

# Se l'olio d'oliva, e i suoi fratellastri, surclassassero l'extra vergine?

**Con i prezzi dell'extra vergine in caduta libera e allineati ormai a quelli dell'olio d'oliva, preferito nei nuovi mercati per la sua bassa carica aromatica, la perdita di credibilità per il puro succo di oliva è tutt'altro che remota**

**di T N**

Non è più casuale trovare sugli scaffali dei supermercati, in tutta Europa, oli extra vergini d'oliva con prezzi comparabili, se non inferiori quando in promozione, a quelli degli oli d'oliva.

Stanno comparando, sempre più prepotentemente, i blend tra oli di semi e oli d'oliva.

L'extra vergine, all'interno della famiglia degli oli d'oliva, non è più un prodotto premium

E' il mercato ad aver compiuto questa scelta che, per gli appassionati dell'extra vergine, delle sue qualità organolettiche, nutrizionali e salutistiche, è ben difficile da comprendere se non allarghiamo lo sguardo.

Nei nuovi mercati: India, Cina ma anche Brasile e Russia, l'olio d'oliva piace, spesso più dell'extra vergine, per svariate ragioni.

L'uso dell'olio a crudo sui piatti è una conquista recente e confinata prevalentemente all'Europa, in particolare al bacino del Mediterraneo. In generale l'olio, quindi anche l'olio d'oliva, si usa per cucinare e non sorprende se, a volte anche dagli chef nostrani, viene preferito il semplice olio d'oliva che, aromaticamente, risulta più neutro di un extra vergine.

Nel mondo dire olio significa dire olio di semi: soia e girasole su tutti. Si tratta di oli dal sapore dolce, con un carico aromatico pressoché nullo. Anche volendo sperimentare, molti consumatori di Paesi dove sono diffusi gli oli di semi prediligono sapori e profumi esotici, senza eccedere. Meglio quindi un olio d'oliva rispetto all'extra vergine. Non si tratta, d'altronde di un trend particolarmente nuovo. Lo abbiamo sperimentato in Italia, quando nel Nord il passaggio dal burro all'extra vergine è stato mediato proprio dall'olio d'oliva e, all'estero, negli Stati Uniti quando i pionieri si sono aperti la strada con l'olio d'oliva per poi passare all'extra vergine con gradualità.

Apparentemente non ci dovrebbe quindi preoccupare del trend in corso. L'olio d'oliva piace, il suo consumo aumenta, quindi anche il prezzo rimane stabile, con un impercettibile tendenza alla crescita. La quotazione dell'extra vergine, viceversa, in funzione di politiche commerciali aggressive da parte di alcuni colossi commerciali e della Grande distribuzione, di uno storicizzato surplus produttivo, di una tendenza alla crescita delle produzioni più veloce rispetto ai consumi, tende a contrarsi.

Nel lungo periodo il divario di prezzo tra i due prodotti è però destinato a risalire se, e solo se,

saremo in grado di produrre, a livello globale, quella rivoluzione cultural-gastronomica che porti allo spostamento dei consumi dall'olio d'oliva all'extra vergine e sempre che non siano i nostri mercati a regredire, magari in virtù della crisi, tornando all'olio d'oliva.

Il rischio è concreto in quanto l'Unione europea, che dovrebbe essere paladina e promotrice della coltura oliandola nel mondo, invece regola in maniera imperiosa, quasi soffocante, ogni minimo dettaglio relativo all'extra vergine, mandando in evidente confusione il consumatore (pensiamo alle caratteristiche organolettiche in etichetta) salvo poi lasciare la massima libertà ad altre categorie commerciali, come i blend tra oli di oliva e oli di semi.

Il consumatore, anche quello italiano, predilige e pretende messaggi semplici, chiari e trasparenti, tutto il contrario di quanto invece accade oggi per l'extra vergine, prodotto al quale viene vietata la dicitura "fa bene alla salute" o similari che invece può guadagnarsi, magari dopo un fugace studio pseudo-scientifico, un blend di oli d'oliva e di semi.

Esiste quindi il concreto rischio che l'extra vergine perda il suo appeal, il suo fascino a scapito di altri prodotti che possono e potranno giovare di campagne di marketing più aggressive.

**di** **T**  
*30 Gennaio 2010 Teatro Naturale n. 4 Anno 8*

**N**