



consorzio
extravergine
di qualità

COMUNICATO STAMPA DEL 25 NOVEMBRE 2013

OLIVICOLTURA, CEQ, FIORILLO: “I RITARDI NEL RICONOSCIMENTO DELL’ALTA QUALITÀ DELL’OLIO EXTRAVERGINE ITALIANO FAVORISCONO LA CONCORRENZA ESTERA.”

Roma -*“Stiamo correndo il rischio di essere surclassati dai nostri concorrenti storici, come già è avvenuto in passato, anche sull’Alta Qualità”. Ciò perché mentre noi italiani continuiamo ad approfondire – ovvero a rimandare - la questione del riconoscimento dell’Alta Qualità dell’olio extravergine d’oliva italiano - che deve corrispondere a requisiti più restrittivi condivisi da tutta la filiera -, loro, i nostri competitori, si stanno da tempo attrezzando”*. Lo ha dichiarato il presidente del Consorzio Extravergine di Qualità (CEQ), Elia Fiorillo, alla notizia che sui tavoli tecnici della Conferenza Stato Regioni vi è stata l’esplicita richiesta di vietare l’utilizzo della dizione, appunto, “Alta Qualità” per il prodotto di origine nazionale, per la preoccupazione di una possibile concorrenza con le D.O.P. dell’olio di oliva.

Per il Consorzio CEQ i riconoscimenti delle DOP per gli oli di oliva sono ben quarantatré - se si considera anche il Toscano Igp -, e non raggiungono il 2% del mercato, a quindici anni dalla loro introduzione. Purtroppo, le DOP, 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.

“Alta Qualità – continua Fiorillo – 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 anche ai consumatori esteri”.

Il presidente del Consorzio CEQ, in fine, è sicuro che a favore dell’Alta Qualità prenderà posizione sia il Ministro De Girolamo, che le Commissioni Agricoltura di Camera e Senato, per dar modo *“ai produttori italiani, e non solo, di vincere una concorrenza spietata sui vari mercati internazionali e per ciò hanno bisogno di uno strumento di differenziazione efficace a cui devono corrispondere volumi di prodotto adeguati alla dimensione dei mercati stessi”*.