PICCOLE GRANDI IMPRESE

Tradizione e scienza

2G OLEARIA ESPORTA IN ESTREMO ORIENTE E PRESTO IN SUD AMERICA. NON SOLO. STA AVVIANDO IL RECUPERO DEGLI SCARTI DI LAVORAZIONE PER FARNE BIOCOMBUSTIBILE

Vendono olio fino dall'altra parte del mondo, in Cina, Stati Uniti, Giappone. Eppure sono, in tutto, 13 dipendenti. Fondata nel 1950 da Genesio Mancini, con una linea di prodotti che portano ancora il suo nome, e diventata nel 2003 2G Olearia, l'azienda itrana dimostra che non serve necessariamente la grande dimensione per arrivare a grandi risultati. Nel suo caso, il successo è dovuto alla scelta di puntare in modo continuativo sull'innovazione. Perché anche un prodotto millenario come l'olio non è esente da cambiamenti, anzi, è "un campo in continua evoluzione". E la tecnologia lo può migliorare.

L'azienda produce e confeziona olio extra vergine di oliva e oli vegetali. Tutto è iniziato con un frantoio, con la classica macina a pietra che ancora oggi è possibile vedere nello stabilimento di 17mila metri quadri, nel sud del Lazio, con 28 serbatoi di stoccaggio per contenimento. Il frantoio è tuttora attivo ed è dedicato essenzialmente alla trasformazione del prodotto del territorio, con una marcata identificazione di zona che lo rende immediatamente riconoscibile e adatto al mercato italiano e internazionale. Nel frattempo infatti, sotto la conduzione dei figli del fondatore, Gisella e Giuliano, la 2G Olearia è arrivata oltreoceano e in Estremo Oriente e sta intessendo rapporti commerciali anche con il Sud America.

"Probabilmente – spiegano – riusciamo a ottenere questi traguardi proprio perché non siamo molto grandi". La piccola dimensione non ha impedito di investire su un laboratorio che fornisce elementi e indicazioni sui quali vengono elaborate le nuove strategie, soprattutto in rapporto all'innovazione tecnologica. Essere imprenditore significa comprendere il cambiamento e capire in anticipo dove sta portando. E, nel caso di un prodotto che nasce come artigianale per eccellenza, comprendere che scienza e macchine non necessariamente lo snaturano ma, anzi, possono valorizzarne al massimo le qualità.

"Abbiamo assistito in questi anni a un totale sconvolgimento – racconta Giovanni Di Gesù, manager e chimico dell'azienda – gli impianti a pressione sono stati sostituiti da macchinari collegati a ciclo continuo che, escludendo ogni interruzione nella lavorazione, conferiscono al prodotto caratteristiche chimiche e organolettiche superiori". Dalle pietre di granito per la macinazione si è arrivati agli attuali frangitori meccanici, in cui l'oliva viene spezzata in millesimi di secondo, aumentando la qualità dell'olio perché non viene ossidato dall'aria e ottenendo un grado di estrazione più spinto dei polifenoli, che sono provvisti di eccellenti proprietà salutistiche.





"Un olio di qualità – spiega ancora Di Gesù – e quindi competitivo su una fascia più alta di mercato, deve essere buono al gusto e all'olfatto. Infatti il fruttato, amaro e piccante sono i sentori caratteristici dell'eccellenza. Un tempo ciò veniva considerato un difetto, si diceva che l'olio fosse acido. In realtà non è così, quel gusto indica la presenza dei polifenoli".
L'azienda sta avviando un percorso di innovazione anche per il recupero e l'utilizzo dei residui di lavorazione che, potenzialmente, consentirebbe di arrivare al mercato delle bioenergie. Sarà possibile estrarre olio dal nocciolino, destinarne i resti per fare materiale da combustione, utilizzare le acque di vegetazione per alimentare impianti di biogas. In teoria, sarebbe possibile anche estrarne i preziosi polifenoli, ma è un procedimento molto costoso, che deve essere sostenuto da un concreto interesse di mercato, come potrebbe essere quello delle industrie farmaceutiche. Bruciando i residui del nocciolino l'azienda potrebbe coprire una quota del proprio fabbisogno energetico, sostituendo in parte la costosa caldaia a gpl.

Il cambiamento è stato aiutato da corsi formativi, con un finanziamento Fondimpresa dedicato a sviluppare le competenze necessarie ai progetti innovativi delle imprese.
Ma è dal 2012 che l'azienda ricorre al Fondo di Confindustria, Cgil Cisl e Uil per la formazione, anche "utilizzando strumenti utilissimi come il contributo aggiuntivo, per esempio per acquisire le abilità professionali che servono per ottenere gli standard necessari per le esportazioni".
Nel caso del nuovo impianto, la formazione ha consentito a persone abituate alla lavorazione tradizionale non solo di avere la massima padronanza della nuova operatività, ma di comprenderne le prospettive, anche perché le sue potenzialità sono oggi solo parzialmente sfruttate.
E pure nello stoccaggio ci saranno evoluzioni, che riguardano il gas utilizzato. "Anche solo 30 giorni di stoccaggio con azoto garantiscono *shelf life* superiori ed è un fattore che all'estero fa la differenza. Poter tenere una bottiglia su uno scaffale per cinque o sei mesi in più cambia in modo decisivo la convenienza di un prodotto che affronta anche due o tre mesi di viaggio". L'innovazione tocca anche la fase di confezionamento, dove il pet ha sovrastato completamente la latta stagnata, che presto uscirà dalla produzione. "La clientela chiede formati particolari e tecnologie applicate sempre più all'igiene del prodotto. Per rimanere sul mercato – conclude Di Gesù – e reggere la concorrenza bisogna adeguarsi e formarsi continuamente per essere sempre più competitivi". C.S.