



NEWSLETTER N.1 GENNAIO 2015

“Olivicoltura Anno Zero. Si riparte”

Si è svolta il 16 Dicembre 2014, presso la sala Gialla del Cnel, Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro, una tavola rotonda che ha riunito in un vero confronto sulle problematiche del settore olivicolo produttori, confezionatori, deputati, rappresentanti delle istituzioni e delle unioni dei consumatori, di Agrinsieme e delle associazioni olivicole Federolio, Unasco, Aipo, Cno, Unapol.

Il Consorzio Ceq, che ha fortemente voluto l'iniziativa, ha formulato una proposta che si rivolge a tutti i soggetti appartenenti alla filiera: cooperare per competere, avvicinare le due anime essenziali del settore, quella produttiva e quella commerciale, per produrre oli italiani eccellenti e venderli nel mondo come prodotti ad alto valore, per selezionare e importare oli dal mediterraneo e per costruire e proporre blend di diversa origine. Mantenendo così alta la reputazione dell'olio italiano e rendendo l'olivicoltura nazionale redditizia.

I presenti alla tavola rotonda hanno espresso il loro punto di vista sulle problematiche del settore, concordando sulla necessità di agire in fretta per rendere redditizia la filiera. E cooperare sembra essere l'unica via d'uscita.

Il Ceq ha proiettato un video in cui si citano numeri che lasciano spazio a pochi dubbi.

Negli anni '60 la produzione italiana era pari a 400 mila tonnellate di olio di oliva. Oggi, eccetto la qualità, nulla sembra cambiato con una sola differenza: allora l'Italia rappresentava oltre il 30% del prodotto mondiale, oggi la quota è scesa al di sotto del 15%, nelle annate migliori. 40 anni di aiuti comunitari non si sono tradotti in nuovi impianti e attualmente, il nostro sistema produttivo è costretto a competere con sistemi molto più efficienti, più automatizzati e con ridotto impiego di manodopera, dove un litro di olio extra vergine può costare anche meno di 2 euro contro i 3 euro della Puglia e i 6-8 euro delle Regioni del Centro Nord. I nostri competitor, inoltre, oltre ad investire negli impianti investono anche in promozione. In Spagna ad esempio 8 milioni di euro di denaro privato messi dalle aziende attraverso un prelievo sulla produzione, sono stati utilizzati per fare promozione.

Quello che serve, dunque, è recuperare e potenziare in il segmento del prodotto "italiano" per creare un volano per gli investimenti in nuovi impianti produttivi, efficienti e capaci di assicurare reddito ai nostri territori. Tuttavia, nell'interesse di tutti gli operatori, è necessario rimettere mano a tutta la categoria degli oli da olive, che non riesce a comunicare valori distintivi comprensibili rispetto alle categorie dei succedanei investendo su chiarezza e trasparenza, prima ancora di promuovere le eccellenze.

Ma soprattutto, secondo il Consorzio, bisogna "Cooperare per competere".

