

il giornale di olivicoltura più diffuso in Italia

La Puglia trascinerà la campagna olearia

Previsioni record nella regione a maggior vocazione olivicola. In ripresa l'intero centro-sud, nel nord si punta a mantenere elevata la qualità

di FRANCESCO CHERUBINI

Campagna olearia al via con una buona dose di ottimismo, specialmente in **Puglia** candidata a tornare a produrre quasi il 50% dell'olio nazionale. "Ottime la fioritura e l'allegagione - sottolinea Alfredo Marasciulo, capo panel all'Università di Bari - con successive temperature elevate che hanno prodotto scarsa umidità e azzerato la mosca. Le grandinate di maggio e giugno, per altro, hanno fatto danni molto limitati. Se si mantengono queste condizioni, si prospetta meravigliosa anche la qualità".

Dello stesso avviso Elia Pellegrino, vicepresidente Aifo: "Qualcosa di veramente straordinario. E le piogge di fine agosto hanno compensato l'aridità estiva, scongiurando stress idrico e garantendo un ottimo dimensionamento della drupa".

Cresce la produzione anche in **Calabria**, dove dall'osservatorio regionale evidenziano buone performance nella zona della Piana di Gioia Tauro, nella fascia ionica del reggino, nel consentino. Si resta obiettivamente al di sotto degli standard degli anni migliori, ma l'aumento della produzione rispetto allo scorso anno è marcata.

In **Sicilia** produzione a doppio volto. "Bene nelle fasce costiere per una profondità di 15 chilometri - evidenzia Salvatore Cutrera, alla guida di una delle maggiori aziende dell'isola - più complicata la situazione all'interno, in particolare nell'areale dei Monti Iblei e della Valle del Belice dove il prolungamento dell'inverno durante la fioritura e le piogge tardive di giugno hanno compromesso l'allegagione. Di sicuro però si registrerà ovunque una qualità fantastica perché l'estate caldissima, con punte normalmente sopra i 33/34 gradi, ha di fatto impedito alla mosca di attecchire".

Risalendo l'Italia la situazione si presenta a macchia di leopardo. Si risolleivano la **Campania**, l'**Abruzzo** e il **Lazio**, in sofferenza l'**Umbria** con una produzione di circa un terzo rispetto agli anni migliori. Nelle **Marche** produzione in crescita rispetto



allo scorso anno, ancorché lontana dagli standard abituali, con una qualità eccellente per il perfetto stato di conservazione dell'oliva. In **Toscana** bene la fascia costiera, da Livorno a Grosseto, una riduzione nell'entroterra di circa il 20% rispetto all'annata record del 2018 (quando la regione aveva registrato un clamoroso +40% sul triennio precedente, fonte Ismea). Anno di scarica nella zona del Garda, dopo l'eccellente produzione dello scorso anno. Secondo Aipo Verona le previsioni per il 2019 oscillano sui 100 mila quintali di olive in **Veneto**. Situazione analoga anche nella fascia del **Trentino** dove, spiega Franco Michelotto della Fondazione Mach "abbiamo avuto grossi sbalzi di temperatura a fine giugno in un momento molto delicato per la pianta. La zona più colpita è quella collinare dell'Alto Garda. Le fasce più alte sono invece più fresche e questo ha influito positivamente sulla produzione".

In **Liguria**, anch'essa baciata lo scorso anno, la prossima campagna si prospetta interessante, specialmente sul fronte della qualità, ovviamente con una inevitabile riduzione quantitativa.

In generale, conclude Coldiretti, quest'anno la campagna olivicola nazionale dovrebbe assestarsi sulle 315 mila tonnellate, l'80% in più rispetto allo scorso anno, ma con margini di crescita significativi rispetto alla media dell'ultimo decennio.

"Bisogna recuperare il pesante deficit italiano ha evidenziato al riguardo Ettore Prandini, presidente Coldiretti - potenziando una filiera che coinvolge oltre 400 mila aziende agricole specializzate in Italia e che può contare sul maggior numero di olio extravergine a denominazione in Europa (43 Dop e 4 Igp) con un patrimonio di 250 milioni di piante e 533 varietà di olive, il più vasto tesoro di biodiversità del mondo".

Intanto, i primi dati globali provvisori per i principali concorrenti dell'Italia su scala mondiale relativi alla stagione di raccolta dell'olio di oliva 2019/20 evidenziano, sempre secondo Coldiretti, che la Spagna dovrebbe produrre 1,3 milioni di tonnellate di olio d'oliva, un po' meno rispetto all'1,7 milioni dell'anno precedente (situazione che inciderà non poco nella politica dei prezzi), mentre la Grecia raggiungerebbe le 300 mila tonnellate, in crescita rispetto alle 185 mila del 2018.

SOMMARIO

2

- Una donna alla guida delle Politiche Agricole
- A Noto un olio di oliva di 4.000 anni fa

3

- "Il cliente Peralisi ha un valore aggiunto"

4

- Il rinascimento dell'olivicoltura calabrese

5

- Ma qual è l'aggettivo più adatto per l'olio extravergine di oliva?

6

- Lotta alla mosca, nuove frontiere

7

- Varietà italiane per gli oli del Sudafrica

8

- Le Città dell'Olio scrivono l'Agenda 2030

9

- Yale Olive Institute, nasce un centro di promozione dell'extravergine negli Usa

10

- "Monetizzare i crediti di carbonio"

11

- L'olio di oliva contro il diabete

Una donna alla guida delle Politiche Agricole

La sen. Teresa Bellanova è il nuovo Ministro "C'è tanto da fare, subito al lavoro"



"Al lavoro da subito, per rafforzare la strategicità di un segmento come questo per un agroalimentare moderno e di qualità, capace di attrarre occupazione qualificata, soprattutto femminile". Queste le prime parole della sen. Teresa Bellanova dopo la nomina a nuovo Ministro alle Politiche Agricole. Classe 1958 di Ceglie Messapica (Br), è stata vice ministro dello Sviluppo economico nei governi Gentiloni e Renzi dopo una carriera da sindacalista con la Federbraccianti.

"C'è molto da fare - ha aggiunto - penso al sostegno all'export agroalimentare che dobbiamo portare dai 43 attuali a 50 miliardi entro i prossimi anni, anche in un contesto difficile come quello attuale dove si parla più di dazi e barriere. Export - ha proseguito il ministro Bellanova - ma anche investimenti nelle filiere per migliorare i rapporti tra agricoltori e trasformati, vera chiave del Made in Italy, soprattutto nel Mezzogiorno".

Un pensiero particolare lo ha rivolto al settore olivicolo: "Naturalmente una delle priorità per me ineludibile sarà affrontare immediatamente l'emergenza Xylella, verificare lo stato dell'arte dei provvedimenti e la loro attuazione, riprendere il filo con i territori, garantire il giusto sostegno alla rigenerazione del paesaggio salentino e pugliese e a quanti già si stanno spendendo con generosità e impegno in questa direzione".

In Sardegna l'olio si allea con il carciofo

Intesa tra Consorzi per la promozione delle due Dop di eccellenza dell'isola

Siglatà l'intesa tra consorzi Dop per difendere e valorizzare l'olio extravergine di oliva e il carciofo Spinoso. Obiettivo: tutelare l'intera filiera e razionalizzare i costi. A firmare l'accordo sono stati Antonio Casu, presidente del Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Dop Sardegna, e Luca Carrone, presidente del Consorzio di tutela del carciofo spinoso di Sardegna Dop. Come si legge nella nota a firma congiunta dei due presidenti, il fine dell'iniziativa è quello di "offrire più servizi e valorizzare maggiormente i due prodotti di eccellenza sarda", oltre che consentire una "condivisione di servizi per uno scenario migliore del futuro dei due Consorzi di Tutela".

Quello a cui si punta è tutelare l'intera filiera e di conseguenza i produttori. Inoltre, con la condivisione di spazi e servizi verranno razionalizzati i costi. "Tramite questa convenzione - affer-

mano i due presidenti - si avrà, anche, il perseguimento di una maggiore efficienza e integrazione gestionale, sull'etichettatura, sui rapporti istituzionali verso l'esterno e con l'autorità di controllo. Si apriranno ulteriormente gli orizzonti operativi della struttura, garantendone un maggiore peso politico e un più influente peso complessivo sui mercati. Oggi più che mai, infatti, in uno scenario globale così rapidamente mutevole e al contempo così influente sulle dinamiche che condizionano l'andamento delle singole performances nel settore agroalimentare, le dimensioni e lo spazio di manovra di una realtà in espansione come i Consorzi di Tutela dei prodotti Dop, rappresentano non una variabile astratta, ma un traguardo che permette di guardare lontano per contare di più e ottenere un valore aggiunto a beneficio del lavoro quotidiano della filiera e dei propri associati".

A Noto un olio di oliva di 4.000 anni fa

L'olio d'oliva più antico d'Italia è stato rinvenuto in Sicilia, precisamente a Castelluccio di Noto, in un grosso vaso e in due vaschette di terracotta divise in scompartimenti. A fare la scoperta nell'acropoli fortificata contemporanea alla necropoli della prima età del Bronzo (2200-1450 a.C.) è stato l'archeologo Davide Tanasi. Ne ha dato notizia Ragusanews, che riporta le parole di Tanasi: "Finora gli archeologi hanno studiato la forma, il materiale e la funzione generica dei vasi, noi invece abbiamo pensato di stabilirne il contenuto tenendo conto del fatto che i contenitori, non importa quanto siano antichi, tengono memoria del prodotto

che hanno contenuto perché riescono ad assorbire particelle impercettibili sia di liquidi che di solidi". Originario di Noto, Tanasi da circa due anni e mezzo si è trasferito in Florida dove è docente universitario. Torna in Sicilia ogni estate per portare avanti i suoi lavori. "Ciò che è rimasto anche a migliaia di anni di distanza (circa quattromila per la precisione) è il segnale degli acidi grassi a cui siamo arrivati - spiega Tanasi - tramite due tecniche analitiche di diverso tipo: una risonanza magnetica nucleare e una gas cromatografia. Gli acidi grassi, in questo caso vegetali, restituiscono uno spettro, una sorta di immagine sintetizzata, che poi si con-



fronto con i database". È da questo confronto che si è arrivati a determinare l'olio d'oliva più antico mai trovato prima. Prima di questa innovativa sco-

perta, si credeva che le tracce di olio d'oliva italiano più antico fossero quelle ritrovate a Lecce e Cosenza databili tra il XII e l'XI secolo a.C.



CDR OXI Tester

Il sistema di analisi più usato nei frantoi

Da oggi disponibile anche il modello Junior portatile a batteria



“Il cliente Peralisi ha un valore aggiunto”

Il direttore commerciale Giorgio Pintagro: “L’oleificio che investe in questa fase deve calibrare al meglio ogni scelta. E noi dobbiamo dimostrare di saper dare le risposte migliori non solo in termini di qualità e innovazione, ma anche di supporto e condivisione”



Giorgio Pintagro e il quartier generale della Peralisi a Jesi

Ingegnere Pintagro, che scenario abbiamo di fronte?

“Sappiamo tutti bene che siamo in una fase complessa per il mondo dell’olio di oliva. Vi è in Spagna una compressione dei prezzi della produzione che inevitabilmente si rifletterà negli altri mercati. Di conseguenza, la propensione degli oleifici ad investire si adegua a tale scenario. Che non significa certo star fermi, ma calibrare al meglio ogni passo che si intende compiere”.

E come Peralisi si approccia a tale situazione?

“Partiamo da una considerazione di fondo: nell’ultimo decennio Peralisi ha nuovamente rivoluzionato il sistema di lavorazione in frantoio con una innovazione spinta che ha interessato tutti i macchinari: dal frangitore alla gramola, dall’estrattore al separatore. Dunque l’innovazione è il nostro grande punto di forza. E lo è insieme ad un altro elemento”.

Quale sarebbe?

“Una presenza capillare in tutto il mondo, con clienti fidelizzati che conoscono le prestazioni offerte da una macchina Peralisi e che diventano essi stessi nostri testimonial per gli elevati standard produttivi in grado di offrire alla loro clientela”.

E da questi punti di forza si parte per quali obiettivi?

“Innanzitutto dando piena centralità al cliente. Il mercato oggi si focalizza su soluzioni standardizzate, quasi azzerando il rapporto con il cliente. Peralisi, proprio perché è l’unica azienda che progetta e realizza l’intera fornitura di un frantoio e diventa dunque l’unico interfaccia per il frantoiano, è in grado di offrire una ampiezza di soluzioni per affrontare i veri e concreti problemi dei clienti che sembrano simili, ma che in realtà hanno sempre specificità diverse. A questi clienti siamo ben consci di chiedere di più, ma proprio perché siamo consapevoli di dare molto di più in termini di innovazione, affidabilità, durata”.

A che tipologia di cliente vi indirizzate?

“È importante mantenere sempre una buona selezione dei nostri clienti, distinguendo con attenzione due profili: l’uno relativo alle aziende che lavorano grandi quantitativi di olive e che hanno esigenze specifiche per massimizzare la resa, tenere il livello di qualità, ridurre i consumi; l’altro legato agli oleifici, anche conto terzi, che puntano all’alta qualità e alla piena valorizzazione di ciascuna varietà che trattano, esaltandone proprietà organolettiche, profumi e sapori, con una attenta gestione dei singoli lotti attraverso la lavorazione partitaria. Ad en-

trambi, la grande azienda e l’oleificio di piccole-medie dimensioni, siamo in grado di mettere a disposizione non solo le migliori macchine oggi presenti sul mercato per ottimizzare al meglio l’investimento, ma anche un ulteriore valore aggiunto”.

E cos’è questo valore aggiunto?

“Proprio la relazione con il cliente, che è alla base di una reciproca soddisfazione. I clienti Peralisi, in qualunque parte del mondo si trovino, devono saper trovare la nostra azienda sempre pronta non solo a fornire la migliore assistenza, ma anche a dare tutto il supporto necessario in termini di conoscenze, competenze e relazioni. L’idea poi di mettere i vari clienti Peralisi in contatto tra loro e con gli altri attori e protagonisti della filiera, condividendo esperienze e vantaggi, va in questa direzione. Una direzione che solo Peralisi può intraprendere perché è l’unica azienda presente in ogni angolo del pianeta. Ci piace pensare che chi usa macchine Peralisi abbia piena consapevolezza di avere in assoluto il meglio oggi sul mercato per la lavorazione delle proprie olive e la garanzia di risultati che non troverà altrove sotto il profilo della resa, della qualità dell’olio, della riduzione dei consumi, della valorizzazione dei sottoprodotti e della durata dell’impianto”.

di FRANCESCO CHERUBINI
 “In una fase di criticità come quella che stiamo vivendo, ben si comprende l’importanza della sostenibilità del business su cui Peralisi intende puntare”.
 L’ingegner Giorgio Pintagro, che del Gruppo leader mondiale di macchine olearie è da alcuni mesi il nuovo direttore commerciale, ha le idee chiare sulla strategia a breve e medio termine: affrontare le turbolenze del mercato in maniera forte e al contempo flessibile, con la piena consapevolezza dei punti di forza e dei valori espressi da Peralisi, con una visione che sappia andare oltre il beneficio immediato per aprirsi a nuovi orizzonti. In una parola: contribuire con tutto il team guidato dal CEO Alessandro Leopardi a fare di Peralisi un’azienda resiliente. Resiliente sia nel settore oleario, sia in quello industriale delle tecnologie di separazione dove Peralisi opera con sempre maggiori focus.

Il rinascimento dell'olivicoltura calabrese

Da terra del lampante a produzioni di alta qualità. Rosario Franco: "Bello vedere tanti giovani che credono in questo settore e che investono su oliveti e macchine olearie"



di FRANCESCO CHERUBINI

L'ultima campagna, certamente difficile, non scalfisce l'ottimismo di chi crede che l'olivicoltura calabrese abbia cambiato decisamente passo. Lo ripete con convinzione Rosario Franco, funzionario regionale in forza all'Arsac - l'Agenzia per lo sviluppo dell'agricoltura - che di olivicoltura si occupa da sempre, anche come membro del Cda della locale Elaioteca e socio dell'Accademia Nazionale dell'Olivo. "È in atto - sostiene - un vero e proprio rinascimento olivicolo della Calabria. Questa terra, che detiene il 33% della produzione nazionale, seconda solo alla Puglia, ha trovato giovani che stanno cambiando profondamente il settore".

Rosario Franco, a cosa si deve questo ritrovato amore per l'olivicoltura da parte dei giovani calabresi?

"Probabilmente dalla consapevolezza delle reali potenzialità di questo settore. Sono giovani preparati, competenti, appassionati e che stanno investendo in innovazione sia per la migliore gestione dell'oliveto che per la trasformazione in frantoio. È bello vedere questo entusiasmo, dà sensazioni positive e nuovi stimoli a tutti".

C'è attenzione da parte del settore pubblico verso questa nuova gene-



razione?

"Direi di sì, il Piano di sviluppo rurale oltre al primo insediamento concede importanti contributi a chi investe in agricoltura e per il comparto olivicolo vedo che vi è una attenzione costante".

Anche perché l'olivicoltura ha un peso non indifferente da queste parti...

"I numeri parlano chiaro: 180 mila ettari di oliveti, 20 milioni di piante, un migliaio di frantoi, un valore della produzione che incide per oltre un terzo nel settore primario regionale".

Quali sono le criticità?

"Sicuramente l'eccessiva frammentazione delle aziende. Parliamo di oltre 110 mila aziende agricole con oliveto, pari al 70% di tutte le aziende agricole regionali, gran parte delle quali con superfici minime. È chiaro che con una parcellizzazione così marcata è difficile spingere su meccanizzazione e innovazione".

E le opportunità?

"Innanzitutto la qualità di un olio che si ottiene da almeno venti cultivar di pregio. Si tratta di un grande patrimonio varietale, di cui la Carolea è certamente la regina, che permette di ottenere extravergini di assoluto livello. L'introduzione dell'Igp da due anni a questa parte consente poi di legare fortemente il prodotto al territorio e questo rappresenta un valore aggiunto non solo per il produttore, ma per la regione intera".

A proposito, come sta andando l'Igp? Si parla di 600 aziende iscritte per una produzione di 300 tonnellate nel biennio...

"La Calabria ha certamente fatto scuola su questo aspetto, anticipando molte altre regioni, con un disciplinare attento a tutti gli aspetti. Le aziende olivicole hanno compreso che una simile certificazione è sinonimo di garanzia, tanto per i consumatori quanto per i canali di distribuzione e, dunque, ci si stanno avvicinando con grande interesse, specialmente quelle più strutturate".

Lontani insomma i tempi di una Calabria olivicola nota solo per il lampante...

"Quella Calabria sta fortunatamente scomparendo: l'olivicoltura moderna con innovative forme di allevamento ha raggiunto già il 30% della superficie olivicola, rosicchiando quote all'olivicoltura marginale e mantenendo comunque gli oliveti tradizionali come importante punto di riferimento. La strada da compiere è ancora lunga, ma la direzione intrapresa è quella giusta".

Come potenziare questo "rinascimento"?

"Sicuramente con una politica di marketing spinta che sappia valorizzare appieno la qualità che l'extravergine della Calabria sa offrire e che dia dunque un valore aggiunto ai nostri produttori. Legare il prodotto alla terra rappresenta poi un'altra importante sfida a beneficio di tutto il sistema Calabria. Per questo è importante creare anche una rete con le altre produzioni di eccellenza regionali, in una strategia sinergica in grado di esaltare il made in Calabria. Noto con piacere che le istituzioni hanno ben recepito questo messaggio. Si tratta dunque di andare avanti insieme, con entusiasmo, passione e consapevolezza".

NUOVO ROVESCIATORE MRS:

Senza braccio, non c'è alcun contatto tra prodotto e parti della macchina

Disponibile un'ampia gamma di rovesciatori di bins, cassoni, contenitori con attacchi a misura per carrelli elevatori

TECNOAGRI
Agricultural and Industrial Equipment
www.tecnoagri.it



MRS
NEW
ELIVE



L'INTRUSO
 Rubrica a cura
 di Alberto Grimelli



Ma qual è l'aggettivo più adatto per l'olio extravergine di oliva?

Negli anni tutti ci siamo esercitati nella definizione di olio extravergine di oliva. È un alimento, no un condimento, anzi un ingrediente, un grasso, un nutraceutico, un farmaco, un olio vegetale... Di tutto un po', con definizioni fantasiose e a volte astruse. Il secondo passo è stato poi definire l'olio extravergine di oliva di qualità, anzi no, di eccellenza o meglio dire artigianale, contadino, agricolo per finire con premium. Neanche sul suo nome c'è un accordo, figuriamoci sulle caratteristiche che deve avere. Raccolta e frangitura entro 24, 8, 6, 4 ore. Acidità a 0,5 o meglio a 0,3, anzi meno di 0,2. Polifenoli almeno a 300 ppm, o forse meglio 500 ppm. Ognuno ha la propria visione della qualità, anche se ognuno giura che è assolutamente oggettiva, con l'ovvia conseguenza che quell'olio non esiste. Ne esistono tanti, almeno quanti sono olivicoltori e frantoiani.

I consumatori vengono storditi da migliaia di diverse informazioni, spesso molto tecniche, appena dopo avergli messo un bicchierino in mano. Magari colpiti da qualche profumo o da un gusto particolare i più avventurosi consumatori potrebbero persino azzardare l'acquisto della bottiglia,



salvo poi non sapere come utilizzarla per esaltarne gli attributi positivi. Se qualche malcapitato si azzarda a chiedere al produttore di turno un consiglio sull'utilizzo, la risposta, nella maggioranza dei casi, è: "sta bene su tutto". Ovvio quindi che il consumatore andrà a utilizzare la preziosa bottiglia appena acquistata come fosse un extravergine da supermercato a 3 euro, restandone profondamente deluso. Nessuno acquista un vestito da gran sera per metterlo in

casa o in ufficio! Oltre le caratteristiche e le qualità, oltre l'emotività o l'impulso, la funzione d'uso è basilare nel processo di scelta e nella successiva valutazione di gradimento dell'acquisto. Posso andare al ristorante per mangiare tanto, per mangiare piatti caserecci o raffinati, per godermi sapori nuovi o antichi, ma anche per godermi l'atmosfera o semplicemente per ingerire calorie. Se l'obiettivo è nutrirmi cercherò di farlo al minor prezzo

possibile, se voglio godermi una serata romantica con il partner sceglierò un locale carino e accogliente, se amo ricette gourmet e particolari cercherò nella Guida Michelin. Ognuno di questi locali risponde quindi a un'esigenza (funzione d'uso), non necessariamente a un consumatore. La stessa persona che va al fast food prima di una riunione di lavoro può volersi godere, la sera stessa, una cena a Km0. Se voglio un olio per ungere la padella basterà quello comprato a 3 euro al supermercato, sempre che sia realmente extravergine.

Quale è la funzione d'uso di un olio extravergine di oliva di eccellenza (o come lo vogliamo chiamare)? Forse da qui occorre partire ricordando che, in moltissimi Paesi del mondo, l'olio è solo un mezzo di cottura, per friggere. Occorre andare oltre le diatribe sulla qualità, sui parametri e sulle tecnicità, per entrare nelle cucine dei consumatori e dei ristoranti. Sempre che non si pensi ad altre funzioni d'uso, magari legate al benessere o alla cosmesi. In ogni caso la prima domanda da porsi, appena venduta la famosa bottiglia al consumatore, è: come la utilizzerà a casa?

Benvenuto Igp Olio di Puglia



**Già dalla prossima campagna possibile la produzione certificata
 Un brand per sostenere sempre più la qualità e la tracciabilità**

Leo Piccinno, presidente dell'Associazione tutela e valorizzazione E. V.O. Igp Puglia, ci crede: dopo la pubblicazione a fine luglio sulla Gazzetta europea della domanda di registrazione, l'IGP Olio di Puglia potrà essere commercializzato già dalla prossima campagna. "Stiamo lavorando sodo - spiega - perché tutti i soggetti interessati possano ottenere la relativa certificazione. Del resto, avremmo potuto già utilizzare il marchio lo scorso anno se solo ci fosse stato olio a sufficienza. Ora però abbiamo tutte le condizioni e credo che questa rappresenti un'importante opportunità per i nostri produttori per meglio raggiungere sia il mercato nazionale che quello estero".

La denominazione IGP Olio Puglia è riservata all'olio extravergine di oliva ottenuto da olive provenienti da cultivar nazionali a prevalente diffusione regionale: Cellina di Nardò, Cima di Bitonto (o Ogliarola Barese, o Ogliarola Garganica), Cima di Melfi, Frantoio, Ogliarola salentina (o Cima di



Mola), Coratina, Favolosa (o Fs-17), Leccino, Peranzana, presenti negli oliveti da sole o congiuntamente, in misura non inferiore al 70%, mentre possono concorrere altre varietà, fino ad un massimo del 30%. Il marchio 'IGP Olio di Puglia' sarà ben riconoscibile per il logo distintivo caratterizzato da un'antica moneta romana che simboleggia l'unità della regione

Puglia ed il suo legame storico con la coltivazione dell'olivo.

"Il brand IGP - è il commento del presidente di Coldiretti Puglia, Savino Muraglia - garantirà che l'olio extravergine sia di alta qualità, con parametri chimico-fisici ed organolettici di assoluto valore, faccia bene alla salute, perché il disciplinare prevede che solo oli con un elevato livello di

polifenoli possano diventare IGP, certificando le proprietà con un apposito claim salutistico in etichetta previsto dall'UE. Un olio sempre fresco, perché dovrà essere imbottigliato entro l'anno di produzione".

Lo stoccaggio, l'imbottigliamento e il confezionamento devono avvenire all'interno della zona geografica delimitata (zona di produzione) entro e non oltre il 31 ottobre successivo all'annata olearia di produzione. Disposizioni, queste, necessarie sia per salvaguardare i requisiti qualitativi, in particolare la caratteristica tipizzante l'IGP Olio di Puglia identificabile nella concentrazione di biofenoli, sia e soprattutto per garantire il vero autentico olio extravergine di Puglia, la tracciabilità del prodotto e assicurare il controllo.

Precise disposizioni vengono anche stabilite sul tempo di permanenza del prodotto in autocisterna durante il trasporto per non esporlo a temperature superiori e a sollecitazioni meccaniche indotte (vibrazioni).

Per contenere i rischi di precoce decadimento delle caratteristiche chimiche e organolettiche del prodotto il disciplinare prevede, per le lunghe percorrenze, la necessità di confinare il prodotto in confezioni definitive di più piccola taglia, mediante l'imbottigliamento.

Lotta alla mosca, nuove frontiere

Una piattaforma web all'avanguardia messa a punto da Assoprol Umbria consente di tenere sotto controllo la presenza dell'insetto e supportare il tecnico nei momenti decisionali

di ANGELA CANALE
e LUCA PACICCO

L'olivo per la sua sopravvivenza non teme la siccità estiva così come invece teme il freddo d'inverno, mentre le olive temono esclusivamente la mosca durante la fase di accrescimento, dopo l'indurimento del nocciolo.

In passato alternanza di produzione e attacchi parassitari, come mosca, cocciniglia e altre strane patologie, venivano accettati come eventi naturali che l'olivo pazientemente tollerava e che ci ponevano in uno stato di attesa di annate migliori.

Il 2014 è stato l'anno della "sveglia" per gli olivicoltori del bacino del mediterraneo, il fortissimo attacco di mosca, che nessuno pensava si verificasse mai con quella intensità, portò ad azzerare la produzione, lasciando tutti a bocca asciutta.

Visto che non tutti i mali vengono per nuocere, molto da allora è cambiato. Tutti a studiare i cicli riproduttivi di *Bactrocera oleae*, a riconoscere l'insetto dalla macchiolina nera sull'estremità dell'ala. Si è finalmente capito che il rame è semplicemente un fungicida e un batteriostatico. Ma soprattutto gli olivicoltori che hanno scelto la conduzione biologica hanno capito che si possono difendere le olive utilizzando trattamenti naturali, ma che rigorosamente devono avere una adeguata tempistica, cogliendo il nemico mosca nel momento suo più critico.

Soltanto un attento monitoraggio, eseguito da tecnici preparati, che lavorano in rete e che controllano un intero territorio può fornire le giuste indicazioni per ottenere il migliore risultato quando si parla di controllo e contenimento della mosca delle olive. L'Assoprol Umbria, cooperativa di produttori olivicoli umbri, a partire dalla campagna olivicola 2015/2016, ha sviluppato un innovativo Sistema di Supporto alle Decisioni (DSS) implementato *ad hoc* per la lotta contro la mosca olearia. Tale sistema rappresenta una piattaforma web d'avanguardia che consente di tenere sotto controllo la presenza dell'insetto, monitorarne l'infestazione e supportare il tecnico nei momenti decisionali per contrastarne la diffusione e i relativi danni. L'utilizzo del DSS consente inoltre di ridurre la pressione ambientale esercitata dal comparto olivicolo, limitando l'utilizzo di prodotti chimici e migliorando conseguentemente la qualità dell'olio prodotto.

Le suddette azioni sono in linea con i nuovi orientamenti delle politiche europee che puntano all'innovazione in agricoltura attraverso la diffusione dell'*Information and Communications Technology* (ICT) nell'ottica del miglioramento della qualità e della ridu-



zione degli input chimici.

La piattaforma è stata implementata in ambiente *cloud*, al fine di ridurre i rischi di malfunzionamento, fermo macchina e/o i relativi costi connessi alla manutenzione dei server; sono infatti presenti web service dedicati, per i dati meteo, per la modellistica di sviluppo del patogeno, per la gestione dei campionamenti e il posizionamento delle trappole. Per la parte meteo si utilizzano i dati di proprietà della Regione Umbria - Servizio Idrografico che fornisce dati orari (temperatura e pluviometria) provenienti dalle 85 centraline meteo distribuite su tutto il territorio regionale, supportato da una componente meteo previsionale che restituisce previsioni meteo a tre giorni, utili per pianificare eventuali tratta-



Le strumentazioni per il monitoraggio della mosca messe a punto da Assoprol Umbria

menti fitosanitari. Nell'ultimo anno le postazioni meteo sono state ulteriormente integrate con i dati di 25 centraline meteo ubicate presso le aziende agricole, afferenti al Gruppo Operativo Smart Meteo finanziato a valere sulla Misura 16.1 del PSR Umbria 2014/2020.

Il web service, implementato con architettura REST, consente invece di interrogare il modello di sviluppo della mosca, con il contributo scientifico della Scuola Superiore Sant'Anna, partendo dall'ubicazione dell'azienda

e dai dati meteo delle tre stazioni meteo più vicine (principio di triangolazione euclidea). Il web service, tramite l'implementazione di protocolli di risposta JSON, fornisce una stima dei seguenti parametri:

- stima della mortalità dovuta alle alte temperature a carico delle forme pre-immaginali della mosca (uova, larve di I-II età);
- stima delle generazioni teoriche in base alla percentuale di raggiungimento dei gradi giorno e la data prevista di sfarfallamento;
- stima della fertilità e potenzialità di ovideposizione degli adulti di mosca delle olive in funzione dei dati giornalieri di temperatura.

Il sistema si interfaccia con i comuni *device* (tablet/smartphone) che per-

mettono ai tecnici, impegnati durante le operazioni di controllo e monitoraggio in campo, di inserire tutte le informazioni rilevate durante le uscite presso le aziende, in modo tale da ottimizzare il flusso di lavoro ed avere un quadro completo delle catture rilevate in campo.

Dal punto di vista grafico, una serie di indicatori di dimensione e colore diversi, consente di visualizzare, in tempo reale, tutte le variabili misurate e/o elaborate (es: infestazione attiva/totale/adulti catturati/larve vive etc.) per ogni punto di monitoraggio; inoltre un quadro di riepilogo di tutte le aziende monitorate e del grado di infestazione viene rappresentato settimanalmente in modo tale da avere sotto controllo la cadenza dei sopralluoghi.

Una funzionalità implementata negli ultimi anni ha riguardato l'automazione del processo di aggregazione dati di infestazione aziendali, editing bollettino e invio automatico alla mail segnalata, facilitando notevolmente il lavoro dei tecnici addetti al monitoraggio.

L'utilizzo del DSS consente, dunque, di avere una visione complessiva di tutte le aziende aderenti al piano di monitoraggio, permettendo ai tecnici di individuare anticipatamente eventuali dinamiche di sviluppo localizzate, oppure individuare aree in cui si manifestino particolari focolai di infestazione da tenere sotto controllo.

Gli sviluppi futuri che si stanno analizzando sono rappresentati da una piattaforma realizzata con un'architettura modulare, che potrà essere utilizzata per sviluppare e/o integrare altri DSS per differenti filiere produttive, come ad esempio cereali, vite, frutticoltura etc., consentendo di fornire un valido supporto ai tecnici durante le fasi di controllo e intervento fitosanitario.

Regione che vai
frantoio che trovi...

La rubrica di Angela Canale



Angela Canale stavolta fuori dei confini nazionali per scoprire l'azienda Anysbos che del nostro Paese utilizza anche la migliore tecnologia

Varietà italiane per gli oli del Sudafrica

Sono passati 25 anni da quando in Sudafrica è iniziato l'interesse per la coltivazione dell'olivo, che è coinciso con l'interesse per l'olio extravergine di oliva di qualità, sviluppato in quegli anni un po' in tutto il mondo.

Giulio Bertrand, noto imprenditore dell'industria tessile italiana degli anni '70, scomparso lo scorso anno, ne fu il pioniere importando dal nostro Paese una ventina di varietà, realizzando così i primi oliveti sperimentali a cui seguì subito la costruzione di un vivaio, nella sua Morgenster. Il suo scopo fu coinvolgere altri imprenditori per dare importanza e valore commerciale a un prodotto dall'identità sudafricana, ma con uno stile tutto italiano. Fornire ad altre aziende locali piante di olivo sane e dalla sicura rispondenza varietale è stata la sua prima preoccupazione. Subito dopo pensò ad acquisire macchine per l'estrazione dell'olio, tecnologicamente avanzate e anch'esse di origine italiana, come i frantoi Pieralisi.

Ambiente vocato, clima ideale, alta capacità imprenditoriale, resero ab-



bastanza semplice questa operazione che oggi vede ben coltivati circa 5000 ettari di oliveti con una capacità di produzione di olio approssimativa pari a 2000 tonnellate, che in questo momento viene apprezzato e consumato soprattutto in un mercato locale tutto sudafricano.



Oggi il Sudafrica produce non soltanto ottimi vini, ma anche grandi oli dalle caratteristiche organolettiche simili ad alcuni dei migliori oli d'Italia, dai profumi intensamente fruttati e fortemente erbacei, ricchi di amaro e di piccante. Varietà italiane come la Coratina, la Peranzana, il Frantoio, la

Don Carlo e la Nocellara del Belice hanno giocato, comunque, un ruolo importante in questa caratterizzazione, prendendo facilmente il posto della locale Mission, al contrario delle altre poco apprezzata per la produzione di oli di qualità.

Nel mio viaggio tra Cape Town e Hermanus, nella costa sudorientale, mi fermo nei pressi di Bot River, nell'azienda Anysbos. Mi accoglie il proprietario, Mr Johan Heyns, un signore pieno di entusiasmo per il suo lavoro, con un sorriso cordiale e molto ospitale. Quaranta sono gli ettari di oliveti coltivati in azienda, le cui olive vengono molite nel frantoio aziendale, un modello Pieralisi EFFE 3 che rimane in funzione, senza sosta, per tutta la stagione di raccolta che va da fine marzo a fine giugno. Anche se con una contenuta capacità lavorativa, riesce a fornire servizio a molte altre aziende vicine, che affidano alla sua bravura le loro olive.

Per passione alleva capre e coltiva viti, producendo anche un ottimo formaggio e meravigliosi vini.

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

QUINTI
BOTTLING MACHINES

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

Le Città dell'Olio scrivono l'Agenda 2030

Tre giorni di incontri per definire proposte e strategie capaci di valorizzare filiera e territorio

Il futuro per la cultura dell'olio passa dalla redazione dell'Agenda 2030 delle Città dell'Olio, il documento unico di cui si discuterà a Siena, dal 29 novembre al 1° dicembre prossimi nel corso dell'evento celebrativo del 25° anniversario dalla nascita dell'Associazione che riunisce i Comuni a vocazione olivicola. "Olio 2030: costruire il futuro" è il titolo del meeting che affronterà cultura, identità, territorio, qualità e sviluppo sostenibile: tematiche suddivise in varie sessioni, all'interno delle quali saranno disegnate proposte e strategie atte a trasformarsi in opportunità per la filiera di vedere il settore non solo nell'ottica ristretta della produzione, ma in una visione a 360 gradi dalla cultura, al marketing, alla commercializzazione, al turismo, alla ricerca della qualità. Il documento che ne uscirà sarà uno strumento strategico per gli amministratori pubblici che, ispirandosi ad esso, potranno intraprendere e gestire percorsi politici ed amministrativi volti alla valorizzazione di una delle più importanti colture italiane.

"Il settore olivicolo - spiegano infatti dall'Associazione - ha infatti oggi più di sempre bisogno di investimenti adeguati, interventi strutturali, ma soprattutto una strategia a livello nazionale per il recupero del territorio e la gestione degli ettari coltivati, affinché possano svolgere il loro, fondamentale, compito di assolvere altresì le funzioni di senti-

nella nei confronti degli eventi di dissesto idrogeologico, di cui è in gran parte responsabile l'incuria e l'abbandono dei territori.

Quello del **Paesaggio Rurale Olivicolo** sarà dunque uno dei temi chiave dei lavori per le celebrazioni del 25° anniversario dell'Associazione Città dell'Olio, il cui panel sarà coordinato dal prof. Mauro Agnoletti, docente di Pianificazione del Territorio Rurale e di Storia Ambientale alla Facoltà di Agraria dell'Università di Firenze. Saranno tuttavia sei i tavoli tematici: un altro su cui saranno puntati i riflettori è quello dedicato al **Turismo dell'Olio e del Cibo** - guidato dalla prof.ssa Roberta Garibaldi, docente di Marketing e di Economia e gestione delle imprese turistiche dell'Università di Bergamo - orientato alla valorizzazione di un patrimonio di civiltà millenaria come il paesaggio monumentale, le tradizioni e la cucina ispirata dalle genti delle piccole comunità delle Città dell'Olio e *farne drivers* capaci di intercettare sempre più quote di turisti destinati poi a diventare consumatori creando ricchezza sul territorio.

Tra i temi anche quello dell'**Identità e Territorio** come valore da trasmettere sui prodotti di eccellenza dell'agroalimentare, la cui sessione sarà condotta dal giornalista ed esperto enogastronomico Carlo Cambi, che ben si compenetra con il panel dedicato alla Cultura dell'Olio e Stile di Vita, guidato invece

dalla prof.essa Elisabetta Moro, docente di Discipline Demo-etno-antropologiche presso l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli in tandem con l'antropologo della contemporaneità Marino Niola. Sarà invece dedicato a **Produzione, Marketing ed Economia** il tavolo di lavoro presieduto dal prof. Alberto Mattiacci, docente di Economia e Gestione delle Imprese alla Sapienza di Roma: fulcro del dibattito sarà la necessità di costruire una strategia specifica di marketing in cui il prodotto e la sua qualità costituiscano la base per presentarsi competitivi sui mercati, senza tuttavia tralasciare l'importanza di dare luce all'origine ed al patrimonio culturale espresso dalle Denominazioni di Origine con le componenti affettive, emozionali ed emotive.

Strategico sarà infine anche investire in **Formazione ed Educazione**, la cui sessione dedicata sarà condotta dal Presidente del Comitato per l'educazione alimentare MIUR Riccardo Garosci. In questo contesto, sarà portata in discussione la necessità di costruire nelle nuove generazioni una cultura del patrimonio agroalimentare italiano, già a partire dall'età scolare e coinvolgendo dunque nella formazione di consumatori le scuole di ogni ordine e grado sul territorio nazionale, al fine di creare consapevolezza sul prodotto, ma soprattutto sul valore espresso da essi in termine di legame con i territori di origine.

Olio, procedure più snelle per le Regioni

Alcune novità procedurali per il settore dell'olio di oliva e delle olive da tavola. Sono stati firmati, infatti, dal Ministero delle Politiche Agricole due decreti fortemente voluti dalle Regioni e dal settore, che apportano importanti modifiche nei programmi di sostegno al settore olio di oliva e olive da tavola e in materia di riconoscimento e controllo delle organizzazioni dei produttori.

Il primo decreto sulle "Disposizioni in materie di riconoscimento e controllo delle organizzazioni di produttori del settore olio di oliva e delle olive da tavola e le loro associazioni", rende più chiare ed esplicite le modalità per l'attuazione del Regolamento Omnibus sulle attività delle OP, sia per quanto riguarda la loro revoca, sia per la deroga dei requisiti di riconoscimento per calamità naturali, condizioni climatiche avverse o in caso di infezione da Xylella.

Il secondo provvedimento, recante "Disposizioni nazionali concernenti i programmi di sostegno al settore olio di oliva e olive da tavola", e su cui è stata raggiunta l'intesa in Conferenza Stato Regioni, posticipa dal 30 giugno al 15 luglio di ciascun anno il termine entro il quale le Amministrazioni, competenti al riconoscimento delle organizzazioni e delle associazioni di produttori olivicoli, devono trasmettere all'Agea i risultati sui controlli svolti per accertare il mantenimento dei requisiti necessari per accedere ai programmi di sostegno.

Olivicoltura presente in 64 Paesi con quasi 12 milioni di ettari

Come sta procedendo l'olivicoltura mondiale? Uno spaccato ce lo fornisce uno studio condotto da Juan Vilar, docente all'università di Jaèn, commissionato da un consorzio economico internazionale con interessi nell'attività oleicola.

Lo studio precisa che attualmente l'olivicoltura è presente in 64 paesi nei cinque continenti, mentre i suoi prodotti (olio d'oliva e olive da tavola) sono consumati in 194 paesi.

La superficie totale dedicata all'olivicoltura, che negli ultimi due decenni ha conosciuto un'espansione di 2 milioni di ettari, è di 11,7 milioni di ettari, di cui il 34% è coltivato in asciutta e il 66% su terreni irrigati.

Inoltre, lo studio precisa che l'oliveto tradizionale rappresenta il 71% della superficie totale (quasi 8,3 milioni di ettari), quello intensivo il 23%, e il 6% corrisponde alla coltura superintensiva, fornendo campagne con produzioni che oscillano tra i 17 e i 20 milioni di tonnellate, destinando il 13% per le olive da tavola e l'87% per la



lavorazione dell'olio d'oliva.

In particolare, l'oliveto tradizionale genera il 62% dell'olio d'oliva totale del pianeta pari a poco più di 2 milioni di tonnellate, mentre nel caso dell'oliveto moderno (intensivo e in siepe) è il 38%, e cioè 1,25 milioni di tonnellate. Per quanto riguarda i dati internazionali per l'olio d'oliva e per la campagna 2017/18 il rapporto indica che sono state ottenute 17,9 milioni di tonnellate di olive, con una resa media del 18,55%.

A cura di



di CRISTINA RAVENGA PALACIOS
(redattrice di Mercacei)

Fondato nell'ottobre scorso presso l'università di Yale, l'Olive Oil Centre è una interessante realtà. Ne parliamo con il prof. Tassos Kyriakides, docente nella Scuola di Salute Pubblica di Yale che ha cofondato questo organismo e che in questa intervista svela i principali obiettivi di questo progetto, così come la sua visione della cultura dell'olio EVO negli Stati Uniti.

Prof. Kyriakides, come è nata l'idea di creare un Olive Oil Center a Yale?

“È il risultato di un lavoro preventivo sulla dieta mediterranea, il cui obiettivo principale era colmare il divario che si percepiva tra quanto la ricerca aveva prodotto sugli aspetti salutistici di tale dieta e la consapevolezza tra i consumatori. Mi sono concentrato sull'olio d'oliva, il pilastro principale e la base di questo modello alimentare. Con un collega abbiamo organizzato inizialmente un simposio di due giorni a Yale con la presentazione e la discussione di numerose ricerche ed iniziative sull'extravergine. Ne è scaturita l'evidenza di dare vita ad un vero e proprio Olive Institute”.

Quali sono gli obiettivi principali?

“L'Olive Institute, che aprirà a breve, sarà l'interfaccia e il catalizzatore tra gli Stati Uniti e le varie entità che lavorano nel settore dell'olio d'oliva e delle olive. La sua missione è quella di fornire e coordinare studi approfonditi, ricerche ed avviare attività di educazione alimentare. Attraverso la partecipazione di associazioni e organismi, pubblici e del mondo dell'industria, questo istituto incoraggerà la ricerca e la diffusione delle migliori tecniche e direttrici per la produzione e l'uso sostenibile dell'olio d'oliva e delle olive, così come dei suoi benefici per la salute”.

Che attività ed iniziative prevede si avvieranno e quali saranno i relativi contenuti?

“L'Istituto punta ad essere leader nelle ricerche e nelle attività del settore; dunque fornire supporto per la pianificazione di progetti di salute pubblica, collaborare e diffondere le conoscenze per la produzione, per la sostenibilità e per il consumo, creare un forum dove sviluppare e diffondere le linee guida e le migliori pratiche legate all'olio d'oliva e alle olive. Un'attività che spazierà dunque su scienze e chimica, nutrizione e salute, agricoltura e tecnologia, gastronomia e cultura”.

Che peso avranno i principali paesi produttori in questo istituto?

“Dal momento in cui è stato concepito,

Nella prestigiosa università nordamericana situata a New Haven (Connecticut) è stato istituito un organismo che coordinerà gli studi scientifici sull'olio d'oliva per contribuire alla ricerca e alla diffusione dei suoi benefici salutistici. Opportunità indirette per Spagna, Italia e Grecia

Yale Olive Institute, nasce un centro di promozione dell'extravergine negli Usa



Il prof. Tassos Kyriakides e (sopra) l'Università di Yale

to, questo progetto racchiude la filosofia della Scuola di Salute Pubblica di Yale sintetizzata nel concetto “innovazione attraverso la collaborazione”. Per questo abbiamo invitato e inviteremo personaggi ed entità dei principali paesi produttori d'olio d'oliva. La risposta fino ad oggi è stata incredibile: istituti accademici e organizzazioni spagnole, italiane e greche si trovano, come ci aspettavamo, in tutti i vari gruppi di lavoro dell'Istituto, contribuendo alla sua struttura di governo. Allargando alleanze anche con gruppi in altri paesi produttori come gli

stessi Stati Uniti e l'Australia”.

Durante il suo percorso professionale come professore all'Università di Yale, come valuta l'evoluzione del consumo dell'olio extravergine d'oliva negli Stati Uniti e la percezione del consumatore di questo prodotto?

“Chiaramente, e non è un segreto, il consumo di EVO negli Stati Uniti è estremamente basso in confronto a paesi come Spagna, Italia e Grecia. Per questo lavoreremo per sviluppare un significativo incremento di tale tendenza. La mancanza di una

educazione salutistica o i messaggi confusi contribuiscono a rendere i livelli di consumo così bassi. Tuttavia esistono segnali promettenti: presso l'Università di Yale, ad esempio, i servizi alberghieri e di ristorazione hanno registrato grandi progressi negli ultimi quattro anni, aumentando il consumo di EVO da una media di un litro per studente all'anno fino a quasi 4 litri. Credo fermamente che l'educazione sui benefici del consumo di questo prodotto debba iniziare sin dalla tenera età; per cui parte dei nostri sforzi consisterà nel disegnare progetti che introducano l'olio nella tradizione culinaria e nutrizionale dei più giovani, affinché si riesca a far crescere una nuova generazione di consumatori d'extravergine d'oliva”.

Si stanno conducendo campagne promozionali efficaci per la diffusione della cultura dell'EVO negli Stati Uniti? O crede che si dovrebbe fare qualcosa di più?

“Varie organizzazioni statunitensi hanno dedicato numerosi sforzi a questo tipo di campagne ma, se osserviamo il consumo medio di EVO negli Stati Uniti come un indice di successo, dovremmo riflettere e rivalutare l'idea di come migliorare la cultura dell'olio extravergine d'oliva. In questo senso, vogliamo agevolare il coordinamento dei vari soggetti impegnati nella promozione per creare messaggi e campagne unificate e coerenti. Sono convinto che lo scambio di idee e di punti di vista in uno spirito di collaborazione favorirà la cooperazione, con l'obiettivo finale di promuovere ed introdurre l'uso dell'olio extravergine d'oliva nella cultura alimentare statunitense”.

Gli chef ed i ristoranti degli Stati Uniti usano EVO? O la presenza di questo prodotto si limita ai ristoranti di cucina mediterranea?

“Dato che la presenza di EVO è determinata dall'interesse e dalle conoscenze dello chef, è indispensabile intensificare gli sforzi per educare gli attuali e futuri cuochi negli Stati Uniti. È allo stesso tempo deludente registrare che, a volte, nei ristoranti mediterranei la qualità degli extravergini sia piuttosto insoddisfacente. Come Istituto prenderemo contatti con il Culinary Institute of America per verificare che l'educazione alimentare associata all'EVO si traduca poi in piatti adeguati”.

“Monetizzare i crediti di carbonio”

Il prof. Primo Proietti, dell'Università di Perugia, coordina un progetto europeo per calcolare la carbon footprint del settore: “L'olivicoltura contribuisce a contrastare i cambiamenti climatici”

di FRANCESCO CHERUBINI
È crescente da decenni l'attenzione sulle problematiche connesse ai cambiamenti climatici e alle relative strategie di mitigazione. Tra esse, obiettivo del Protocollo di Kyoto, la riduzione dei più importanti gas responsabili dell'effetto serra, anidride carbonica (CO₂) in primis, avendo il maggior impatto. Partendo da queste premesse, si è sviluppato un Progetto europeo, denominato “LIFE OLIVE4CLIMATE”, coordinato dal prof. Primo Proietti, docente di arboricoltura all'Università di Perugia, per verificare se una gestione dell'oliveto secondo criteri di alta sostenibilità ambientale possa contribuire a ridurre la concentrazione di CO₂ nell'atmosfera.

Prof. Proietti, come nasce questo progetto?

“Dalla constatazione che l'olivo sequestra grandi quantità di carbonio nella sua abbondante struttura legnosa e per molti anni, data la sua longevità. Anche nel terreno dell'oliveto può accumularsi carbonio. In olivicoltura, inoltre, in genere si adottano pratiche colturali a basso impatto ambientale, in grado sia di potenziare l'accumulo di carbonio nel terreno sia di ridurre le emissioni di CO₂ dovute alla gestione colturale. A fine ciclo, poi, se il legno viene bruciato per produrre energia, non si immette nuovo carbonio in atmosfera, come avviene con i combustibili fossili. Utilizzando invece il legno per produrre manufatti di lunga durata, come mobili, parquet, ecc., il carbonio è sottratto all'atmosfera per decine di anni, talvolta per secoli. D'altra parte, però, va considerato che la filiera olivicola-olearia è anche responsabile di emissioni di CO₂ nell'atmosfera a seguito delle operazioni colturali in campo e di quelle di trasformazione in frantoio. In definitiva, quindi, il progetto vuole pervenire a un bilancio del carbonio sequestrato ed emesso (calcolando la carbon footprint) per capire che ruolo ha la filiera olivicola-olearia sull'effetto serra.

Come vi state muovendo per costruire questo bilancio?

“Stiamo analizzando tutte le fasi della filiera olivicola-olearia, dalla produzione di olive all'imbottigliamento e allo stoccaggio dell'olio in azienda, al fine di definire nelle aziende italiane, greche e israeliane coinvolte nel progetto sia il bilancio del carbonio relativo alla produzione di 1 litro di olio extravergine di oliva, sia le strategie per ottimizzare tale bilancio (riducendo le emissioni e favorendo il sequestro). Stiamo anche mettendo a punto le procedure per calcolare i Crediti di carbonio (più propriamente detti nei settori non forestali “Crediti



Dall'alto in senso orario, rilievi di campo, il prof. Primo Proietti (a destra) con il collaboratore Luca Regni e il logo del progetto O4C

di sostenibilità”), ossia l'attestazione di riduzione di emissioni o aumento di sequestro del carbonio, generabili con l'introduzione di pratiche agricole ecosostenibili”.

Quali vantaggi possono derivare agli olivicoltori e ai frantoiani?

“Dobbiamo considerare che finora si è sottovalutato che l'abbandono di oliveti marginali, per scarsa redditività della coltura, può essere molto dannoso non solo a livello produttivo, ma anche per il venir meno delle funzioni di difesa idrogeologica, salvaguardia della biodiversità, valenza paesaggistica e, appunto, contrasto ai cambiamenti climatici che gli oliveti spesso hanno. Per evitare ciò, dovremmo restituire competitività alla coltura, anche monetizzando questi servizi ecosistemici e quindi pagando gli olivicoltori per il loro mantenimento/potenziamento.

Adottando pertanto strategie volte a ridurre le emissioni, sia migliorando l'efficienza dei fattori produttivi sia modificando alcune tecniche colturali (ad esempio, utilizzando le acque di vegetazione e la sansa come ammendanti, in sostituzione dei concimi chimici la cui produzione comporta notevoli emissioni di CO₂) è possibile migliorare il bilancio della CO₂ (riduzione della carbon footprint) della filiera e quindi generare per gli oliveti i Crediti di carbonio, che gli olivicoltori potranno vendere sul mercato volon-

terario a potenziali acquirenti.

“In definitiva, il valore aggiunto (premio sul prezzo) che i consumatori riconoscono ai prodotti con attestazioni di ridotto impatto ambientale e l'eventuale possibilità di vendere i Crediti di carbonio costituirebbero una integrazione del reddito dei produttori, che potrebbe contribuire a restituire sostenibilità economica alla coltura, soprattutto in aree marginali a rischio di abbandono ove è più

semplice contenere le emissioni e potenziare il sequestro di carbonio”.

Come favorire una piena divulgazione dei risultati di questo progetto?

“Nel progetto abbiamo incluso una serie di attività per favorire la divulgazione dei risultati. Anzitutto, si sono formati gli operatori delle aziende italiane, greche e israeliane coinvolte tramite incontri, sopralluoghi e cartelloni dimostrativi affinché essi stessi possano diventare con le loro aziende un modello replicabile per altre aziende nelle rispettive aree. Parallelamente, sia per supportare le aziende coinvolte sia per rendere i contenuti e i risultati del progetto fruibili da aziende,

amministratori e consumatori, sono stati realizzati il sito del progetto (<https://olive4climate.eu>), brochure, una newsletter elettronica semestrale inviata a tutti gli stakeholders, pagine dedicate nei principali social networks

che consentono

anche una facile interazione, convegni e seminari, pubblicazioni sia scientifiche sia divulgative. Infine, abbiamo realizzato un manuale, in italiano, inglese e greco (scaricabile dal sito), per illustrare le buone pratiche agricole che consentono di migliorare le performance aziendali in termini di sostenibilità ambientale”.

Come valorizzare anche rispetto ai consumatori il concetto di produzione sostenibile dell'olio extra vergine di oliva?

“Non credo che ciò sia difficile poiché negli ultimi decenni è maturata in molti consumatori una coscienza ambientale e la consapevolezza di poter influenzare le strategie produttive attraverso una “pressione selettiva positiva”, scegliendo cioè i prodotti la cui produzione ha comportato un minore impatto ambientale. I risultati che stiamo ottenendo vanno esattamente in questa direzione poiché dimostrano che la produzione di olio di oliva extravergine secondo modelli produttivi a basso impatto ambientale può sequestrare addirittura il doppio della quantità di CO₂ emessa. Possiamo quindi comunicare ai consumatori che il consumo di questi oli, oltre a far bene alla salute, può mitigare i cambiamenti climatici poiché la carbon footprint dimostra che il sequestro del carbonio che si ha nel sistema oliveto è superiore alle emissioni dell'intera filiera”.

Assicurazioni e frantoi

Ai frantoi si applica la riduzione dei premi sulle assicurazioni obbligatorie contro gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali. Lo ha confermato l'Inail specificando in un'apposita circolare quali sono i contribuenti che hanno diritto alla riduzione dei premi. I destinatari della riduzione sono individuati mediante due diversi criteri di differenziazione, a seconda che abbiano cominciato l'attività da più o meno di due anni. Tutti quelli che hanno presentato l'istanza per godere della riduzione nel triennio 2017-2019, se questa è stata accettata, non devono inoltrare nuovamente la richiesta per l'anno in corso.

L'olio di oliva contro il diabete

Due distinti studi mostrano interessanti risultati

L'olio extravergine d'oliva è un farmaco naturale contro il diabete. A stabilirlo sono due distinti studi resi noti quasi contemporaneamente: l'uno condotto dall'Università La Sapienza di Roma, l'altro dal Centro medico dell'Università della Navarra di Madrid.

Nel primo, quello italiano, i cui risultati sono stati pubblicati su "Nutrition & Diabetes" emerge che una dose di 10 grammi al giorno di extravergine si comporta come un antidiabetico orale con un meccanismo simile ai farmaci di nuova generazione, cioè le incretine (ormoni naturali prodotti a livello gastrointestinale che riducono il livello della glicemia nel sangue). In altre parole l'assunzione di olio extravergine di oliva si associa a un aumento nel sangue delle incretine. I risultati della ricerca mostrano che 2 ore dopo il pranzo, i soggetti che assumevano l'olio d'oliva avevano valori significativamente più bassi di glicemia e livelli più alti di insulinemia. A tutto questo si aggiunge anche un aumento significativo delle incretine e una riduzione significativa del colesterolo serico. Lo studio condotto invece dai ricer-

catori medici spagnoli ha rivelato che la dieta mediterranea ricca di olio extravergine di oliva potrebbe ridurre a lungo termine, fino al 22%, la necessità di farmaci nei pazienti diabetici. Lo studio, anch'esso pubblicato su primarie riviste scientifiche, prende in esame i risultati ottenuti da un'ampia ricerca, condotta in Spagna, che ha valutato 3.230 diabetici per un periodo di tempo di oltre 3 anni, suddivisi in tre distinte diete: un gruppo associato ad una dieta mediterranea con olio di oliva extravergine, un secondo ad una dieta mediterranea integrata con frutta a guscio mista ed un terzo, definito gruppo di controllo, cioè quello rispetto al quale venivano verificate le differenze con i primi due gruppi, associato ad una dieta a basso contenuto di grassi.

Il responsabile dello studio, Fernando Arós, ha dichiarato che "la minore necessità di farmaci (orali o iniettabili) con la dieta mediterranea integrata con olio extravergine di oliva probabilmente riflette il miglior controllo glicemico ottenuto con questa dieta durante il lungo follow-up dello studio".

Le Ricette de L'Olivo News

L'insalata pantesca



Un suo posto privilegiato, nell'olimpico gastronomico, merita senz'altro il piatto tipico per antonomasia della cucina di Pantelleria. Universale per la sua semplicità compositiva, per la sua completezza, per la sua adattabilità: è l'insalata pantesca.

Ce ne parla, presentandoci anche la ricetta, Rosario Cappadona della Cooperativa Agricola Produttori Capperi Srl di Pantelleria: "Piatto dove gli ingredienti si amalgamano eppure rimangono distinti nelle loro peculiarità, ricco di alimenti semplici e apportatore della gamma più completa di nutrienti, equilibrato e gustoso, assimilabile ed energetico. Pura sintesi dove la gastronomia diventa cultura ed essenza di un popolo contadino che si trasmette fino a noi senza alcuna necessità di ulteriori arricchimenti, di ulteriori manipolazioni. Insomma: grande e semplice nella sua universalità.

Per esaltarne al massimo le potenzialità aromatiche e poterlo offrire al palato nelle sue poliedriche sfaccettature ci piace immaginarlo composto, oltre che dai costituenti più comuni (pomodori, patate lesse e uovo sodo tagliato a spicchi), dai seguenti ingredienti: capperi di Pantelleria al sale marino, cipolla rossa di Tropea, olive Nocellara del Belice, origano di Pantelleria e olio di frantoio extravergine di oliva della varietà Bianca-lilla di Pantelleria. Più che un piatto alimentare avrete la quint'essenza della gastronomia e della cultura mediterranea".

Dosi per 4 persone

Ingredienti

4 patate di media grandezza, una cipolla rossa, 10 foglioline di basilico, 20 pomodorini da insalata, 12 olive verdi, 30 g di capperi di Pantelleria al sale marino, 4 uova, un pizzico di origano, olio extravergine di oliva, sale marino.

Procedimento

Bollite le patate, sbucciatele e tagliatele a fette spesse. Aggiungete i pomodorini e la cipolla tagliati a rondelle, il basilico a foglie, le olive e i capperi. Condite con l'olio extravergine d'oliva, un pizzico di sale e una spruzzata di origano. Se volete arricchire questo contorno, per farlo diventare un piatto unico, come nella tradizione contadina di Pantelleria, aggiungete le uova sode tagliate a spicchi (a piacere si può arricchire questa insalata aggiungendo anche sgombrò o tonno sott'olio, qualche foglia di lattuga tenera, cetriolo tagliato a rondelle).

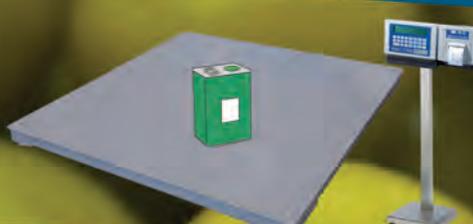
Se si ha l'opportunità di essere a Pantelleria si possono gustare anche i "pisci sciutti": menole pescate prima di deporre le uova ed essiccate al sole con il sale marino. Fatele scottare leggermente sul fuoco, mondatele dalle scaglie residue e diliscatele, aggiungendole all'insalata tagliate a pezzetti.

Partecipa anche tu a "Le ricette de L'Olivo News" l'iniziativa che vuole valorizzare le migliori ricette regionali a base di olio extravergine di oliva. Chiunque può partecipare inviando via mail, all'indirizzo olivonews@pialisi.com, la propria ricetta completa di ingredienti e le spiegazioni per lo svolgimento della stessa, corredata con foto del piatto ed indicando il nome dell'autore e i suoi riferimenti (indirizzo e recapito telefonico), con relativa autorizzazione alla pubblicazione.

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



Piattaforme di pesatura fino a 100 t



Piattaforme di Piccola e Media Pesatura



Riempitrici Omologate

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

Dal programma Viridem, IlsaC-on. Più resa in olio.

VIRIDEM®

estratti vegetali per uso agricolo

**Biostimolanti Viridem
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 l'efficienza di assorbimento dell'acqua e dei nutrienti.

Favorisce l'equilibrio nutrizionale che incide sul benessere delle piante limitando gli effetti negativi di stress ambientali, termici, idrici ed in particolare quelli da eccesso di salinità.

Le piante possono esprimere così tutto il loro potenziale: i risultati si vedono, ad esempio, nella resa in olio da olive e nell'aumento del grado zuccherino nella vite da vino.

Anche ILSAC-ON è un biostimolante che fa parte del programma Viridem, l'innovativa generazione di prodotti di matrice vegetale, efficaci e sostenibili, sviluppati da ILSA.

Buon lavoro alle tue piante. E a te.



Indicato per: Olivo, Vite, Drupacee, Pomacee, Actinidia,
Solanacee, Mais e altri cereali.

www.ilsagroup.com

ILSA
The green evolution