«Sull'olio la Spagna ci sorpassa Per il rilancio impariamo dal vino»

La strategia di Assitol: lasciateci scrivere più informazioni in etichetta

Luca Zorloni
MILANO

GIOVANNI Zucchi, 42 anni, amministratore delegato dell'Oleificio Zucchi di Cremona, da pochi mesi è presidente di Assitol, l'Associazione italiana dell'industria olearia, che riunisce 90 imprenditori del settore.

Che sfide attendono il comparto?
«L'Italia è a rischio nella leadership mondiale delle esportazioni. C'è bisogno di investimenti e di rinnovamento culturale. Penso che ci siano le condizioni per ragionare su come reagire a un sistema Spagna che negli ultimi dieci anni è passato da una situazione subordinata a noi a una di competizione e rischio di sorpasso».

Che strategia proponete?
«Ci sono due punti da tenere in considerazione. Il primo è che non è mai accaduto che avanzasse prodotto italiano da un raccolto all'altro. La produzione italiana copre fra il 30% e il 40% del fabbisogno nazionale complessivo».

Questa è la prima premessa. La seconda?
«Gli italiani sono cresciuti come grandi costruttori di cuvée. La capacità storica di selezionare le olive ha creato una capacità di fare blend (miscela, *ndr*). Non mi interessa che questo prodotto sia definito made in Italy perché la provenienza dell'oliva non è italiana ma mi piacerebbe che si riconoscesse, come per la cucina, la capacità italiana di capire il gusto del consumatore e di costruire il prodotto che desidera. Quindi il regolamento che chiede di mettere l'origine in etichetta è un passo fondamentale, ma è altrettanto fondamentale che si riesca a raccontare il prodotto in etichetta».

Oggi è proibito?
«Noi al momento possiamo scrivere solo che il prodotto è dolce, è equilibrato, è fruttato. Mentre il vino ha costruito una segmentazione di mercato».

Che differenza c'è tra un produttore italiano che fa miscela di olive per l'olio e uno spagnolo?
«Gli spagnoli non sono capaci. L'arte di creare un blend è artigianale, non replicabile chimicamente».

L'olio italiano è sotto assedio? C'è stata di recente una maxi-inchiesta per frode.
«Questo è un settore che ha preso troppi soldi in questi anni senza degli obiettivi chiari. Oggi ci sono già otto istituti che ci controllano, ma serve che il settore si autoregoli».

È in corso una battaglia per adottare il tappo anti-rabbocco. Obiettivo: evitare le frodi nei locali pubblici. Cosa ne pensa?
«Anche a parità di costo dello stesso marchio, per un bar o un ristorante la latta da 5 litri costa meno della bottiglia: anche chi non ha intenzione di fare una frode ne ha vantaggio. È stata una battaglia che Italia e Spagna hanno cercato di portare avanti in Europa e su cui Germania e Gran Bretagna si sono opposte perché nascondono abitudini per cui ci sono ri-imbottigliatori locali. L'industria è stata in posizione neutra: se la soluzione sono i tappi degli alcolici, l'industria deve dire quanto costa cambiare le macchine per adattarle. Se si tratta di un tappo infrangibile, con un tempo adeguato partiamo».

Come si colloca la Lombardia nel panorama dell'olio italiano?
«La Lombardia resta una delle regioni più importanti. Qui ci sono lo stabilimento Deoleo e il nostro Zucchi. Più la parte che si concentra sul lago di Garda di piccoli, piccolissimi frantoi. Che cosa succederà dipende da quanto saremo bravi noi a crescere e da cosa succederà a Deoleo, che è stato appena comprato dal fondo Cvc. Ad oggi risulta una governance simile».

PRESIDENTE Giovanni Zucchi (*Newpress*)

> GIOVANNI ZUCCHI
> **Gli italiani sono conosciuti come costruttori di miscele di olive Nessuno può replicare la nostra artigianalità**

30-40
PER CENTO
La quota di fabbisogno nazionale di olio coperta dalla produzione domestica

3.000
ADDETTI
I lavoratori impiegati dalle aziende riunite in Assitol e Federolio le due associazioni che rappresentano la filiera produttiva

FOCUS LOMBARDIA
«Sull'olio la Spagna ci sorpassa Per il rilancio impariamo dal vino»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.