



Comunicato stampa del 9 aprile 2010

Il Consorzio "Q-verde" getta le basi per costruire in Italia una filiera di alta qualità dell'extra vergine italiano

Verona - "Sotto la regia del Consorzio **Q**, l'Alta Qualità dell'olio Extravergine d'oliva italiano vedrà sempre più coinvolti produttori e retailers nei prossimi anni" è quanto ha affermato il Presidente **Elia Fiorillo**, a margine della tavola rotonda tenutasi in occasione della cornice annuale del Vinitaly, riassumendo l'impegno e l'iniziativa promozionale del Consorzio **Q**. "proprio in questi giorni - ha aggiunto Fiorillo - stiamo completando la consegna a giornalisti, buyer e responsabili delle istituzioni, di 1.000 confezioni di olio italiano di alta qualità per testimoniare la fattibilità del progetto di riconoscimento e tutela di una nuova categoria di olio extra vergine". Dalla tavola rotonda, organizzata in media partnership con Largo Consumo e moderata da **Armando Garosci**, retailers, produttori e consumatori, hanno confermato l'intenzione di rafforzare la collaborazione intorno al progetto del Consorzio **Q**, dando vita ad una filiera dell'olio italiano di qualità dal campo alla tavola dove condivisione di servizi e relazioni stabili e strutturate tra gli operatori, consentiranno in ordine di recuperare efficienza, educare i consumatori e riposizionare l'extra vergine italiano di qualità creando valore per tutti. **Massimo Occhinegro** della Pantaleo ha sottolineato l'urgenza di rafforzare la comunicazione sull'olio italiano nei mercati esteri, dove i segnali che arrivano sono ormai tutti in chiave spagnola e con una stretta collaborazione di filiera si può ovviare alle esigenze anche dei consumatori italiani, che secondo **Marino Melissano** di Altro Consumo richiedono chiarezza e trasparenza nei messaggi che diamo sulla qualità dell'olio extra vergine italiano e sul suo valore aggiunto. Di questo avviso è anche **Alberto Bua** del Frantoio Minisci, secondo il quale l'impegno deve essere incentrato prioritariamente nell'educazione corretta dei consumatori. Per **Michele Labarile** della Monini la proposta del Consorzio ha il merito di responsabilizzare tutti gli attori della filiera sulla qualità finale del prodotto. **Pompeo Farchioni**, forte dell'esperienza fatta dal suo gruppo su altri settori dell'alimentare, ha confermato che nei prossimi anni l'impegno della Farchioni nell'extra vergine si concentrerà soprattutto sulla valorizzazione di una filiera italiana di alta qualità. Anche **Gennaro Forcella**, Presidente della Federolio, ha applaudito la proposta del Consorzio, sottolineando che il progetto sta incrociando gli interessi di altri importanti attori della filiera. Per Metro Italia, ha affermato **Claudio Truzzi**, la qualità del vero prodotto italiano è un valore da salvaguardare e da promuovere in tutto il Mondo e è per questo che Metro condivide un progetto dove la qualità si garantisce attraverso un gioco di squadra efficiente, fatto su percorsi comuni come quelli proposti dal Consorzio **Q**. Coop Italia, ha sottolineato **Ermanno Gargiulo**, sta lavorando da diversi anni con il Consorzio anche per perfezionare la comunicazione al consumatore e trasferirgli la percezione di una maggiore garanzia e fiducia per un extra vergine italiano di qualità e di filiera. Per **Giuseppina Romano**, presidente dell'Interprofessione dell'olio di oliva è necessario concentrarsi su un'idea strategica semplice e attuabile, saranno poi i risultati a rilanciare l'impegno e gli investimenti degli operatori olivicoli italiani. Per l'oleologo giornalista Luigi Caricato il punto focale rimane la comunicazione e soprattutto la sua efficacia. la strada del Consorzio **Q** è quella giusta e va perseguita con sempre maggiore convinzione.