

24/09/2021 19  
redazione@teatronaturale.it

TEATRO NATURALE  
AGRICOLTURA - ALIMENTAZIONE - AMBIENTE

REGISTRATI / ACCEDI



RACCONTI ▾ TRACCE ▾ STRETTAMENTE TECNICO ▾ PENSIERI E PAROLE ▾ MULTIMEDIA INTERNATIONAL ▾



LANDSCAPE  
OFFICE AGRONOMIST

Innovazione nella progettazione  
di impianti olivicoli

Scopri iOliveOil >>

TN ► Strettamente Tecnico ► L'arca olearia ► Nel packaging dell'olio extra vergine d'oliva non sono possibili compromessi

L'arca olearia 24/09/2021

## Nel packaging dell'olio extra vergine d'oliva non sono possibili compromessi



*Il gusto dell'olio, infatti, passa anche attraverso quello della creatività, ovvero quell'inventiva che si esprime nelle forme, nei materiali del contenitore e nell'etichetta*



Confezionamento, stoccaggio e distribuzione, nella filiera dell'olio extravergine di oliva, sono fasi cruciali per preservare la qualità del prodotto. Prova ne sia proprio lo scorso Luglio 2021 l'OITAF - l'Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti e Farmaci - ha pubblicato un documento scientifico contenente le nuove linee guida per il trasporto, confezionamento e stoccaggio di olio e vino, con particolare attenzione alle temperature e ai materiali in cui vengono

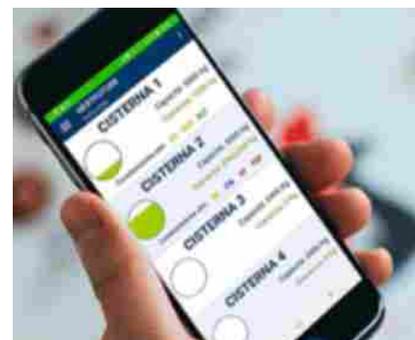
Estrattori Peralisi

produrre di più,  
sprecare di meno

coR OXI Tester  
Sistema di analisi  
dell'olio di oliva



RICHIEDI UN'OFFERTA



conservati questi due alimenti. Si tratta di passaggi fondamentali sia per preservarne intatte le caratteristiche organolettiche e nutritive sia per tutelare la salute del consumatore.



### I nemici dell'olio

I principali nemici dell'olio evo sono luce, temperatura, umidità e ossigeno, nonché metalli in tracce e acidi grassi che favoriscono l'ossidazione e quindi limitano la durata di conservazione dell'olio. Per questo è fondamentale non solo lo stoccaggio in luoghi freschi e asciutti, ma anche l'uso di materiali di confezionamento in grado di prevenire i suddetti fenomeni degradativi.

### Acciaio INOX

Affrontando in modo specifico il caso dell'olio extravergine di oliva, non sono possibili compromessi: l'olio va obbligatoriamente conservato in silos di acciaio INOX AISI 310 che devono essere tenuti a temperatura controllata (tra i 13 e i 18 ° C). Non solo: è fondamentale l'utilizzo di gas inerti (Azoto e/o Argon) che impediscono il contatto tra olio e ossigeno rallentando in maniera decisiva il processo di invecchiamento del prodotto (che, ricordiamo, è lento ma inesorabile).

### Attenzione anche durante l'imbottigliamento!

L'olio extravergine di oliva va poi imbottigliato in contenitori preferibilmente scuri, usando imbottigliatrici pulite e sanificate ad ogni cambio di prodotto. Anche in questo passaggio, i contenitori vanno conservati lontano dalla luce e da fonti di calore. Ma non sottovalutiamo anche le temperature troppo rigide: sarebbe opportuno infatti non scendere sotto i 5 ° C, livello sotto al quale il prodotto inevitabilmente cristallizza con il classico effetto "margarina".

### Il ruolo del packaging

Entrando nel dettaglio, il packaging svolge una funzione chiave all'interno della filiera distributiva. Esso, infatti, contribuisce a preservare gli attributi qualitativi del prodotto confezionato per un determinato periodo di tempo, denominato più comunemente con il termine "shelf life".

Il packaging, quindi, deve proteggere il prodotto da quei fattori che ne aumentano la deperibilità: la temperatura, il contatto con l'aria, la luce e l'umidità. Nel caso dell'olio evo, poi, è importante che vengano mantenuti intatti i livelli fenolici presenti nell'alimento, ovvero quelle componenti che ne garantiscono la durata di conservazione rallentando



il processo di ossidazione.

### **Il vetro è sempre il top?**

Fino ad oggi, il vetro ha rappresentato la scelta ottimale nell'ambito del packaging ed è sicuramente uno dei materiali più antichi utilizzati dal "mercato" dell'olio. Risulta impermeabile a gas e vapori, è in grado (se opportunamente colorato) di schermare la radiazione luminosa dannosa per l'olio, presenta una notevole inerzia termica e consente di vedere il prodotto in esso contenuto (un aspetto molto apprezzato dal consumatore). Tuttavia, negli ultimi anni è emersa la necessità di considerare, anche per l'olio di oliva, nuove soluzioni di imballaggio, che garantiscano non solo protezione ma anche funzionalità, sostenibilità e convenienza.

Ad oggi, tra i migliori materiali per packaging si annoverano: vetro scuro, acciaio inossidabile, cartone rivestito e bag-in-box.

Assolutamente da evitare, se non opportunamente schermato con pellicole o etichette, il vetro trasparente che non protegge dalla luce; poco idonei anche i contenitori di plastica, troppo porosi per fornire un'adeguata protezione dal calore e dall'umidità; senza contare che le molecole di plastica possono penetrare nell'olio diminuendone ulteriormente la qualità.

### **Il trend?**

Sicuramente il cartone patinato che garantisce una serie di vantaggi: facilità di trasporto, impermeabilità a luce e umidità, maggior leggerezza rispetto a vetro o acciaio, resistenza agli urti.

Ma è in crescita anche la diffusione di soluzioni ergonomiche come i versatori regolabili e le chiusure anti-rabbocco. In particolare ho da poco sperimentato per i miei clienti un nuovo sistema di tappi retrattili brevettati da una società israeliana, la Jump'n Pur Ltd, pensati non solo per proteggere la freschezza dell'alimento ma anche per facilitare l'esperienza d'utilizzo e garantire la massima igiene. Un aspetto da non sottovalutare, questo, in quanto può incidere positivamente anche sull'incremento delle vendite poiché chi acquista un olio con un versatore di questo tipo lo percepisce come un valore aggiunto.

### **L'appeal sul consumatore**

Infine non dimentichiamo anche la "veste esteriore", nota come "packaging and labeling design". Il gusto dell'olio, infatti, passa anche attraverso quello della creatività, ovvero quell'inventiva che si esprime nelle forme, nei materiali del contenitore e nell'etichetta. È una leva di marketing già ampiamente cavalcata dalle aziende del vino, ma anche quelle olearie stanno pian piano riconoscendo al packaging e al visual design la capacità di far emergere le caratteristiche distintive di ciascun Extra Vergine e quindi di aumentare il valore del proprio brand.

Chiarezza grafica, per spiegare al meglio le caratteristiche del contenuto ed ergonomia nella presa e nel dosaggio, ma anche una fisicità adeguata per trasformare la bottiglia in un prodotto che sappia "stare" sullo scaffale sono caratteristiche aggiuntive che possono aiutare una

buona bottiglia di qualità a migliorare il proprio posizionamento.

di **Claudio Vignoli**

## i nostri partners



# TEATRO NATURALE

Settimanale Telematico di Letture, Visioni e Approfondimenti dal Mondo Rurale

[Chi siamo](#) - [Contattaci](#) - [Pubblicità](#) - [Abbonamento](#) - [Disclaimer](#) - [Privacy Policy](#) - [Cookie Policy](#)

Direttore responsabile: Alberto Grimelli

Direzione e redazione: Loc. Termine Rosso, 222 - 57028 Suvereto (Livorno)

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per migliorare la tua esperienza di navigazione. Se vuoi saperne di più consulta l'[informativa estesa](#). Chiudendo il banner, scorrendo la pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

ok