

Olio italiano: boom di esportazioni nell'Europa orientale, da 7mila tonnellate a oltre 12mila

L'olio extravergine d'oliva italiano piace sempre di più ai consumatori dell'Est Europa, un'area stando agli ultimi dati diffusi da Assitol, l'Associazione italiana dell'industria olearia, fra le più promettenti per l'export di olio extravergine di oliva Made in Italy. Per Assitol - che ha rielaborato i dati Istat del 2016 raffrontandoli con gli scambi registrati due anni fa - a crescere maggiormente sono stati soprattutto: la Slovacchia, con un aumento record del 103%; la Lettonia (+40%) e l'Ucraina (+63%). Altri mercati, invece, vivono un consolidarsi di una tendenza già in atto, sempre con il segno "+": come Repubblica Ceca (30%), Ungheria (34%), Romania e Slovenia (25%). La Polonia resta il Paese con l'export più importante in volume (2.300 tonnellate), registrando peraltro un aumento del 6,2%. Anche le vendite in Russia, nonostante le tensioni internazionali, vanno molto bene, registrando un incremento del 47%. Nel giro di cinque anni, spiegano da Assitol, le esportazioni nell'Europa orientale sono passate da 7mila tonnellate a oltre 12mila, con uno scatto di oltre il 70%. "Siamo ancora lontani dai grandi acquirenti di oli d'oliva come gli Stati Uniti", commenta ad ANSA Nuova Europa Angelo Cremoni, presidente del Gruppo Olio d'oliva di Assitol. "Ma è indubbio - prosegue - che le statistiche indichino un interesse crescente verso i prodotti dei grandi marchi italiani". Oggi, spiega, "i Paesi dell'Est con le prospettive di mercato migliori comprano le stesse quantità di Austria o Danimarca, che, grazie al lavoro delle nostre aziende, ben conoscono il nostro extravergine e lo consumano da decenni". La popolarità dell'extravergine italiano si spiega in parte con l'affermarsi della dieta mediterranea, considerata "trendy" in questi Paesi, ma anche perché l'olio d'oliva è diventato una sorta di status symbol per la borghesia emergente di Paesi come Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Romania, Bulgaria e Ungheria, vale a dire le economie emergenti dell'Europa orientale. L'export degli industriali dell'olio verso l'Est europeo inizia nei primi anni Ottanta. Il distacco dal blocco sovietico accelera il processo e, ancora di più, l'entrata nell'euro, che consente alle imprese di commercializzare più agevolmente l'olio confezionato, a prezzi più convenienti. In alcuni Paesi, poi, il legame con l'Italia è anche frutto della recente immigrazione, come nel caso della Romania e della Polonia, che oggi vedono i "nuovi italiani" portare nelle terre d'origine le abitudini alimentari nostrane: pasta, pane, caffè e, ovviamente, olio extravergine d'oliva. "Il modo più produttivo per divulgare la cultura dell'olio d'oliva è rappresentato dal suo utilizzo nei piatti locali", aggiunge Cremonini. "Lo dimostrano casi di successo come il Giappone e, più di recente, l'India. Su questo, è bene concentrare il nostro impegno in futuro, puntando sulla ristorazione italiana all'estero". Lo chef, anche per l'olio, potrebbe essere un ottimo ambasciatore.

Fonte: Ansa