



Conoscere l'olio non basta, se non sappiamo raccontarlo

Conoscere l'olio extravergine non basta. Se non sappiamo raccontarlo. Perché ne sia percepito il valore e la qualità, bisogna costruire una narrazione appassionata e coraggiosa che parli della storia, dei luoghi da cui nasce, delle persone che lo producono. Questo il messaggio lanciato dal convegno di apertura della XLVI Assemblea Nazionale delle Città dell'Olio. Questa mattina il Teatro Duse di Asolo ha ospitato gli interventi di un vasto parterre di illustri relatori. I lavori sono stati aperti dalla relazione di Enrico Lupi presidente delle Città dell'Olio che nel motivare la scelta di Asolo come sede dell'evento, ha sottolineato che l'olio extravergine è un prodotto dall'identità forte e locale, ma è soprattutto un valore nazionale. Spazio poi ai saluti del sindaco di Asolo Mauro Migliorini del consigliere nazionale Città dell'Olio per il Veneto Orio Mocellin e dell'assessora regionale Elena Donazzan che ha rinnovato l'impegno della Regione Veneto ad occuparsi di cultura dell'olio e di formazione di una sensibilità nelle nuove generazioni. Poi l'incontro è entrato nel vivo con la relazione di Riccardo Garosci presidente Comitato Scuola Cibo MIUR che ha detto: "Dobbiamo raccogliere l'eredità di Expo che ha avuto il merito di raccontare dell'Italia non solo i prodotti ma anche le storie". Dagli interventi dell'agronomo Giovanni Alberton e di Marco Antonucci responsabile del progetto nazionale olio di Slow Food è emersa la necessità di puntare sulla biodiversità dei territori, ma anche di trovare strumenti efficaci di promozione come l'etichetta parlante di Slow Food, incrementando le esperienze legate all'olivicoltura come la partecipazione alla raccolta o la fruizione del paesaggio attraverso iniziative come la Camminata tra gli Olivi uno dei progetti di punta delle Città dell'Olio. Con i giornalisti Carlo Cambi e Marzia Morganti Tempestini si è entrati nel dettaglio di un nuovo approccio alla comunicazione. "Nell'era della rete il passaparola è ancora una modalità di narrazione che funziona - ha spiegato Marzia Morganti Tempestini - ma c'è bisogno di un approccio che integra tradizione e innovazione". Carlo Cambi ha sottolineato il ritardo fortissimo che ha il mondo dell'olio sul web "Solo il 45% dei frantoi è rappresentato, solo il 35% delle aziende agricole e appena il 3% dell'olio venduto è e-commerce" ha dichiarato il giornalista di Linea Verde Rai, invitando tutti a fare una riflessione su come colmare il gap se si vuole uscire dal mercato locale. Con Federica Palma Amoroso autrice della grafica della Camminata tra gli Olivi, si è parlato di percezione del valore e della qualità di un prodotto attraverso l'immagine che deve avere capacità di emozionare. Gran finale con il regista Maurizio Gigola che ha presentato il trailer del suo film su Gualtiero Marchesi "The Great Italian". Una storia straordinaria che mette insieme due valori legati fortemente all'Italia su cui Marchesi insisteva molto: il bello e il buono. Le conclusioni sono state affidate al Presidente Enrico Lupi che aveva come ospite eccezionale il presidente delle Città del Vino Floriano Zambon. Entrambi per la prima volta insieme, hanno rilanciato la battaglia comune per il riconoscimento delle due associazioni come rete di Città di Identità.