

ReCOMed, la Rete delle Città dell'Olio del Mediterraneo ad Olio Capitale 2015

IL PRESIDENTE ENRICO LUPI: PER CONQUISTARE I MERCATI INTERNAZIONALI DOBBIAMO INVESTIRE SULLA BIODIVERSITÀ PER DARE PIÙ FORZA ALLE IDENTITÀ"

Ci sarà anche Re.C.O.Med, la Rete delle Città dell'Olio del Mediterraneo alla nona edizione di Olio Capitale, il Salone degli oli extra vergine tipici e di qualità, in programma dal 7 al 10 marzo nella Stazione Marittima di Trieste, organizzato da Aries in collaborazione con l'Associazione nazionale Città dell'Olio e patrocinato da Expo Milano 2015 e dal Ministero dell'Agricoltura.

La Rete Città dell'Olio del Mediterraneo, fondata nel novembre 2011 per creare sinergie nel campo della promozione e valorizzazione del patrimonio olivicolo tra i 13 Paesi che attualmente ne fanno parte: Italia, Albania, Algeria, Croazia, Grecia, Israele, Libano, Marocco, Montenegro, Portogallo, Slovenia, Spagna, Tunisia e Turchia, sarà presente per l'inaugurazione della fiera, sabato 7 marzo alle 11.30 in Sala Oceania con i rappresentanti di Croazia, Spagna, Turchia e Italia.

Sarà, infatti, il presidente di Re.C.O.Med Enrico Lupi presidente anche dell'Associazione nazionale Città dell'Olio che ha fondato la Rete, a portare il saluto di questa importante realtà. Nel suo intervento Lupi offrirà un quadro della situazione produttiva olivicola nel Mediterraneo nel 2014-2015, evidenziandone punti di forza e criticità. Seguiranno gli interventi di Aleksander Krt, presidente Asso.Città dell'Olio (Croazia), Salvador Cubero, Direttore Asociacion Espanola de Municipios del Olivo (Spagna) e Bahattin Gokdemir, Presidente Camera dell'Agricoltura di Didim (Turchia).

"L'olio non è una commodity ma un alimento con una forte e precisa identità - ha dichiarato il presidente di Re.C.O.Med e dell'Associazione nazionale Città dell'Olio Enrico Lupi - nel 2014 la produzione olivicola nazionale è scesa al di sotto dei livelli di guardia (già inferiori alla media mondiale) mettendo in ginocchio i produttori. Nel Mediterraneo la situazione non è diversa con il 27% della produzione in meno. La nostra risposta alla domanda interna e a quella ancora più pressante dei mercati internazionali è nella biodiversità, cioè nel rispetto delle identità legata indissolubilmente all'unicità dei territori di produzione. L'olio made in Italy forse non può permettersi il lusso di parlare solo il dialetto per vincere le sfide imposte dalla globalizzazione del mercato, ma non può nemmeno parlare un generico "esperanto" se questo equivale a offrire ai consumatori un prodotto standardizzato e di bassa qualità".

Intanto in queste ore si lavora in fiera per prepararsi al taglio del nastro con l'on. Colomba Mongiello, vicepresidente Commissione Anticontraffazione e membro della Commissione Agricoltura. Aprirà il convegno Antonio Paoletti, Presidente della Camera di Commercio di Trieste, previsti anche i saluti delle Autorità comunali, provinciali, regionali del Friuli Venezia.