



consorzio  
extravergine  
di qualità

## COMUNICATO STAMPA DEL 18 SETTEMBRE 2014

### **OLIVICOLTURA, FIORILLO, CEQ: “ALTA QUALITA’ INSIEME AL MARCHIO MADE IN ITALY AGROALIMENTARE PER LE ECCELLENZE ITALIANE” .**

ROMA – Nella sua ultima riunione il Consiglio dei ministri ha varato una proposta che prevede la creazione di un marchio per il Made in Italy agroalimentare, che dovrebbe contribuire a rendere più semplice per i consumatori di tutto il mondo il riconoscimento dei prodotti autenticamente italiani. Il marchio sarà privato, facoltativo e in linea con la normativa europea e potrà dare un decisivo contributo alla lotta alla contraffazione e all’Italian-sounding, che producono un danno all’export italiano di circa 60 miliardi di euro.

*“Non si capisce il perché – ha dichiarato il presidente del CEQ Elia Fiorillo - una norma di grande importanza, da noi sollecitata da anni, e cioè il riconoscimento dell’Alta Qualità dell’olio extravergine d’oliva italiano, che deve corrispondere a requisiti più restrittivi condivisi da tutta la filiera, non riesce a decollare”.*

*“Stiamo correndo il rischio – ha continuato il presidente Fiorillo - di essere surclassati dai nostri concorrenti storici, come già avvenuto in passato, anche sull’Alta Qualità. Ciò perché mentre noi italiani continuiamo ad approfondire – ovvero a rimandare la questione del riconoscimento – i nostri competitori, Spagna in testa, si stanno da tempo attrezzando”.  
“L’utilizzo dello strumento europeo dei sistemi di qualità nazionale, adattato alla nostra esigenza di difendere i valori distintivi del prodotto italiano, sicuramente potrà essere uno strumento vincente sui mercati mondiali per il nostro olio extravergine di oliva”.*

Per il Consorzio CEQ la preoccupazione sollevata da alcune organizzazioni agricole relativamente all’ipotetica concorrenza con le D.O.P. non esiste. I riconoscimenti D.O.P. per gli oli di oliva sono ben quarantatre - se si considera anche il Toscano I.G.P. - e non raggiungono il 2 per cento del mercato, a quindici anni dalla loro introduzione. Purtroppo le D.O.P., per quanto preziose sul piano dell’immagine legata a taluni territori, non hanno costituito uno strumento efficace per creare valore nelle aree olivicole più vocate e, soprattutto, non consentono di affrontare i mercati esteri emergenti con volumi efficaci.

*“Ci auguriamo che il ministro Martina – ha concluso Elia Fiorillo – prenda posizione convinta sull’ Alta Qualità perché è un concetto chiave, irrinunciabile, che trasferisce correttamente l’alto valore nutrizionale di questo prodotto, tra l’altro facilmente comprensibile, anche per il vissuto positivo relativo al settore del latte, veicolabile e spiegabile ai consumatori esteri”.*