

Un 'ORO VERDE' di nome e di fatto

DA OLTRE OTTANT'ANNI ALL'INTERNO DELL'OLEIFICIO RANIERI SI PRODUCE RISPETTANDO STORIA E TRADIZIONE, NEL SEGNO DELL'ARTIGIANALITÀ, DELLA PROFESSIONALITÀ E, NON ULTIMO, DEL RISPETTO DELL'AMBIENTE. OGGI GRAN PARTE DEL BUSINESS AZIENDALE È REALIZZATO CON GLI OLI CHE PIÙ RAPPRESENTANO IL FOCUS DI QUESTA REALTÀ: PRODOTTI GREEN E SOSTENIBILI, DERIVANTI DA MATERIE PRIME DELLA FILIERA ITALIANA.

Immerso tra le colline dell'Alta Valle del Tevere, alla periferia di Città di Castello (Pg), l'Oleificio Ranieri opera da più di 4 generazioni nel settore dell'olio di oliva di qualità, proponendo la tipicità olearia dell'Umbria. In questa azienda amano definirsi olive oil lovers, perché da sempre qui ci si occupa solo di questo nobile prodotto, la gran parte del quale proviene da agricoltura biologica, rispettosa dell'ambiente, ed è certificata da enti nazionali ed esteri. L'origine 100% italiana è preponderante, ma, in base alle campagne olearie, alle stagionalità e alle richieste del mercato, possono essere scelte produzioni di pregio realizzate da frantoiani cretesi o cooperative di Cordoba. L'extra vergine di oliva Dop Umbria è tra i prodotti più apprezzati e ricercati di Ranieri e, tra le referenze aziendali, rientrano anche il baby oil per l'alimentazione infantile - con focus su assenza di residui, palatabilità delicata e aggiunta di micronutrienti

funzionali alla crescita - e speciali condimenti in olio extra vergine di oliva. Il rapido turn over di produzione permette a questa realtà di selezionare e ricevere, in un anno, oltre 3 milioni di litri di olio, che vengono rivenduti in Italia, Europa, Usa e Canada, Russia, Corea, Cina e Giappone attraverso una rete di supermercati gourmet, distributori e importatori. «La strategia commerciale che abbiamo perseguito negli anni - ci racconta Riccardo Ranieri, Presidente dell'azienda - è stata quella di proporre oli di alta qualità, che fossero quanto più rispettosi dell'ambiente e del contesto sociale, si caratterizzassero in termini di tipicità, origine certa e genuinità e avessero un profilo organolettico e chimico-fisico irreprensibile».

È questo, dunque, il segreto del vostro successo aziendale?

In parte. Crediamo fermamente nel Made in Italy e nel suo fortissimo appeal, nel 'saper far bene' tipico del genio italico rinascimentale,

Tre linee di confezionamento

L'area produttiva dell'Oleificio Ranieri è posta in una moderna e funzionale zona industriale a Cerbara (Pg). In una porzione dedicata dello stabile avviene lo stoccaggio dell'olio in silos di acciaio inox, a una temperatura controllata tra i 15 e i 18 °C, per garantirne la miglior conservazione. Tre sono le linee di confezionamento che assicurano alte prestazioni e buone produzioni giornaliere, con controlli in linea che riguardano la pesatura, la tappatura e la corretta applicazione delle etichette attraverso moderni sistemi di visione artificiale. Due linee sono predisposte per le bottiglie in vetro, mentre una è dedicata al riempimento delle lattine in banda stagnata; le prime sono a marca Sig Comaco - con riempimento volumetrico e una capacità produttiva di 10mila pz/h - e Krones/Kosme - con riempimento a peso e produzione oraria di 5mila pz/h. Di Krones/Kosme sono poi le etichettatrici, mentre le cartonatrici di fine linea sono firmate da Novopac. Il fine linea conta infine un robot pallettizzatore Comau, il cui software è stato ideato da Sintec Ingegneria di Ponte Pattoli (Pg), la quale ha supportato l'oleificio in tutta una serie di sistemi di visione elettronica per monitorare eventuali corpi estranei, conformità del lotto in bottiglia, controllo tappi, controllo e lettura dell'EAN code in etichetta, controllo del numero pezzi su cartone e tracciabilità di ogni voce relativa a ciascuna referenza.



nei valori della correttezza professionale e, ancora di più, nella correttezza personale, che ne è il presupposto, oltre che nella collaborazione tra gli operatori della filiera olearia. Tutto ciò ha creato in noi uno spirito di apertura, disponibilità ed entusiasmo verso il mercato dell'olio extra vergine di oliva, con cui abbiamo potuto avviare partnership importantissime e collaborazioni con le principali griffe del settore food italiano ed estero, sviluppando per loro e con loro progetti molto importanti. Questa è stata la scelta vincente avviata negli anni 90. Poi abbiamo strutturato sempre più e sempre meglio la gamma, connotandola in termini premium, e aprendoci alle 'buone contaminazioni' che esistono in ogni parte del mondo, come quelle introdotte nel 2004 relative agli oli vergini da pressione da agricoltura biologica, che integrano la gamma organic e sono particolarmente apprezzati nei mercati orientali, Corea, Cina e Giappone su tutti.

Qual è il vostro punto di forza?

Il know how produttivo e tecnico del team aziendale è certamente il quid pluris che ci permette di proporre al mercato un'offerta seria, qualificata, autorevole e caratterizzata da un giusto rapporto qualità/prezzo. Il nostro gruppo è formato da 18 dipendenti più qualche altra maestranza esterna, con un'età media che si aggira intorno ai 37 anni: tutti sono molto motivati e preparati. Gli assaggiatori di cui ci avvaliamo, inoltre, accreditati da autorevoli enti terzi, sono a dir poco esperti,

selettivi e maestri nella difficile e sapiente arte del blending, la quale permette di garantire costanza e performances stabili, a livello organolettico, anche in particolari momenti dell'anno, quando magari è più difficile offrire stesso gusto, fragranza e freschezza. A ciò aggiungerei l'attenzione che poniamo alle esigenze del committente, il che spesso richiede umiltà, volontà di rimettersi in gioco e assertività, in un'ottica di sviluppo reciproco, con la conseguente costruzione dell'azienda cliente-centrica che poggia su valori di rispetto, servizio e impegno. Funzionali al business design sono poi le strutture, gli impianti e le certificazioni, che garantiscono i più alti standard qualitativi.

L'essere azienda italiana, e ancor più azienda umbra, ha un valore in sé e per sé nel mercato internazionale; di questo dobbiamo essere grati a chi ci ha preceduto e lavorare alacremente per mantenere e accrescere il brand italiano nel mondo.

Quali sono le caratteristiche qualitative che contraddistinguono i prodotti Ranieri?

Investiamo molte risorse sulla 'conoscenza personale' di tutti gli attori della filiera dell'olivo e dell'olio, perché siamo convinti che per fare un prodotto eccellente ci vogliano persone eccellenti, dal campo al frantoio, fino ai reparti produttivi aziendali. Il resto viene da sé, e porta all'ottenimento di un prodotto con dati analitici ottimi e un profilo organolettico sincero, che enfatizza le naturali caratteristiche del buon olio extra vergine di oliva, e cioè il fruttato verde, l'amaro, il piccante e la fragranza tipica degli oli freschi e ben conservati.

I nostri articoli di punta sono la Dop Umbria, il prodotto da agricoltura biologica e l'italiano monocultivar; a questi vanno aggiunti i condimenti e gli oli speciali: olio di lino, olio di noce, olio di canapa, olio di argan, olio di avocado e altri, tutti vergini, pressati a freddo e da agricoltura biologica.

Da quanto tempo siete un'azienda che può definirsi ecosostenibile?

Abbiamo iniziato a lavorare nel bio a partire dal 1996, con la realizzazione di un olio italiano biologico. Negli anni successivi, supportati dal CCPB - l'ente di controllo dei prodotti biologici -, abbiamo sempre più accresciuto la nostra vocazione verso prodotti ecosostenibili; così i volumi sono aumentati sensibilmente

e le referenze si sono ampliate in modo considerevole, tanto che oggi la metà della nostra produzione proviene da agricoltura biologica. Vogliamo specializzarci e spingere sempre maggiormente su questo fronte.

Quali progetti, in questo senso, avete messo in campo negli anni?

Abbiamo ricercato le migliori maestranze esistenti - e ce ne sono davvero tante, competenti e molto serie -, e con loro abbiamo consolidato le relazioni personali e commerciali, al fine di ottenere una filiera rigorosamente bio, qualificata in termini di valore e volumi, per essere in grado di rivolgerci al mercato italiano ed estero con autorevolezza e credibilità. Operiamo ormai secondo i migliori standard qualitativi (ISO 9001:2008) da oltre 15 anni, con accreditamento CSQA, e dettiamo le certificazioni BRC High Level e IFS per lo stabilimento. Siamo inoltre controllati e certificati dal CCPB per le produzioni biologiche e da USDA/NOP per i mercati nordamericani, JAS per il Giappone, Bio Suisse per la Svizzera e WIT per la Cina; abbiamo, infine, anche l'autorizzazione EAC per esportare nel mercato russo.

E per quello che riguarda le azioni più recenti da voi intraprese volte alla crescita aziendale nel rispetto dell'ambiente?

Da 4 anni ci sottoponiamo a controlli di parte terza (Bureau Veritas) che misurano il nostro rispetto per l'ambiente e il territorio, valutano la sostenibilità del nostro operato e ci suggeriscono azioni di miglioramento continuo; inoltre, abbiamo attivato da tre anni un impianto fotovoltaico che ci rende completamente autonomi dal punto di vista energetico. Da un anno, poi, con l'ente terzo Friend of the Earth, abbiamo avviato un percorso che ci ha portato a certificare la nostra produzione regionale DOP come 'amica dell'ambiente' e ciò rende ancor più pregevole un olio tanto apprezzato e rinomato. Cerchiamo in ogni nostro agire di limitare o annullare l'impatto sulla natura: abbiamo un'oculata gestione delle risorse idriche, energetiche e dei rifiuti prodotti, con un piano di separazione della carta, del vetro, della plastica e degli oli da destinare al recupero. Ottimizziamo anche la logistica, per limitare quanto più possibile il traffico su gomma e ridurre il conseguente inquinamento.



Friend of the Earth

Friend of the Earth è un progetto no profit per la certificazione dei prodotti da agricoltura e allevamento sostenibili, nato in seguito alla positiva esperienza del programma di certificazione Friend of the Sea per la pesca e l'acquacoltura sostenibili. I requisiti per la certificazione agricola sostenibile Friend of the Earth si basano sulle linee guida SAFA della FAO per l'agricoltura e l'allevamento sostenibili: i siti produttivi certificati non possono svilupparsi su habitat critici e i produttori devono avere implementato un sistema di gestione sociale e ambientale, essere conformi alle leggi ambientali nazionali, mantenere gli ecosistemi esistenti e ridurre l'impatto del loro operato a un livello sostenibile. «L'obiettivo di Friend of the Earth è promuovere la conservazione dell'ambiente, segnalando al consumatore consapevole quei prodotti derivanti da pratiche di agricoltura e allevamento sostenibili – spiega Paolo Bray, Fondatore e Direttore di Friend of the Earth –. Numerose aziende italiane e straniere, tra cui l'Oleificio Ranieri, hanno già ottenuto la certificazione, confermando il loro impegno verso la sostenibilità».

Il mercato ha dato merito a questo approccio green?

Il mercato è molto attento e selettivo e, per nostra fortuna, in questi anni ci ha riconosciuto questo plus.

Naturalmente occorre strutturarsi con una filiera ben organizzata ed è necessario, altresì, dotarsi di un piano di monitoraggio e controllo molto spinto, effettuando continue verifiche, perché il 'frutto' finale sia buono, sano e rispettoso dell'ecosistema. A ciò va aggiunto un trend di consumi molto forte, in corso in questi anni, che sostiene grandemente i prodotti ecofriendly: questo vede premiate quelle aziende che lavorano nel settore, come la nostra.

Avete ricevuto qualche riconoscimento in passato per il vostro impegno?

Due anni fa la Regione Umbria, in occasione di un progetto denominato Zero Waste che riguardava la lotta allo spreco e la riallocazione di risorse alimentari ai più bisognosi, ci ha premiati come azienda, e di ciò siamo stati molto onorati.

Nel 2015, poi, grazie al percorso attivato con Friend of the Earth, siamo stati insigniti dell'accredito che premia i nostri sforzi in questa direzione e ci impegna a lavorare per migliorarci sempre di più. Nell'aprile 2016, infine, abbiamo ricevuto il premio Eccellenza Umbra, a Todi, in un consesso che mirava a valorizzare le best practices presenti sul nostro territorio.

Richiedete requisiti etici e di sostenibilità particolari ai fornitori?

Abbiamo un codice etico che condividiamo con i nostri collaboratori interni, con le maestranze che ci coadiuvano e con tutti i fornitori di prodotti e servizi che supportano la supply chain, al fine di realizzare una filiera che sia allineata ai valori che sono alla base del nostro operare. Crediamo fermamente nel rispetto di tutto ciò che ci circonda e, più che confrontarci con gli altri attori del mercato, ci raffrontiamo principalmente con i nostri valori e sentimenti, cercando di alzare sempre più in alto l'asticella delle performances.

Quali strategie perseguirete nei prossimi anni?

Siamo focalizzati su prodotti di alta gamma e con una vocazione green, perciò lavoreremo per migliorare sempre più la qualità intrinseca di questi prodotti e quella percepita dal cliente e ricercheremo la cura di ogni dettaglio, in termini organolettici, estetici e di servizio. Per quello che riguarda l'obiettivo di ridurre ulteriormente il nostro impatto sull'ambiente, siamo intenzionati a ottimizzare la logistica e, di conseguenza, l'inquinamento dell'aria e dell'acqua, investiremo ancora in edilizia bio e in impianti a basso consumo energetico e continueremo a intervenire sulla produzione dei rifiuti e sulla riduzione di ogni elemento che abbia effetti negativi sulla sostenibilità del nostro agire. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA