



## Tutto pronto per Olio Officina Festival 2019

**Olio, spazio, pubblicità. E' ricco come sempre il programma della manifestazione Olio Officina Festival, giunta quest'anno alla sua ottava edizione**, in scena a Milano al Palazzo delle Stelline, dal 31 gennaio al 2 febbraio 2019. **Un programma articolato per riflettere e confrontarsi sullo stato dell'olio, questo e molto altro è Olio Officina Festival**, il più grande simposio al mondo, ideato e diretto dall'oleologo **Luigi Caricato**. OOF 2019 è una bussola per orientarsi tra le diverse tipologie di oli, i diversi profili, le differenti origini, in uno scenario segnato da una progettualità comunicativa mai sperimentata nella storia italiana. Un evento aperto a tutti, con differenti target, generici consumatori, appassionati, operatori del settore commerciale, senza mai trascurare il mondo della cucina professionale e della scienza.

Tema centrale dell'edizione 2019 è la pubblicità, come l'olio si pubblicizza e comunica se stesso al  vasto mondo dei consumatori e, di conseguenza, come l'olio riesce a sua volta a proporsi in uno scenario operativo completamente inedito rispetto al passato. Con un punto di partenza, l'Italia non ha olio a sufficienza eppure se ne consuma tanto e se ne esporta altrettanto. Non vi è il numero di olivi necessario per il fabbisogno interno di olio e tuttavia l'olio extra vergine di oliva resta la materia prima alimentare centrale in tutte le cucine del Paese. Il punto di arrivo è offrire una chiave di interpretazione dell'olio inedita e per farlo con efficacia e inventiva ci si è affidati ai giovani, sperimentando nuovi stili e nuovi linguaggi. L'olio extra vergine di oliva lo si consuma in grandi quantità ma non lo si sa comunicare bene, con un approccio antico e desueto. In un simile contesto non è semplice indovinare una strategia comunicativa per un prodotto antico e millenario, non è paragonabile a quello di ieri, un prodotto diverso e migliore, frutto di una tecnologia che lo ha perfezionato rendendolo fruibile in maniera decisamente nuova rispetto al passato. Nei giorni della manifestazione sarà possibile ammirare la creatività dagli allievi dell'Accademia di Comunicazione di Milano, che hanno agito sotto la guida attenta e sensibile del direttore creativo **Antonio Mele**.

 Non mancherà uno sguardo retrospettivo, per dare valore a quanto è stato fatto finora. Sempre in chiave storica, il 31 gennaio, **Giordano Bruno Guerri**, scrittore e storico, presidente della Fondazione Vittoriale degli Italiani, converserà sull'importante ruolo che Gabriele d'Annunzio ha avuto nella pubblicità, e con l'occasione, tra l'altro, si presenta *Oleum Vatis*, ovvero l'olio extra vergine di oliva ottenuto dai 395 olivi presenti nella tenuta del Vittoriale. Quando si dice pubblicità, non ci si ferma solo a quel che si vede sui giornali o in altri media, ma per agire sempre in maniera efficace, è importante capire i nuovi possibili approcci, a partire da quanto avviene nel campo del marketing. Il marketing e la pubblicità a loro volta si scontrano con questioni etiche di non secondaria importanza, come la massiccia attività di propaganda che condiziona il mondo dei consumi. Nessuno è immune da condizionamenti e tutti devono essere messi in guardia, soprattutto in un'epoca in cui le fake news diventano virali nel breve volgere di poche ore. Comunicare, raccontare, creare, qualificare, misurare.

Quando le imprese si affacciano nella giungla del web, cambia il modo di comunicare e fare pubblicità nell'era dei social. Importante, da segnalare tra i vari incontri, la giornata di venerdì 1 febbraio, con la



presentazione, con la regia di **Daniele Tirelli** - oltre che fondatore di Amagi, presidente del Retail Institute of Italy- di una indagine sui consumi di olio extra vergine di oliva presso le famiglie milanesi. L'obiettivo di questa ricerca è di documentare le opinioni, gli usi, le abitudini e il gradimento delle varie marche di extra vergini.

Uno dei grandi temi ricorrenti, riguarda il costo di una bottiglia di olio extra vergine di oliva. Per capire realmente quanto possa costare una bottiglia di olio sullo scaffale, occorre fare una attenta disamina dei costi di produzione. Non è facile stabilire un prezzo minimo, oltre al quale non si può scendere, per stabilire che una bottiglia abbia il prezzo giusto e la qualità corrispondente. L'Italia non risulta essere competitiva sul mercato, nonostante detenga un primato di immagine ancora saldo. La qualità degli oli non è ancora compresa e verrà affrontato venerdì 1 febbraio con **Valentina Cardone** sul tema delle etichette imperfette e delle troppe restrizioni per il settore olio da olive. Le etichette presenti su una bottiglia d'olio non sempre consentono infatti di esprimere tutto il valore degli oli da olive. Un eccesso di legislazione imbriglia un prodotto che ha invece molto da raccontare. Sono allo studio alcune soluzioni per contrastare tale fenomeno, con l'obiettivo di rendere gli oli da olive più competitivi sul mercato.

**Olio Officina Festival 2019 - Ottava edizione - Milano - 31 gennaio/2 febbraio 2019**

*Giovedì 31 gennaio 2019: ore 16.00 - 20.30 - Venerdì 1 e sabato 2 febbraio 2019: ore 9,00-20.30. **Palazzo delle Stelline**, corso Magenta 61, Milano.*

**Biglietti:** venerdì e sabato 15 euro/giorno - giovedì ingresso libero fino a esaurimento dei posti.

**Website:** [www.olioofficina.com](http://www.olioofficina.com)

**Hashtag:** #oof2019

**Info:** [posta@olioofficina.com](mailto:posta@olioofficina.com)

**Tel:** 02.8465223