

# Qualità: prove tecniche di trasmissione

Il sistema di certificazione Ceq nasce per elevare la qualità e creare un segmento per gli oli di oliva extravergini dalle caratteristiche superiori. Cruciale il lavoro sulla comunicazione verso il consumatore

**DI MAURO MELONI**

*Consorzio di Garanzia dell'Olio Extra Vergine di Oliva di Qualità (Ceq)*

**È** un po' questo in fondo il problema dell'extravergine: la qualità della trasmissione, perché non tutto arriva così chiaro e comprensibile al consumatore. I più grandi si ricorderanno di quando la Rai negli anni Settanta testava la qualità delle sue trasmissioni a colori, con una sequenza di video e immagini trasmesse per ore e ore, chiamate prove tecniche di trasmissione. Anche nel nostro caso, la reale percezione del prodotto da parte dei consumatori ci dà un'indicazione della qualità ed efficacia

delle informazioni e del modo in cui le trasmettiamo.

Fin quando un extravergine sarà visto come un condimento qualunque, indifferenziato, facilmente acquistabile in promozione nel solito negozio o in quello adiacente, presente anonimo e gratuito su ogni tavolo di ristorante, dalla locanda a quello stellato, ogni progetto di riposizionamento che non otterrà un miglioramento della percezione del prodotto, rischierà di avvitarsi su se stesso.

È una questione di strumenti e



linguaggio appropriati ed efficaci che mancano e senza i quali il livello di attenzione al prodotto rimarrà al minimo sindacale. La trasmissione dei messaggi va rivista nei contenuti e nel linguaggio se vogliamo isolare gli extravergini di alta qualità.

**Tabella 1 - Parametri di qualità adottati dal Ceq e utilizzati nei controlli al confezionamento**

Parametri analitici	Valori al confezionamento
Acidità (%)	≤ 0,30
Perossidi (meq O <sub>2</sub> /kg)	≤ 11
Umidità (%)	≤ 0,10
Impurezze (%)	≤ 0,05
Acido oleico (%)	≥ 70
Esteri etilici (ppm)	≤ 10
Polifenoli (ppm)	≥ 350
Mediana del fruttato	≥ 4
Multiresidui (ppm) (dettagliare in osservazioni se > 0)	Per il convenzionale limiti UE per le olive
1-2 Digliceridi (%)	> 80 (nov-mar)
	> 70 (apr-lug)
	> 60 (ago-ott)
IPA (ppb)	BAP < 1
	Somma < 5
Ftalati (ppm) (per ogni ftalato riportato in Allegato U disciplinare CEQ)	≤ 1

## Qualità, concetto non univoco

La prima domanda che si potrebbe porre è: quando un extravergine va considerato di qualità? La risposta corretta dovrebbe essere: quando incrocia i gusti del consumatore, come prevede la definizione ISO (*"Qualità è il grado in cui un insieme di caratteristiche intrinseche soddisfa i requisiti"*) che ne sottolinea la natura soggettiva.

Una sua idea di qualità, il Consorzio di Garanzia dell'Olio Extra Vergine di Oliva di Qualità (Ceq) l'ha sviluppata sin dalla sua fondazione nel 2001. Un'idea che si è andata perfezionando negli anni e che vorrebbe che i consumatori iniziassero a riconoscere e distinguere tra i diversi extravergini disponibili.

Il primo passo è stato quello di definirla nel suo concetto generale e di declinarla in termini di parametri analitici e sensoriali del prodotto. Il passo successivo, che è quello più lungo e difficile, è trasmetter-

la ai consumatori, fare in modo che possano comprenderne il valore fino a rendere la propria idea di qualità dell'extravergine condivisibile e quanto più oggettiva.

Perché è necessario richiamare l'attenzione del consumatore sulle differenze qualitative tra oli che appartengono tutti alla stessa categoria dell'extravergine? Perché la categoria è diventata negli anni un contenitore enorme, dove convivono prodotti molto diversi gli uni dagli altri, non tanto per sfumature sensoriali che sarebbero sempre auspicabili vi fossero, quanto per il tenore dei parametri nutrizionali e delle fragranze organolettiche, al punto da farne oli tecnicamente diversi che la categoria commerciale rende indistinti.

### Differenziazione dell'alta qualità

Per il Ceq un extravergine è un olio di alta qualità quando è ricco di antiossidanti e fragranze fino all'atto del consumo finale e per garantirlo ha individuato alcuni parametri (tabb. 1 e 2) che, se presi congiuntamente, danno indicazioni sulla qualità sanitaria delle olive, sulla loro integrità e freschezza, sui tempi di frangitura, sulla stabilità ossidativa dell'olio e sul tenore delle componenti aromatiche e

del gusto. Alcuni parametri, già inclusi per la definizione della categoria, devono avere valori molto più restrittivi per ottenere il bollino Ceq, altri, non previsti dalla legge, vengono richiesti per garantire proprietà nutrizionali superiori. Indicatori preziosi che il Consorzio tiene sotto stretto controllo, attraverso un piano di campionamento affidato a organismi terzi, sia in fase di produzione che di distribuzione.

Va considerato che per produrre un olio extravergine di alta qualità nutrizionale e sensoriale i produttori anticipano la raccolta e adottano soluzioni tecnologiche in fase di trasformazione che penalizzano le quantità di olio prodotto, con il conseguente sensibile aumento dei costi di produzione. Si tratta di fatto, di un comportamento virtuoso volto ad aumentare i benefici salutistici di un prodotto, che deve essere segnalato e spiegato ai consumatori se si vuole che gli stessi ne colgano il differenziale di valore.

Uno strumento istituzionale per facilitare la riconoscibilità di questa super categoria di extravergini è stato più volte invocato dal Ceq alle Istituzioni e alle organizzazioni, ma senza successo. Si trattava di applicare una normativa europea (Reg. Ue 1305/2013, art. 16.1)



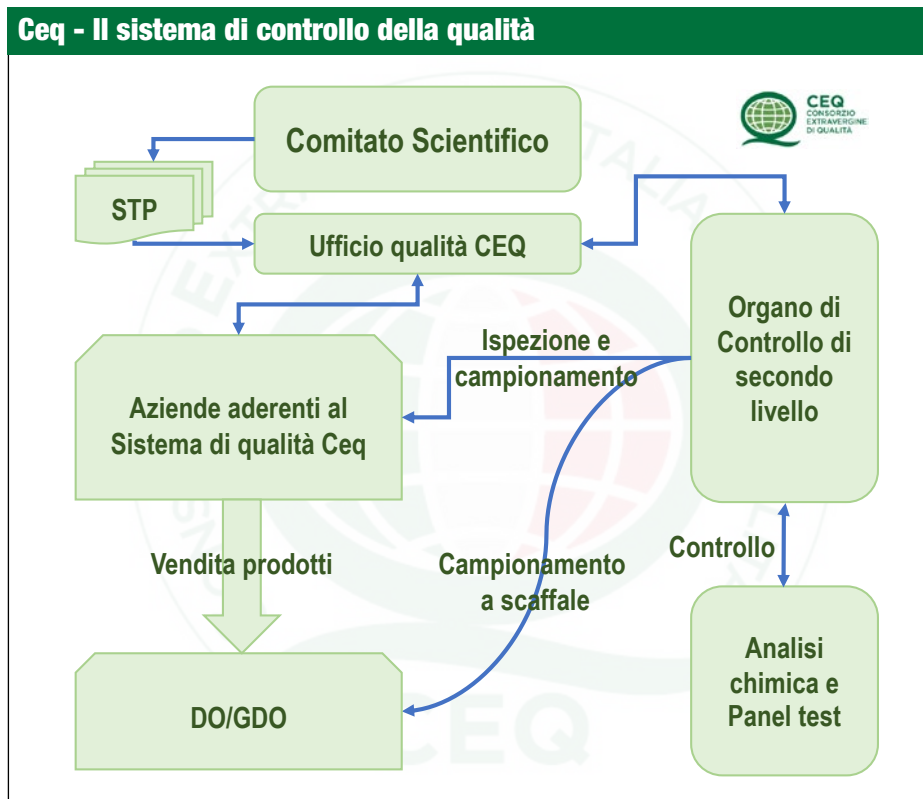
che consente l'adozione di un riconoscimento nazionale per prodotti di qualità superiore e che avrebbe consentito anche l'utilizzo di fondi comunitari come quelli del Reg 1144/14 della Promozione dei prodotti agroalimentari per promuoverlo nel Mondo.

### La certificazione Ceq

L'alternativa, in attesa che qualche paese europeo concorrente lo introduca e lo renda fruibile anche agli operatori olivicoli italiani, è quella dell'iniziativa privata che Ceq oggi propone alla filiera italiana di qualità. Cooperare tra aziende italiane per competere meglio nel Mondo potrebbe essere una risposta efficace a quanti in questi anni hanno cercato di delegittimare l'immagine dell'olio e delle aziende italiane del settore, riaffermando quel nostro primato in termini di innovazione e di stile che ci ha sempre contraddistinto.

La tipologia di prodotto e di garanzie che il Consorzio ha disegnato, con la sua certificazione, risponde a questo scopo: rafforzare la reputazione di leader qualitativo dell'Italia, nella misura in cui è l'Italia che innova per prima e radicalmente il *concept* dell'extravergine di qualità, che propone un prodotto nuovo in termini di qualità nutrizionale e sensoriale e che lo distribuisce con nuovi format di comunicazione. Sarà l'Italia ad aver creato una discontinuità con le tradizioni di conservazione e consumo dell'extravergine perché non più adeguate a esaltare e proteggere i valori nutrizionali e sensoriali del suo nuovo prodotto.

I parametri (tabb. 1 e 2) e il sistema di controllo messi a punto non sono da soli sufficienti per assicurare un cambio di passo di portata incisiva, ma sono un primo passo verso un obiettivo che il



Consorzio intende perseguire nel prossimo futuro cercando alleanze strategiche tra gli *stakeholder* a monte e a valle della filiera per disegnare un nuovo posizionamento per l'extravergine italiano di alta fascia. Gli stessi standard di qualità sono in continua evoluzione per adeguarli ai progressi messi a disposizione dalle tecnologie e dalla conoscenza.

## Percezione del valore, questione di naso

La qualità dell'extravergine si è evoluta enormemente rispetto a venti anni fa. Le tecniche e le conoscenze hanno permesso un salto enorme in termini di composizione chimica e sensoriale ed è ragionevole considerare che questa evoluzione continuerà nei prossimi anni. La frazione aromatica potrebbe diventare la nuova frontiera di sviluppo per supportare la differenziazione degli extravergini di fascia alta, considerato che una sua più netta percezione e persistenza fino all'atto del consumo, sarebbe una leva potentissima per argomentare e dimostrare la differenza di valore rispetto al prodotto di

base a cui il consumatore medio è stato abituato.

I consumatori non sono stati mai incoraggiati a utilizzare il naso per apprezzare la componente volatile, anche perché la stessa non è mai stata al centro della ricerca e degli interessi da parte dei produttori. A dimostrazione, basti pensare alla comune prassi nei ristoranti di lasciare una bottiglia aperta o un'ampolla alla luce e all'aria sul tavolo a disposizione gratuita dei commensali, generalmente inodore quando non difettata.

Il naso è un organo di senso ampiamente utilizzato dai consumatori, che non ha bisogno di alcuna *expertise* e questo aspetto potrebbe agevolare enormemente l'efficacia della "trasmissione" di quelle informazioni che vorremmo avvenisse. Lo standard di qualità del Consorzio è orientato anche verso questi obiettivi e per questo in continua evoluzione.

## Il marchio e gli obiettivi di valorizzazione

Per facilitare la condivisione e l'adesione al progetto è stata prevista la possibilità

**Tabella 2 - Parametri di qualità adottati dal Ceq e utilizzati nei controlli sullo scaffale**

Parametri analitici	Valori allo scaffale
Acidità (%)	≤ 0,40
Perossidi (meq O <sub>2</sub> /kg)	≤ 15
Umidità (%)	≤ 0,10
Impurezze (%)	≤ 0,05
Acido oleico (%)	≥ 70
Esteri etilici (ppm)	≤ 15
Polifenoli (ppm)	≥ 250
Mediana del fruttato	≥ 2

per le imprese interessate di partecipare al programma di certificazione senza essere necessariamente socie del Consorzio, attraverso la sottoscrizione di un contratto per l'utilizzo del marchio di garanzia e l'accettazione del piano di controllo.

L'iniziativa ha insita l'ambizione più strategica di costruire le premesse oggettive per spostare gradualmente parte della produzione italiana su un terreno di confronto inedito, con un nuovo concetto di prodotto non confrontabile con l'extravergine comune, anche per sottrarlo alla competizione stretta di prezzo.

La cura e il risalto che vengono dati alla componente nutrizionale e sensoriale del prodotto certificato aprono nuove frontiere sull'ampliamento delle funzioni d'uso dell'extravergine, per farlo uscire dalla cornice predefinita dell'impiego tradizionale come condimento, proprio in virtù del benessere e del piacere che è in grado di assicurare nella sua nuova veste.

Cambiare la veste di un prodotto fino a riposizionarlo nella mente del consumatore come un prodotto nuovo non più confrontabile con l'extravergine che ha sempre conosciuto, fino al punto di indurlo naturalmente a rivedere la propria scala di valori, non è certamente una pedata facile, tuttavia ci chiediamo quale possa essere l'alternativa. Le recenti vicende spagnole con le ampie e forti proteste in Andalusia per la caduta dei prezzi, ci danno un'idea della dimensione del rischio e di quanto possa essere sconvolgente la sola strada della standardizzazione e dell'efficienza senza una strategia di differenziazione che punti ad aggiungere valore. ■

