

Campagna

Febbraio 2009

Lucia, una donna al timone dell'azienda olearia Maglio

Dal frantoio Maglio il denocciolato contro i radicali liberi

di Chiara Pierro

Lucia Maglio ha 23 anni, è prossima alla laurea in tecnologie alimentari, coniuga lo studio con l'attività imprenditoriale. Erede dell'oleificio Maglio, azienda olearia nata nel 1946, con il fratello Costantino gestisce l'azienda del padre, Angelo Raffaele. Il frantoio Maglio è dotato di un impianto a ciclo continuo e con sistema di estrazione a freddo. Molisce 13000 quintali di olive all'anno, con una produzione di circa 2100-2600 quintali d'olio.

Com'è il mercato dell'olio a Campagna?
Al momento è fermo.

Perché?

Il prezzo scende sempre più, certo c'è la crisi mondiale, e, forse, si preferiscono surrogati più economici.

Tagli alle spese a partire dal condimento?
Molti preferiscono acquistare prodotti di bassa qualità, oli che vengono spacciati per extra-vergine.



Lucia Maglio

Attenti al falso allora?

Si attenti al falso e ai prezzi troppo bassi, un prodotto di qualità non può

mai costare poco.

Che vuol dire?

Un litro d'olio extravergine non può costare 2,60 euro, sicuramente non sarà extra-vergine.

Mercato falso, concorrenza straniera e crisi economica: non c'è scampo?

Sulla concorrenza straniera finalmente è intervenuto il Comitato di Gestione Olio di Oliva della Commissione Europea che ha approvato la modifica al regolamento 1019/02.

Che cosa ha determinato?

L'estensione dell'obbligo di indicare in etichetta l'origine delle olive impiegate nell'extravergine in tutti i Paesi euro-

pei.

Si spieghi meglio.

Sulle etichette può essere messa la dicitura "prodotto in Italia" solo se le olive sono prodotte in Italia e solo se tutto il processo di molitura e di imbottigliamento avviene in Italia.

Qual è la scelta dell'impresa che vuole tutelare la qualità?

Noi abbiamo scelto di non svendere il nostro prodotto, un prodotto di qualità non può essere svenduto.

La questione dei prezzi interessa solo Campagna?

È un problema che interessa tutto il Mezzogiorno, ma Campagna vive di olio d'oliva, il reddito di molte famiglie si basa sull'olio.

La sua idea di crescita del mercato dell'olio?

Sono giovane e penso all'innovazione. La nostra azienda produce l'olio denocciolato, un prodotto di qualità ed innovativo. Siamo gli unici a realizzarlo a Campagna.

Che cos'è l'olio denocciolato?

È un olio prodotto dalla sola polpa di olive. Praticamente estraiamo il nocciolo prima della molitura delle olive.

Che cambia rispetto all'olio tradizionale?
Nel nocciolo dell'olivo ci sono degli enzimi che provocano la degradazione dei composti fenolici, eliminando il nocciolo l'olio mantiene i composti fenolici, i famosi antiossidanti.

Il sapore cambia?

Si, il denocciolato ha un sapore più dolce e più fresco, è adatto all'alimentazione dei bambini ed è particolarmente consigliato nello svezzamento.

In che misura il benessere è legato all'alimentazione?

Penso che la relazione sia assoluta in fondo noi siamo fatti di ciò che mangiamo. In questi anni si è sperimentata la capacità dell'olio d'oliva di contrastare le malattie tumorali.



L'azienda Maglio

Campagna prima e dopo il sisma del 1980

L'analisi di Gregorio D'Ambrosio

Con Gregorio D'Ambrosio, uno dei protagonisti della storia politica di Campagna degli ultimi 40 anni, analizziamo passato e presente dell'antico marchesato dei Grimaldi.

Nel 1972 D'Ambrosio è assessore, sarà



Gregorio D'Ambrosio

poi capogruppo consiliare, nel 1977 è assessore alla Comunità Montana, vi resterà fino al 1990. All'Ente Montano ricopre tutte le cariche: assessore

all'urbanistica, all'agricoltura e foreste, presidente dal 1983 al 1985, vice presidente e assessore con delega al personale, vi resterà fino al 1990.

Chiude da assessore all'urbanistica di Campagna con la giunta Granito.

Campagna oggi e 40 anni fa, che cosa è cambiato?

Manca un disegno organico di sviluppo, anche se abbiamo tante potenzialità, il nostro territorio si estende da Ponte Sele a Monte Polveracchio, dal fiume ai monti. Quaranta anni fa c'era un punto di riferimento certo, il centro storico, e poi Campagna era sede di diocesi.

Possiamo dire che le cose cambiano con il terremoto del 1980?

Si il sisma sconvolge l'assetto urbanistico e sociale della città. La ricostruzione non ha creato occupazione. A Campagna non è arrivata nessuna delle industrie del Cratere. L'area industriale Eboli-Campagna poi fu una chimera. Molti sono andati via.

Secondo lei perché?

I giovani sono andati via. Abbiamo subito l'emigrazione intellettuale. Molti però sono arrivati dai Comuni limitrofi, si pensi all'incremento demografico di Quadriovio, dovuto ai prezzi bassi del mercato immobiliare. Oggi solo la Chiesa di San Michele svolge un ruolo di attrazione e di ascolto della comunità.