

## Sessanta milioni di euro per il nuovo Piano Olivicolo Nazionale

In occasione dell'inaugurazione di Sol&Agrifood, il Ministro dell'agricoltura Maurizio Martina ha annunciato la nuova campagna di promozione istituzionale per l'olio extra vergine di oliva e soprattutto il rifinanziamento del Piano Olivicolo Nazionale.

Parte dunque da Sol&Agrifood la campagna di comunicazione istituzionale del Mipaaf per la promozione dell'olio extravergine di oliva. Una campagna di promozione che in tutte le principali città italiane con corner dedicati nei centri commerciali di 18 città. A completare il programma spot e iniziative mediatiche dei testimonial della campagna, che rientra tra le attività del Piano Olivicolo Nazionale: la food blogger Chiara Maci e gli chef Antonino Cannavacciuolo e Davide Oldani.

La notizia più importante del convegno inaugurale, però, è la volontà del Ministro Martina di voler rifinanziare il Piano Olivicolo Nazionale. Molti bandi del vecchio PON sono stati appena aperti ma "occorre dare prospettiva al settore". L'ipotesi, circolata nei corridoi della manifestazione, è che il prossimo Piano Olivicolo Nazionale possa essere molto più ricco: 60 milioni di euro, magari anche attingendo dai fondi comunitari della OCM olio d'oliva che, da sola, vale 40 milioni di euro.

"Quando parliamo di olio - ha affermato il Ministro Martina - parliamo di uno dei simboli del Made in Italy agroalimentare nel mondo, che racchiude in sé il profondo legame tra cultura, tradizione e territorio del nostro Paese. Si tratta di un comparto che vale 3 miliardi di euro e rappresenta il 3% del fatturato totale dell'industria agroalimentare italiana. Un settore che, considerata l'altissima qualità dei nostri prodotti, dobbiamo sostenere per migliorare anche la produttività dal punto di vista quantitativo. Abbiamo gettato le basi di questo rilancio con l'approvazione del piano olivicolo nazionale e proseguiamo con azioni mirate e controlli capillari per continuare a garantire ai consumatori eccellenza, sicurezza e tracciabilità".

Con la riforma PAC alle porte, una politica agricola comune che guarderà molto al mercato, occorre una riorganizzazione dell'intera filiera che nel 2016 ha totalizzato 1,5 miliardi di euro di export.

"L'Interprofessione, la Filiera Olivicolo olearia italiana, il cui riconoscimento è alla firma del Ministro Martina nasce proprio per ragionare in termini di mercato - ha ricordato David Granieri, presidente FOOI - non farà rappresentanza ma progetti volti al mercato. Non è il solito modello associativo che in Italia ha fallito ma un modello consortile e questo lancia un messaggio. Basta con la OCM (ndr organizzazione comune di mercato) fatta di carta."

Più attenzione dunque agli scenari internazionali, ben noti a Verona. "Con i suoi circa 300 espositori - ha detto il presidente di Veronafiore Maurizio Danese - Sol&Agrifood si sta sempre più connotando come un sistema di servizi per la promozione e l'internazionalizzazione delle migliori produzioni made in Italy, sul modello di Vinitaly. La sua forza è quella di mettere in contatto le aziende con i buyer, facendo nel



Associazione Nazionale  
Città dell'Olio

contempo cultura del prodotto”.

L'export della filiera olivicolo-olearia italiana, nel 2016, è stato pari a 1,5 miliardi di euro.

FONTE: TEATRO NATURALE