

IL CASO Dopo 50 anni nuova etichetta al vaglio degli esperti merceologici

«Succo d'oliva? No grazie meglio l'extravergine»

Piccoli produttori pronti a salire sulle barricate per salvare la tradizione

Federica La Corte

Il dibattito è aperto. Lo studio sulla nuova denominazione dell'olio extravergine d'oliva crea scontento. Vorrebbero chiamarlo "succo di olive", ma i produttori salgono sulle barricate rivendicando la tradizione e l'assurdità di rischiare la perdita di qualcosa che è inserito, a pieno titolo, nell'economia del territorio rivierasco. Di fronte a prezzi diversificati e a una certa confusione creata al consumatore, gli esperti merceologici stanno valutando l'idea di passare dal tradizionale nome "olio extravergine di oliva" al più, forse, stravagante "succo di olive". E la giustificazione primaria giunge da chi sostiene che, dopo 50 anni, questo il periodo trascorso dall'approvazione

della legge 1047 del novembre 1960 che dava denominazione ufficiale al prodotto finito risultato della spremitura delle olive, bisogna cambiare in modo tale da far capire alla gente che ci sono tanti tipi di olio d'oliva con una forbice che va da circa due euro a 22 euro e più al litro. Allo studio ci sono distinzioni qualitative che porterebbero l'olio di prima spremitura, l'attuale extravergine alla trasformazione in "succo di olive".

«Ritengo si tratti di una stupidaggine, di un modo assurdo per cancellare l'antica tradizione e per colpire i piccoli produttori. Occorre far sapere al consumatore come si produce l'olio. Inutile cambiare nome per far crescere la qua-

lità. Noi vogliamo rappresentare l'ottimo, l'eccellenza, ma senza bisogno di cambiare denominazione». Da Alassio, con Alessandra Armato, parte la crociata contro il "succo di olive", nome che viene definito «senza senso». A livello nazionale i sostenitori del "succo" sembrano aumentare soprattutto sul fronte Comunitario con la Spagna al primo posto. La penisola Iberica è infatti, a livello europeo, tra i maggiori produttori di olio d'oliva e la denominazione di "aceite" farebbe risalire l'etimologia alla lingua araba con significato "succo d'oliva".

«Non è con questo tipo di cambiamento che si accredita un prodotto. Non posso certo dire che si tratta di una bella idea.



La frantoiana alassina Alessandra Armato

Vogliono, con questo sistema, avvantaggiare gli industriali a scapito di chi, veramente, produce con attenzione in base alle antiche regole». Alessandra Armato, frantoiana ad Alassio, titolare dell'omonima azienda che ha sede ad Alassio, si prepara alla battaglia annunciando che coinvolgerà tutti i produttori di nicchia per evitare qualsiasi cambiamento in negativo. «Tutelia-

mo il prodotto. Garantiamo al consumatore che ciò che finisce in tavola è espressione massima di qualità - conclude Armato - lasciamo perdere i nomi. Extravergine e taggiasca, il cultivar autoctono del nostro Ponente Ligure, sono la vera garanzia, ciò che permette a noi piccoli produttori di presentare il risultato serio di raccolti curati e selezionati in maniera fantastica».

ELEGANZA

TERRA FLORES

Corso Marconi 1 - 13 - 16

Marcella Fiore Studio
Grafica e Comunicazione

Presente e futuro della comunicazione passano da qui.
Marcella Fiore Studio è una realtà professionale dinamica che si occupa di realizzazione e restyling di **siti web** per ogni settore e attività.

Ogni giorno creiamo nuove idee.
Realizziamo design di **loghi, immagine coordinata aziendale**, ideazione di **brochure, cataloghi, grafica per il packaging**, annunci pubblicitari per la stampa e per il web e supporto grafico per **eventi**.

Marcella Fiore Studio
Milano
Alzaia Naviglio Pavese, 192
+39 02.8375032 +340.2546162

Alassio
Via Privata Neghelli, 100
+340.2546162
mfstudio@marcellafiore.it

www.marcellafiore.it