

Prodotto straordinario da valorizzare

L'invito: «Olio extravergine di oliva italiano punti sulla sostenibilità certificata»

«**P**er valorizzare un prodotto straordinario come l'olio extravergine di oliva italiano si deve puntare su una sostenibilità certificata. Pilastro della dieta mediterranea, l'olio d'oliva italiano è uno dei prodotti che meglio esprimono i valori che fanno del made in Italy alimentare un riferimento di qualità assoluto, non solo in Europa ma nel mondo intero. Per questo è fondamentale che, coerentemente con le indicazioni della strategia europea “from Farm to Fork”, la filiera olivicolo-olearia del nostro Paese raccolga rapidamente e nel modo più efficace la sfida verso una transizione a sistemi di gestione capaci di coniugare la massima qualità del prodotto con le più alte garanzie di sostenibilità.»

Lo ha dichiarato Mariella Cerullo (direttore relazioni istituzionali di Oleificio Zucchi SpA) nel corso della tavola rotonda “Sostenibilità Olio extra vergine di oliva” tenutasi oggi all'interno degli “Stati generali dell'olivicoltura internazionale” organizzati a Siena dal MASAF e che hanno coinvolto alcuni dei principali esperti ed attori del settore. Oltre a Cerullo, al convegno hanno partecipato altri tre esponenti del “Comitato Scientifico per le Linee Guida sulla Sostenibilità” creato da Oleificio Zucchi: Giovanni Mattia (Università Roma Tre); Ettore Capri (Università Cattolica del Sacro Cuore); e Raffaele Sacchi (Università degli Studi di Napoli Federico II). Inoltre Rossella Cernuto (Nielsen IQ) ha presentato una ricerca che ha analizzato il

rapporto tra sostenibilità e consumatori. Erano inoltre presenti Angelo Riccaboni (Uni Siena e Presidente Santa Chiara LAB); ed Andrea Rocchi (Presidente del CREA Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria).

«Questo convegno odierno sulla “Sostenibilità dell'olio extravergine di oliva” nel corso degli “Stati generali dell'olivicoltura internazionale” – prosegue Mariella Cerullo (direttore relazioni istituzionali Oleificio Zucchi SpA) - può contribuire fattivamente allo sviluppo di una dif-

Evento importante

Organizzato a Siena dal Sottosegretario di Stato all'Agricoltura, il Senatore Patrizio Giacomo La Pietra

fusa cultura della sostenibilità riferita all'olio d'oliva e rappresenta al contempo lo spunto per arrivare ad un Sistema di Qualità Nazionale dedicato, come primo Paese in Europa. E per questo insieme alla Famiglia Zucchi ringrazio il Sottosegretario di Stato all'Agricoltura Sen. Patrizio Giacomo La Pietra per averci coinvolto in quest'importante iniziativa internazionale.»

«Desidero sottolineare – ha aggiunto Mariella Cerullo (direttore relazioni istituzionali Oleificio Zucchi SpA) - che un Sistema di Qualità Nazionale, legato



alla sostenibilità e avvalorato dal Masaf, consentirebbe di attuare una segmentazione verso l'alto che, unita a un'efficace comunicazione sul consumatore, permetterebbe una maggiore remunerazione delle produzioni nazionali e un conseguente aumento degli investimenti sul territorio italiano, a fronte di una ritrovata redditività delle coltivazioni e lavorazioni, oggi sempre più limitata. È fondamentale che l'olio extravergine italiano non sia più vissuto come una semplice commodity, ma ne venga percepito un maggiore valore aggiunto, da distribuire al meglio lungo tutta la filiera e in grado di rilanciare il sistema Italia sotto un unico cappello, quello della sostenibilità.»

Giovanni Mattia (Università degli studi Roma Tre) ha presen-

tato la ricerca “Olio EVO italiano e sostenibilità: a che punto siamo?”, mentre Rossella Cernuto (Nielsen IQ) ha illustrato l'analisi “Sustain-the-ability - Mettere i consumatori al centro della green revolution”. La ricerca del prof Mattia (Uni RomaTre) ha evidenziato come, per determinare impatti positivi e davvero significativi, gli sforzi di miglioramento delle pratiche di coltivazione, delle tecniche di estrazione e lavorazione dell'olio e dei sistemi di distribuzione, debbano trovare riscontro nella disponibilità dei consumatori a riconoscere questi stessi sforzi, facendo della sostenibilità un driver importante nelle scelte di acquisto. Di qui l'esigenza forte di un nuovo patto di fiducia, fondato sulla trasparenza, sull'ascolto reciproco, e garantito a livello isti-

Nell'immagine, da sinistra, Davi, Riccaboni, Capri, Cerullo, Sacchi e Rocchi

tuzionale. L'analisi Nielsen si è invece focalizzata sui 3 attori riconosciuti dai consumatori in fatto di sostenibilità: i Brand (le Marche), le Istituzioni (il Legislatore), ed i Consumatori stessi, che vanno maggiormente informati e responsabilizzati.

Il prof Ettore Capri (Università Cattolica del Sacro Cuore) ha evidenziato come la competitività della nostra filiera oleicola non possa più reggersi unicamente sulla qualità intrinseca del prodotto, ma debba essere sostenuta da un approccio che, coniugando modernità e tradizione, si sviluppi sull'asse fondamentale della sostenibilità. Senza dimenticare la sostenibilità nutrizionale, sulla quale ha insistito il prof Raffaele Sacchi (Università degli Studi di Napoli Federico II) che, descrivendo le riconosciute prerogative di salute dell'olio extravergine italiano, ha evidenziato come esso riesca a rispondere sempre meglio alla crescente domanda di benessere che i consumatori esprimono e che è manifestazione del bisogno di una vera sostenibilità, considerata in ogni suo aspetto.