà del mondo olivicolo: ricercatrici, personalità della pubblica amministrazione, rappresentanti delle organizzazioni agricole e professionali, assaggiatrici, produttrici, imprenditrici, innovatrici di processo e di prodotto".

**Che valore aggiunto portano le donne in un settore fatto di fatica e, per questo, a lungo considerato al maschile?**

"Sono un motore fondamentale di

cambiamento. Le donne non hanno paura di innovare. E lo vedo non solo nella modalità con cui sono impegnate a produrre olio, ma anche come lo raccontano, come lo confezionano, con quel coraggio straordinario che di solito viene attribuito all'uomo, laddove nell'immaginario collettivo la donna è relegata al solo focolare domestico. Ed invece, per esperienza, posso assicurare che i soggetti più innovatori e coraggiosi sono proprio le donne".

**Approfondiamo il tema.**

"Innanzitutto sono le donne a determinare le abitudini alimentari della famiglia. Si dice che la donna compra l'olio e l'uomo il vino. Al di là dei detti popolari, vi è di fatto una maggiore sensibilità della donna verso l'olio. Qualcuno sostiene che l'olfatto femminile sia più sensibile. Senza ricercare studi scientifici dedicati, è del tutto evidente come sia cresciuta la componente femminile nell'olivicoltura e come abbia saputo valorizzare, ad esempio, gli aspetti salutistici e nutraceutici che oggi rappresentano un importante valore aggiunto nella presentazione di un extravergine. In pochi parole: la donna ha sempre la-



vorato in agricoltura, ma si è sempre detto che l'imprenditore agricolo fosse naturalmente un uomo. Oggi questo paradigma è stato superato. Rinne- gando sudditanza, ma testimoniando la nostra presenza."

**Pari dignità, dunque?**

"Direi piuttosto naturale propensione alla collaborazione. Esattamente quello che manca in un mondo spezzettato come l'olivicoltura. Tutti parlano di obiettivi comuni, tutti hanno la medesima visione di superare la frammentazione, aggregare, fare sistema, dare valore aggiunto a tutte la catena del valore. Poi, però, di fatto, assistiamo ad una conflittualità ridicola tra coloro che dovrebbero essere i veri protagonisti: come i polli di Renzo di manzoniana memoria!"

**Tanto più in un periodo di pandemia come questo...**

"La realtà è sotto gli occhi di tutti. Oggi è impossibile organizzare iniziative dove presentare e far assaggiare i nostri oli. Si sta comprimendo la conoscenza delle proprietà dell'olio in maniera terribile. E non parlo solo dei grandi eventi, ma anche delle piccole iniziative locali che erano un momento importante per tante realtà olivicole territoriali.

A ciò si è aggiunto il blocco totale della ristorazione. Con immensa fatica abbiamo provato ad immettere in questo canale gli oli, sottolineandone

l'importanza di un prodotto che non è un semplice condimento. Ma ora che i ristoratori non riescono a sbarcare il lunario, potete immaginare come possano sostenere un olio di qualità".

**Alternative?**

"Ne stiamo portando avanti una come associazione. Il nome è Evo & Eva: si tratta di un premio, organizzato in associazione con il Cibi - Consorzio Italiano per il Biologico - che si propone di promuovere e valorizzare l'utilizzo delle materie prime derivanti dall'olivo nei prodotti cosmetici naturali e biologici, per i quali si sta manifestando un interesse in costante crescita a livello internazionale. In particolare, il premio vuole contribuire allo sviluppo delle aziende olivicole e cosmetiche, fornendo nuove opportunità per i propri prodotti e il proprio brand, esaltando la sensibilità delle aziende al rispetto della natura. Ciò si traduce in rispetto per se stessi e orienta le aziende verso formulazioni naturali e biologiche che contengono sostanze attive funzionali derivanti dalla pianta di olivo, garantendo l'efficacia del prodotto senza l'utilizzo di sostanze chimiche o dannose per l'ambiente. Un obiettivo estremamente stimolante che, alimentato con la sensibilità femminile, potrebbe offrire davvero una importante opportunità per il settore".



**TECNOAGRI**  
 Agricultural and Industrial Equipment  
[www.tecnoagri.it](http://www.tecnoagri.it)

**Con il sistema di bloccaggio brevettato, è il rovesciatore più veloce, più preciso, con meno rischi.**

tecnoagri@tecnoagri.it - +39 0545 85023

**ROVESCIAIORE IDRAULICO MRS**





**MRS**

**NEW ELIVE**

Pagina a cura di

FILIERA OLIVICOLA  
OLEARIA ITALIANADIAMO VALORE  
ALLA QUALITÀwww.foi.it / direttore@foi.it  
tel. 335 6490857

di VINCENZO VERDOLIVA\*

La strategia europea Farm to Fork - uno dei pilastri del Green Deal che punta alla neutralità climatica in Europa entro il 2050 - traccia in maniera inequivocabile il percorso obbligato che le imprese del comparto agroalimentare, e non solo, devono intraprendere per essere maggiormente competitive. La sostenibilità diviene la sola leva strategica per iniettare competitività nell'economia agroalimentare e promuovere lo sviluppo rurale, mettendo in discussione il paradigma di un modello di crescita fondato principalmente sulla modernizzazione e sulla produttività ad ogni costo. La vera sfida che gli operatori della filiera agroalimentare, soprattutto nel comparto olivicolo, dovranno affrontare e superare sarà quella di creare qualità

# Sostenibilità, leva strategica

## Un approccio multidimensionale per iniettare competitività mettendo in discussione il paradigma di un modello fondato solo sulla produttività

nel rispetto dell'ambiente, della biodiversità, delle buone pratiche sociali ed economiche. A tale proposito, anche la futura PAC svolgerà un ruolo cruciale nella gestione della transizione verso un sistema di produzione più sostenibile, premiando gli agricoltori che dimostreranno di adottare pratiche culturali ecosostenibili basate sui principi dell'agroecologia, tali da ridurre drasticamente l'utilizzo di sostanze chimiche, le risorse idriche, preservare i suoli e la biodiversità.

Ma non è solo lo scenario politico europeo ad accelerare il passaggio verso un modello di produzione sostenibile, c'è anche il mercato. Un recente studio di Capgemini Research Institute condotto in nove grandi Paesi, tra cui l'Italia, rivela come il 79% dei consumatori stia modificando le proprie scelte di consumo preferendo prodotti sostenibili, connotati, quindi, da elementi di garanzia della qualità ambientale, della sostenibilità etica ed economica. Un segmento di domanda in continua espansione che rappresenta una straordinaria opportunità per la filiera olivicola nazionale di innovarsi e cambiare rotta, attivando percorsi di miglioramento verso la sostenibilità. Per sviluppare una visione condivisa è fondamentale coinvolgere tutti gli attori della filiera nei processi decisionali, consen-

tendo la diffusione delle informazioni rilevanti ad ogni livello con i mezzi di informazione più adeguati.

Alla luce di queste considerazioni, risulta fondamentale assumere un approccio multidimensionale per misurare, certificare e comunicare la sostenibilità di un prodotto.

Il concetto di sostenibilità ha un significato che va oltre la capacità di preservare le risorse naturali, ambientali, integrando tutte le componenti fondamentali di un processo di sviluppo territoriale: ambiente, economia, territorio e sociale.

La *dimensione economica* riguarda la capacità di assicurare un'equa distribuzione del valore aggiunto lungo la filiera affinché i produttori possano ricevere un compenso soddisfacente e dignitoso.

La *dimensione sociale* mira a migliorare le condizioni di benessere dei

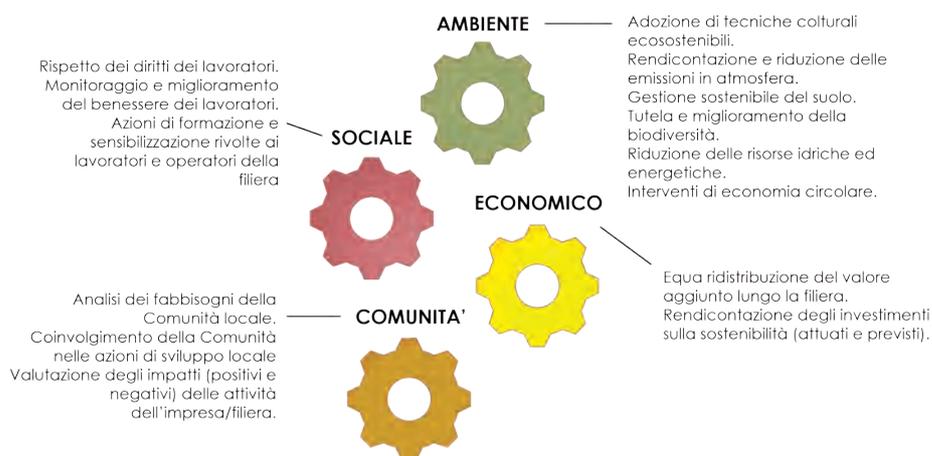
lavoratori in termini di sicurezza, salute, istruzione e rispetto delle libertà fondamentali.

La *dimensione ambientale* si traduce in un piano di azione finalizzato a quantificare e ridurre nel tempo gli impatti ambientali associati ai processi produttivi.

Infine, la *dimensione territoriale*, a mio avviso, è quella più importante in quanto qualsiasi processo di sostenibilità dovrebbe porsi come obiettivo quello di promuovere lo sviluppo endogeno di un territorio e il suo capitale sociale. Da qui, l'importanza di favorire l'empowerment, la mobilitazione e la partecipazione degli stakeholder di una comunità locale (imprese, cittadini, rappresentanze, enti gestori, istituzioni pubbliche) al fine di porli in grado di assumere un ruolo attivo nel processo di cambiamento.

\*(L'Officina GBS Soc. Coop.)

### Approccio multidimensionale alla sostenibilità



## La trasformazione digitale e la blockchain

di ANDREA GIOMO\*

La principale esigenza del mercato, inteso sia dal punto di vista del trade che del consumatore, è quella di "trasparenza", ovvero di condivisione di informazioni. La qualità intrinseca del prodotto rappresenta solo una piccola percentuale del percepito del medesimo, sempre più verranno valutati come fattori fondamentali di scelta altre caratteristiche complementari quali: la sostenibilità, e quindi l'impatto ambientale, economico, sociale e territoriale del prodotto; l'origine (*provenance*); la storia (*storytelling*); le caratteristiche nutrizionali e di benessere. Da un lato appare chiaro che il sistema di comunicazione/etichetta-

tura tradizionale risulta inadeguato a sopperire tali richieste e dall'altro risulta oneroso, con gli attuali modelli organizzativi, a gestire in modo "sostenibile" per l'impresa un notevole carico di responsabilità. Sarà necessario, quindi, appoggiarsi a nuovi sistemi organizzativi profondamente incernierati nel concetto, non sicuramente semplicistico, di "trasformazione digitale", ovvero utilizzo delle tecnologie elettroniche digitali al fine di migliorare e rendere maggiormente sostenibile la gestione di processi materiali ed informativi.

Uno strumento estremamente efficace che sta portando una profonda rivoluzione è sicuramente la blockchain, ovvero uno strumento



prettamente informatico, basato sulla crittografia, per la gestione di informazioni in modo sicuro, immutabile e decentralizzato. La definizione canonica, la descrive come un registro (*ledger*) distribuito ed immutabile di transazioni, gestito all'interno di una rete di nodi paritetici (equivalenti) non gerarchizzati in una architettura "server"/"client".

Nel comparto oleario la tecnologia

blockchain può avere due applicazioni complementari: da una parte a migliorare la gestione dei processi produttivi, dall'altra a migliorare la comunicazione diretta con il proprio consumatore/trade. La rete blockchain assume un ruolo chiave nell'automazione della gestione di alcuni processi legati alla qualità e alla sicurezza del prodotto, ed al contempo stesso fornisce la struttura di supporto del flusso di informazioni richieste dal mercato: ad esempio *provenance* (UNI EN ISO 22005:2008), indici di sostenibilità (i quattro pilastri), caratteristiche salutistiche (biofenoli attivi, oleocantal), ecc.

Sarà molto interessante osservare come la struttura blockchain si fonderà con la gestione dei processi di produzione e marketing, creando un nuovo modello di business basato su un approccio fondamentalmente multidisciplinare (*multidea*).

\*(Euranet - ChoralChain)

# Sicilia, il rinascimento dell'olivicoltura

**Mario Terrasi, presidente Op Oleum Sicilia: "È cambiata la mentalità, ma dobbiamo essere bravi ad alzare ancora l'asticella"**

di FRANCESCO CHERUBINI

"Credo che l'evoluzione del comparto olivicolo in Sicilia sia stata assolutamente straordinaria, recuperando in poco tempo decenni di ritardi e riuscendo a proporre oggi un extravergine di qualità che esalta ulteriormente il brand agroalimentare legato al nome di questa nostra terra".

Mario Terrasi, alla guida di Oleum Sicilia, l'Op più grande dell'isola con oltre 7 mila soci distribuiti su sei delle nove province, snocciola numeri più che eloquenti: l'olio siciliano è sempre più certificato, tanto che tra le 9 DOP riconosciute, quella della Val di Mazara è la seconda a livello nazionale e quelle delle Valle Trapanesi e dei Monti Iblei viaggiano a ritmi sostenuti. Il tutto mentre l'IGP Sicilia, nata nel 2017, ogni campagna quintuplica la produzione rispetto all'anno precedente, senza peraltro intaccare le performance delle stesse DOP.

In una regione caratterizzata da 150 mila ettari di oliveti, una produzione media di 50 mila tonnellate di olio, con 200 mila aziende attive, 500 frantoi e 250 confezionatori, il settore assume, anche in termini economici, un valore particolarmente significativo rispetto al quale la costante ricerca della qualità non può che portare estremi benefici. Specie se le varietà come Biancolilla, Nocellara del Belice e Tonda Iblea, tanto per citare le principali, contribuiscono sotto il profilo sensoriale ed organolettico ad esaltare la tipicità di questo territorio. Un vero e proprio rinascimento.

**Presidente Terrasi, da dove nasce questo ottimismo?**

"Dalla consapevolezza che in questi anni l'intera filiera ha compiuto passi avanti importanti in ogni segmento".

**Andiamo con ordine, e partiamo con la fase agronomica. Cosa è accaduto qui?**

"Si è andata sviluppando una significativa innovazione legata alla meccanizzazione dei processi, anche grazie alle risorse messe in campo dal Piano di Sviluppo Rurale, dal piano olivicolo Nazionale e dall'OCM Olio, che ha portato l'olivicoltore a cambiare metodologia di lavoro, a raccogliere al momento giusto e non più a calendario come si faceva un tempo, a trasportare più velocemente le olive al frantoio. Con il supporto di agronomi, periti agrari e agrotecnici, il lavoro in campo è sostanzialmente cambiato. Ed anche la mentalità dell'imprenditore agricolo, specie quello che trae dall'olivicoltura il maggior fatturato aziendale".

**In che misura è cambiata questa mentalità?**



Un paesaggio olivicolo siciliano, la varietà Biancorilla e, in basso, Mario Terrasi



"C'è maggiore propensione ad investire nella qualità. Il riscontro economico superiore per un prodotto maggiormente selezionato è evidente. In passato nessuno pensava mai di raccogliere a metà settembre, quando la resa in olio è praticamente la metà rispetto a dicembre, ma ottenendo una qualità nettamente superiore. Oggi questo fenomeno si è pienamente compreso".

**Un cambiamento che si è registrato anche nella fase della trasformazione?**

"Certamente, al di là dell'innovazione delle macchine olearie, è da apprezzare la scelta dei frantoiani di indirizzarsi sempre più verso impianti votati alla qualità, privilegiando ad esempio il due fasi o anche migliorando la fase di stoccaggio a temperatura controllata e sotto battente di azoto".

**La risposta del mercato come è stata?**

"Estremamente positiva. A partire dai mercati esteri, in particolare gli Stati Uniti dove il brand Sicilia è secondo solo a quello della Toscana e è riconosciuta la grande qualità agroalimentare della nostra isola. Un aspetto che riscontriamo anche nella grande distribuzione a stelle e strisce che ci sta dando bei risultati. Ma anche in medio Oriente e nel nord Europa i nostri prodotti sono sinonimo di genuinità, di qualità, di cibo sano. Con un valore aggiunto in più peraltro".

**E quale sarebbe?**

**zione delle aziende?**

"Sì, inevitabile. Noi come Organizzazione di produttori e la nostra Unione Nazionale UNAPROL stiamo facendo un importante lavoro in questo senso, creando filiera e concentrando il prodotto. In questa mission, utilizzando la partnership della Coldiretti, abbiamo raggiunto notevoli obiettivi".

Si pensi che, tolto un 30% di aziende che fanno dell'olivicoltura un settore portante dell'attività agricola, le altre

hanno in media un ettaro di oliveto.

Riuscire a concentrare la loro produzione per una vendita dell'olio a marchio collettivo "Oleum Sicilia", come nel nostro caso, o comunque a confezionatori che cercano l'eccellenza e la qualità, offrendo una adeguata massa critica, consente di spuntare un prezzo decisamente migliore".

**Uno sguardo al futuro: quali ulteriori prospettive per l'olivicoltura siciliana?**

"Possiamo solo crescere. Anzi dobbiamo solo crescere. Faccio sempre il paragone con il comparto vitivinicolo di cui si dice che siamo i cugini poveri. Loro sono avanti 10 anni rispetto a noi, ma stiamo rimontando. E dovremo essere bravi ad alzare ulteriormente l'asticella della qualità, perché la concorrenza italiana e straniera è forte e solo con un prodotto certificato, capace di esaltare in contenuti organolettici e sensoriali identitari della nostra terra, potremo imporci nella sfida della competitività".

**SOCIETA' COOPERATIVA BILANCIAl** | **SOLUZIONI DI PESATURA per il VOSTRO SETTORE**

**Piattaforme di pesatura fino a 100 t**

**Piattaforme di Piccola e Media Pesatura**

**Riempitrici Omologate**

Soc. Coop Bilanciali - Via Ferrari, 16 41011 Campogalliano (MO)  
tel 059 893611 fax 059 527079 - www.coopbilanciali.it - cb@coopbilanciali.it

La testimonianza di alcuni dei frantoi che lo utilizzano, distribuiti nelle varie regioni italiane, come prova della grande versatilità tra ciclo continuo e partitario

# Separatore MARTE

## decisamente un altro pianeta

“Marte” è senza tema di smentita quanto di meglio oggi offre il mercato in materia di separatori centrifughi. Si caratterizza innanzitutto per una straordinaria peculiarità: non richiede onerosi fermi macchina. Il nuovo sistema brevettato di ciclo automatico fa sì che i separatori non debbano più essere smontati per la pulizia durante tutta la campagna olearia. In particolare, il dispositivo elettronico consente di attivare automaticamente il lavaggio all'interno del tamburo e i relativi piattelli a macchina in movimento, senza dover smontare il tamburo stesso.

A livello di prestazioni il separatore Marte garantisce un olio sempre pulito e senza fondami sia nel partitario che nel ciclo continuo. La separazione avviene, tra l'altro, senza aggiunta di acqua e quindi senza produzione di risorsa idrica inquinante da smaltire.



### QUI PUGLIA



Il **Frantoio Oleario Casese** è un'Azienda che opera ormai da quattro generazioni nel territorio di Villa Castelli, in provincia di Brindisi a metà fra la Murgia di Sud-Ovest e l'Alto Salento, producendo un extravergine di oliva di grande qualità. L'impegno di tutta la famiglia Cassese, che ha fatto

sempre tesoro degli insegnamenti e della eredità ricevuta in campo olivicolo e oleario, sono incentrati da tempo sulla modernizzazione degli impianti.

“Abbiamo 3 separatori Marte - spiega **Giovanni Cassese** - siamo stati tra i primi a montarli nel 2008, ancor prima che venisse introdotto Mr Cip. Le sue prestazioni sono all'altezza dell'alta qualità che da sempre cerchiamo nel nostro frantoio, sia nel ciclo continuo che nel partitario. Si apprezza per il sistema di pulizia automatico, ma anche per la quantità di litri ora. A livello di chiarifica, l'olio risulta sicuramente migliore rispetto a precedenti esperienze. Insomma, una macchina decisamente versatile per le varie tipologie di lavorazione”.

### QUI SARDEGNA



L'**Oleificio Valle Hermosa** è un frantoio presente a Vallermosa dal 1983, punto di riferimento per oltre 2.500 produttori provenienti da una buona parte del Medio Campidano, dal Sulcis Iglesiente e dal Campidano di Cagliari. Dotato di tutte le macchine Pieralisi, è guidato da **Felicina Dai** che, nel 2020, ha implementato l'impianto con il separatore Marte.

“Felicissimi di questa scelta. Una macchina veramente eccezionale - confida - che ti fa risparmiare tempo perché non stai più a smontare il tamburo come avveniva in passato. Il ciclo automatico consente poi il miglior lavaggio. L'olio si è presentato subito pulitissimo, la differenza rispetto a prima è notevole. Non so quanto abbia inciso l'ottima qualità delle olive che la Sardegna quest'anno ha prodotto, ma di certo questo separatore ha ulteriormente migliorato l'olio che esce dal frantoio, permettendo di esprimersi al meglio nel partitario, con piena soddisfazione di tutti i nostri clienti”.

“Felicissimi di questa scelta. Una macchina veramente eccezionale - confida - che ti fa risparmiare tempo perché non stai più a smontare il tamburo come avveniva in passato. Il ciclo automatico consente poi il miglior lavaggio. L'olio si è presentato subito pulitissimo, la differenza rispetto a prima è notevole. Non so quanto abbia inciso l'ottima qualità delle olive che la Sardegna quest'anno ha prodotto, ma di certo questo separatore ha ulteriormente migliorato l'olio che esce dal frantoio, permettendo di esprimersi al meglio nel partitario, con piena soddisfazione di tutti i nostri clienti”.

### QUI VENETO



Primo oleificio per la DOP Garda Trentino, il **Frantoio di Riva della cooperativa Agraria Riva del Garda** produce il 65% di olio di oliva di questa zona, con 80 soci conferenti a cui si aggiungono e 1.200 olivicoltori locali. Ogni partita viene lavorata singolarmente.

“Con il Marte - ci dice **Furio Battelini**, direttore tecnico dell'azienda - abbiamo trovato il giusto separatore per le nostre esigenze. Ha un livello di automazione diversa, la migliore tecnologia che ben si adatta con i 3 turni in continuo con cui operiamo durante la campagna, senza mai fermare la macchina durante il ciclo di lavorazione, perché nel frattempo che il separatore si pulisce, noi raccogliamo l'olio dal Leopard per prepararlo alla fase successiva. Garantisce un corretto contenuto di torbidità, grazie all'assenza di acqua. Facciamo un partitario molto spinto, con un quantitativo medio per cliente di 5/6 quintali e grazie alle performance del separatore riusciamo a sviluppare volumi molto interessanti”.

### QUI SICILIA



I **Frantoi Covato** sono situati sui Monti Iblei a San Giacomo, frazione di Ragusa, nel Sud-Est della Sicilia. Dal 1985 producono olio extravergine di oliva di alta qualità ricavato dai tipici uliveti centenari “protetti” dai famigerati muri di pietra “a secco” iblei, costruiti in passato per delimitare gli appezzamenti degli altopiani.

Con un impianto forte della migliore tecnologia Pieralisi, non poteva mancare il separatore Marte. “Abbiamo subito apprezzato la versatilità della macchina - spiega **Giuseppe**

**Covato** - che si presta sia per le piccole partite che per i grandi volumi. Riscalda poco come macchina e l'olio, stando meno a contatto con l'acqua, risulta qualitativamente migliore. Fattore importante è la pulizia del prodotto, sia per i tempi rapidi del ciclo automatico, sia soprattutto perché si evita lo smontaggio e il conseguente fermo macchina. L'olio esce perfettamente nitido, direi più del doppio di altri separatori avuti in passato”.

### QUI LAZIO



L'**Azienda Agricola Ceccarelli** è situata nel cuore della Sabina, più precisamente a Caneto Sabino. Da anni la famiglia Ceccarelli si dedica con passione a tramandare tradizione, conservazione e produzione di materie prime tipiche del territorio, in particolare l'olio d'oliva. L'olio prodotto è ottenuto da varietà carboncella, frantoio e leccino. Nel frantoio aziendale vi è un impianto con sistema di estrazione a ciclo continuo Pieralisi serie oro e da quest'anno l'impianto si è arricchito del separatore Marte.

“La macchina giusta - riconosce **Pierluigi Ceccarelli** - che fa bene il suo lavoro. Il ciclo di pulizia automatica si avvia una volta al giorno con la perfetta pulizia dei piattelli dentro il tamburo. Per il partitario è un'ottima macchina. Rispetto al precedente separatore si evidenzia una qualità decisamente migliore anche nella chiarificazione. Insomma, il livello dell'olio, sia sotto il profilo della quantità che della qualità, è davvero interessante”.

**L'INTRUSO**  
 Rubrica a cura  
 di Alberto Grimelli



## Mala tempora currunt: olio di semi 1, olio di oliva 0

Sono arrabbiato. Anzi no, di più! L'Unione europea, con l'introduzione del Nutriscore francese, sta per buttare a mare trent'anni, e dico trent'anni, di lavoro scientifico, culturale e divulgativo sull'olio extravergine d'oliva. Con la nuova classificazione nutrizionale, anche chiamata etichetta a semaforo, l'olio d'oliva sarà giallo, in classe "C", al pari dell'olio di colza e dell'olio di noci. Avete letto bene. Per Bruxelles, via Francia, l'olio extravergine d'oliva vale salutisticamente quanto l'olio di colza, in attesa di una riclassificazione dell'olio di girasole ad alto oleico che potrebbe presto arrivare allo stesso livello.

Se l'olio d'oliva ha avuto un boom di consumi negli ultimi trent'anni, passando da poco più di un milione di tonnellate a 3 milione di tonnellate, lo si deve soprattutto alle virtù nutrizionali che lo hanno proclamato "Re dei grassi". Vi sono migliaia di studi, pubblicati anche nelle ultime settimane, che esaltano le proprietà dell'extravergine, anche nel prevenire e



contrastare patologie pericolose dei nostri giorni come il cancro e l'Alzheimer. Niente da fare, l'olio di colza vale tanto quanto l'extra vergine. Ora dal punto di vista salutistico, magari domani dal punto di vista economico. Altro che 2,99 euro/litro a scaffale! Quelle quotazioni diventeranno un miraggio ed è piuttosto facile spiegare il motivo.

Oggi i consumi di olio extravergine crescono soprattutto nel nord Europa, mentre diminuiscono nei Paesi produttori: Spagna, Italia e Grecia. Se a un consumatore nordico diciamo che l'olio di colza vale quanto l'extravergine è indubbio che prefe-

rirà il primo, che costa la metà. Un calo dei consumi che provocherà una diminuzione dei prezzi. La misura voluta da Bruxelles, ufficialmente per tutelare la salute dei consumatori, punta in realtà a un riequilibrio del mercato interno. L'industria dell'olio di semi, che vale 25 miliardi di euro, sta patendo una frenata delle vendite da più di 10 anni, con l'olio d'oliva che avanza, raggiungendo i 10 miliardi di euro, rubando quote di mercato proprio ai vari oli di colza, girasole, mais...

L'industria degli oli di semi, dopo aver tentato inutilmente di fare divulgazione positiva sui propri prodotti grazie a imponenti budget promozionali, ha virato sull'azione lobbistica, con un'operazione molto opaca. È il business, bellezza! Mossa azzeccatissima in una visione di medio-lungo periodo, a cui avrebbe dovuto corrispondere una reazione uguale e

contraria se non della lobby dell'olio d'oliva, inesistente in quanto molta dell'industria olearia commercializza anche oli di semi, almeno dei governi, visto che le filiere olivicole garantiscono migliaia i posti di lavoro, presidio del territorio e tutela ambientale. Invece no! Il fronte dei Paesi olivicoli europei parte già diviso, con la Spagna che dà l'ok al Nutriscore, pregando in ginocchio di rivedere la classificazione, mentre Italia e Grecia hanno votato contro al progetto il 15-16 dicembre scorso a Bruxelles. Come dire, compatti e uniti verso la disfatta. C'è da chiedersi, poi, che ne sarà dell'immagine dell'extravergine all'estero se nella sua terra - l'Europa - che produce i 2/3 dell'olio di oliva mondiale, viene svilito, equiparato all'olio di semi. Un'operazione che, culturalmente e mediaticamente, equivale a un suicidio. Con quale faccia, infatti, potremo andarlo a proporre in Cina, in Giappone, negli Stati Uniti, come il Re dei grassi? Mala tempora currunt.

**polaris**  
 automazioni

Monoblocco automatico  
 per imbottigliamento Olio ad un  
**Prezzo imbattibile!!!**



- Produttività 500 bph
- Capacità da 100 ml a 5 litri
- Rapido cambio formato

**L'olio Buono si fa Bello!**



Polaris Automazioni srl - Reggio Emilia - Italy

Tel. +39-0522.308873

E-mail: sales@polarisautomazioni.com

www.polarisautomazioni.com



**B02, Monoblocco automatico per Riempimento e Tappatura**

a soli € **29.900,00**

**B02 ET, Monoblocco automatico per Riempimento, Tappatura, Etichettatura Fronte e Retro**

a soli € **39.900,00**

Inoltre con il **Credito d'imposta industria 4.0** acquistando una Linea Polaris ottieni anche un **beneficio fiscale.**



# “Xylella, finalmente un cambio di passo”

**Il prof. Franco Nigro, tra i cinque consulenti a titolo gratuito del Comitato scientifico voluto dalla Regione Puglia: “Più puntuali monitoraggi ed eradicazioni rapide, oltre alla gestione meccanica delle infestanti, restano imprescindibili per contenere la diffusione”**

di FRANCESCO CHERUBINI

“Per la prima volta dopo tanto tempo c'è una persona con le idee chiare a capo dell'agricoltura pugliese. E, anche se la macchina della pubblica amministrazione dovrà essere parecchio rodada, credo che ci siano tutti i presupposti per affrontare finalmente in maniera seria e efficace la lotta alla Xylella”.

Ne è convinto Franco Nigro, ordinario di Patologia Vegetale presso il Dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta e degli Alimenti dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro. E ne è convinto a tal punto da accettare volentieri la nomina nel comitato scientifico anti-Xylella che l'assessore regionale all'agricoltura Donato Pentassuglia ha voluto costituire come primo, importante cambio di rotta nell'approccio all'epidemia che da anni in Puglia sta devastando le piantagioni di olivo. Un incarico che svolgerà a titolo gratuito, insieme ad altri quattro esperti del settore: il direttore dell'Istituto per la Protezione Sostenibile delle Piante del CNR di Bari, Donato Boscia, Vito Nicola Savino, Presidente della Fondazione ITS Agroalimentare Puglia e Direttore del Centro di Ricerca Sperimentazione e Formazione Basile-Caramia di Locorotondo, l'entomologo del CHIEAM-Bari, Daniele Comara e il responsabile del Laboratorio accreditato di Patologia Vegetale dell'Università del Salento, Andrea Luvisi.

**Prof. Nigro, facciamo innanzitutto il punto della situazione. Dove è arrivata la Xylella oggi?**

“Il focolaio più a nord, puntiforme e subito isolato, è stato individuato a Canosa, su alcune piante ornamentali tenute in vivaio. L'intervento fitosanitario è stato immediato, con bonifica del sito e gli opportuni rilievi per verificare altre piante eventualmente infette. Il vero fronte di avanzamento dell'epidemia è compreso invece tra Monopoli e Polignano ed è qui che è più elevata l'attenzione sul vettore e sulle piante infette”.

**Più elevata in che senso?**

“Nel senso che qui dovranno essere adottate dall'amministrazione regionale le misure più idonee e stringenti per la gestione del vettore e della malattia. È in fase di predisposizione al riguardo il piano di interventi per la campagna di monitoraggio e le aree da tenere sotto osservazione. Noi consulenti offriamo i nostri suggerimenti, poi è la politica, come è giusto che sia, che deve assumere i provvedimenti conseguenti”.

**Quali sono i suggerimenti del Comitato?**

“Va chiarito che per il momento ci siamo riuniti solo una volta. Comun-



Il professor Franco Nigro e un'immagine di ulivi infetti



que, senza aver la pretesa di parlare a nome degli altri colleghi, ritengo che sia condivisibile da tutti l'obiettivo di continuare in queste settimane in modo regolare l'azione per la gestione meccanica delle infestanti, così da ridurre il vettore nelle sue fasi giovanili. Ancor di più perché nei giorni scorsi è stata riportata la prima schiusura delle uova di *Philaenus spumarius* con lo sviluppo dei primi “sputi”. Deve esserci la massima attenzione da parte di tutti, anche alla luce di un recente studio che dimostra la più ampia distanza di diffusione del vettore nei due mesi di massima densità della popolazione (oltre 200 metri). Poi, ovviamente, grande attenzione al monitoraggio delle piante infette che diventa sempre più strumento centrale di analisi e controllo”.

**Sotto il profilo della ricerca ci sono passi avanti?**

“Non mi sembra ci siano ad oggi risultati risolutivi di interventi terapeutici. Abbiamo le due varietà più o meno resistenti come la Fs17 e il Leccino. Altre ancora non sono state individuate o comunque non vi sono evidenze scientifiche sufficienti a supportare una ipotesi di reale resistenza”.

**Ed invece per una possibile cura della pianta infetta?**

“Al di là delle credenze di qualcuno, non vi è ad oggi alcun trattamento che consente di rallentare efficacemente la progressione della malattia e di impedire la morte della pianta. E comunque per qualsiasi intervento di tale natura non ne è stata dimostrata la compatibilità con un esercizio redditizio dell'attività olivicola”.

**Relativamente agli innesti invece?**

“Tematica molto complessa. Le evidenze empiriche sono molto incoraggianti sul campo, sebbene non suffragate da risultati scientifici. Gli innesti rappresentano un ultimo tentativo di

salvataggio di piante che altrimenti sono destinate a morire e rappresentano una possibilità per quegli areali in cui il valore paesaggistico è indispensabile per le attività dell'imprenditore agricolo. È stato emanato uno specifico bando pubblico per accedere a risorse per effettuare i sovrainnesti sulle piante monumentali. Tuttavia, va riconosciuto che ad oggi, a meno di due mesi dal periodo ottimale per effettuare gli innesti, non vi sono né indicazioni chiare, né strutture idonee a garantire la disponibilità di marze certificate. Del resto, non si comprende perché in “zona infetta” si debbano usare marze certificate di varietà che non sono “immuni” ma “resistenti” a Xylella e delle quali una è addirittura “brevettata”. Non vorrei pensare che i fondi siano destinati più al mercato delle marze che al salvataggio degli ulivi monumentali”.

**Se volessimo trovare un messaggio positivo da trasmettere?**

“Quello che ho detto in premessa, il cambio di passo in Regione. Sembrerà banale, ma dopo una stagione incerta e costellata di ombre sulla gestione delle risorse destinate all'agricoltura, restituire piena dignità alla pubblica amministrazione in un settore così importante per l'economia pugliese, come quello olivicolo in particolare, significa aprire davvero nuovi importanti scenari. Noto un rinnovato impegno per un piano efficace di monitoraggio e di gestione del vettore che ad oggi è la strada maestra per affrontare questa epidemia. Paghiamo ritardi gravi con il rallentamento delle eradicazioni e una scarsa attenzione proprio al monitoraggio. Ora si può cambiare rotta”.

**Non dimenticando poi che vi sono ancora ingenti risorse a disposizione per una rigenerazione dell'olivicoltura pugliese!**

“Esattamente, decine e decine di milioni di euro che vanno impegnati e spesi nella maniera migliore. Perché l'altro macigno che da troppo tempo schiaccia il settore, è stato proprio quello dell'incapacità di liberare le risorse che il piano di sviluppo rurale e le varie altre forme di finanziamento pubblico hanno messo a disposizione per sostenere le imprese olivicole ed olearie della Puglia”.

## Unaprol: sanse e agroenergie

La valorizzazione della filiera olivicola-olearia italiana in un'ottica di sostenibilità ambientale ed economica non può prescindere dalla definizione di un piano strategico che regoli e promuova la gestione green dei sottoprodotti derivanti dalla lavorazione delle olive. Lo sostiene Unaprol che, con il suo presidente David Granieri, ha ribadito la volontà di collaborare con il Ministero per lo Sviluppo Economico “per esaminare alcune criticità emerse di recente riguardo alla destinazione della sansa vergine a fini energetici. Gli operatori del settore sono ben consapevoli delle potenzialità ambientali ed economiche connesse al rafforzamento di un'alleanza strategica con i produttori di agroenergia e gli impianti di biogas garantiscono certezza e continuità del ritiro delle sansa”.

Per questo motivo - ha aggiunto Granieri - occorre valutare tutte le azioni che rischiano di impedire tale sinergia onde evitare il rallentamento dell'attività di frangitura per la prossima campagna.”

Regione che vai  
frantoio che trovi...

La rubrica di Angela Canale



A Villamar, in Sardegna un progetto per raggiungere la qualità totale dell'olio

## La "Tela Fertile" di Francesca Masala

Questa volta il frantoio siamo andati a visitarlo a Villamar, nella terra dei Nuraghi, in Sardegna. La bellezza del mare e delle coste si contrappone a quella dell'entroterra, fatta di paesaggi aspri, spesso olivati. Vite, olivo, agrumi, ortaggi, cereali, legumi rappresentano l'agricoltura dell'isola attraverso la presenza di una biodiversità locale fatta di antiche varietà, tipiche e non riscontrabili in altri luoghi. Ne sono alcuni esempi Citrus monstruosa (Pompia), un agrume che troviamo coltivato solo in alcuni Comuni del nuorese del quale si usa anche la buccia molto sviluppata e rugosa, o anche i 21 antichi vitigni solo da pochi anni inseriti nel registro varietale, o ancora il Cynara scolymus (carciofo spinoso sardo).

La presenza più antica dell'olivo è testimoniata dalla più grande macchia di olivastri che da millenni cresce tra ruderi di villaggi nuragici e rocce granitiche. Ancora oggi l'olivo ricopre un ruolo di primo piano nell'agricoltura dell'isola. Per lo più a conduzione familiare, gli oliveti, delimitati da recin-



zioni naturali di lentisco e mirto, comprendono varietà locali dalle pregiate caratteristiche. La più interessante tra tutte oggi è considerata la Bosana, una varietà produttiva e dalle interessanti caratteristiche organolettiche che danno riconoscibilità e distinzione all'olio che si ricava. Questo è emerso soprattutto negli ultimi decenni, in cui l'attenzione alla sanità del frutto e del suo grado di maturazione sono stati determinanti, con l'aiuto di frantoi moderni, ad evidenziare e ad esaltarne la qualità organolettica.

Francesca Masala riceve un'azienda di 70 ettari dal papà Rinaldo, che le lascia anche un'altra eredità: quella dell'amore per la sua terra e per



Francesca Masala e il suo frantoio Il Molinetto, gioiellino Pieralisi

la vita da agricoltore. Si dedica con entusiasmo al progetto "Tela Fertile" dove intende coltivare con arte e con semplicità legumi, cereali e olivi. Raccolge e moltiplica antiche varietà di grani sardi in estinzione, producendo direttamente le farine in azienda e fa la stessa cosa con ceci, cicerchie e lenticchie che seleziona e confeziona. Ma l'obiettivo più grande che si pone è quello di raggiungere la qualità totale dell'olio. Le olive delle tre varietà coltivate, Pizzè carroga (becco di cornacchia), Olia bianca e Bosana, vengono raccolte rispettando il giusto grado di maturazione, che va da settembre a novembre, e lavorate nell'arco della giornata nel piccolo

frantoio aziendale "Il Molinetto", gioiellino Pieralisi.

Il controllo totale della filiera ha fatto raggiungere da subito grandi risultati di qualità del prodotto. Gestire direttamente la pulizia delle macchine, dell'acqua di lavaggio delle olive, delle temperature, aiuta tantissimo a rispettare l'ottenimento di un prodotto biologico, assolvendo anche alla possibilità di restituire al terreno i prodotti di risulta della lavorazione, definiti erroneamente di scarto.

Oggi "Tela Fertile" è il risultato della forza di una donna sarda, che con passione, testardaggine e lungimiranza, è riuscita a mostrare amore e gratitudine alla sua terra.

## EASY LINE SYSTEM LA PRIMA MACCHINA COMPATTA E COMPLETA PER IMBOTTIGLIARE ED ETICHETTARE

Il monoblocco **EASY LINE SYSTEM OIL** rappresenta una vera rivoluzione nel panorama delle macchine per l'imbottigliamento dell'olio: piccolo e compatto ma allo stesso tempo capace di grandi produzioni fino a **800 bottiglie ora** circa. Macchina con capsulatrice ed etichettatrice a 2 teste per bottiglie tonde e quadre, disponibile anche con etichettatrice a 1 testa per sole bottiglie cilindriche e possibilità di riempimento AOX con deareazione e iniezione gas prima del riempimento attraverso gli stessi ugelli in una unica operazione.



[www.quintisrl.it](http://www.quintisrl.it)

**QUINTI**  
BOTTLING MACHINES

Quinti S.r.l., 52047 Marciano d. Chiana AR, T. +39 0575 842129, F. +39 0575 842374, email: [info@quintisrl.it](mailto:info@quintisrl.it)

# Dal programma Viridem<sup>®</sup>, ILSAC-on.

Aumenta la resa in campo  
e al frantoio.

**VIRIDEM**<sup>®</sup>

estratti vegetali per uso agricolo

**Biostimolanti Viridem<sup>®</sup>  
di ILSA. Aiutano le tue  
piante a fare bene il  
loro lavoro.**



ILSAC-on è un biostimolante naturale ottenuto da idrolisi enzimatica di tessuti di Fabaceae che aumenta la resa in olive e la percentuale di olio.

Applicato a partire da pre-fioritura limita gli effetti degli stress ambientali e favorisce l'aumento della percentuale di allegagione, con conseguente aumento della resa in olive. Applicato durante l'estate aumenta il contenuto in olio nelle olive e ne migliora la qualità, con un perfetto equilibrio tra acidi grassi, steroli, tocoferoli e polifenoli.

Anche ILSAC-on fa parte del programma Viridem<sup>®</sup>, l'innovativa generazione di prodotti di matrice vegetale, efficaci e sostenibili, sviluppati da ILSA.

**Buon lavoro alle tue piante. E a te.**



ILSAC-on va applicato per via fogliare ed è miscibile con i principali formulati presenti in commercio, sia fertilizzanti che fitosanitari. ILSA consiglia l'uso in miscela con ILSAMIN BORO in fase di fioritura e con ETIXAMIN BIO-K durante lo sviluppo delle olive.

[www.ilsagroup.com](http://www.ilsagroup.com)

**ILSA**  
The green evolution