



IL FATTO - 11 NOVEMBRE 2020

L'Italia Team ambasciatore dell'olio extravergine italiano di qualità per Tokyo 2020

Sono sei gli atleti olimpici scelti per fare da ambasciatori dell'extravergine di oliva del loro territorio: dalla schermitrice toscana Alice Volpi, due volte oro mondiale, al campione di beach volley abruzzese Paolo Nicolai, medaglia d'argento a Rio 2016. Dalla campionessa europea di pugilato campana Irma Testa al pallanotista ligure Stefano Luongo, oro ai Mondiali 2019 in Corea del Sud; e ancora dal pugliese Vito Dell'Aquila, bronzo ai mondiali di Taekwondo in Corea del Sud nel 2017 alla romana Martina Centofanti, campionessa di Ginnastica ritmica del Lazio 3 volte oro mondiale. I giovani atleti sono protagonisti di sei video promozionali la cui divulgazione avverrà a partire da novembre sui canali social del Coni e dell'Ismea. L'iniziativa rientra nella Campagna di comunicazione istituzionale "Olio su tavola - I capolavori dell'extravergine" promossa dal Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali e realizzata dall'Ismea. L'obiettivo della Campagna è contribuire a sviluppare una cultura legata all'extravergine di oliva, che incoraggi comportamenti di acquisto più attenti e consapevoli, promuovendo una maggiore conoscenza dell'immenso giacimento regionale di qualità e varietà, testimoniato dalle oltre 500 cultivar e da ben 48 oli DOP e IGP.

Lanciata nel 2019, la campagna di comunicazione gioca su più fronti: dalla serie web agli eventi online, alle degustazioni guidate sul territorio, sino alla campagna media su stampa, web, radio e tv. Grazie al contributo del Comitato Olimpico Nazionale Italiano, l'olio extra vergine di oliva assume una duplice valenza: non solo alleato fondamentale del nostro benessere ed emblema - assieme allo sport - di uno stile di vita sano e consapevole, ma anche vero e proprio vanto nazionale, al pari degli atleti che rappresentano l'Italia Team per Tokyo 2020.

A parlare sono anche le immagini del video istituzionale in cui sportivi, olivicoltori e frantoiani sono simbolicamente uniti in una metafora che evoca la ripartenza e il rilancio dell'Italia in un momento difficile come quello attuale.

"Grazie al mondo dello sport - ha dichiarato la Ministra Teresa Bellanova - alle campionesse e ai campioni che hanno scelto di essere ambasciatori e testimoni di una delle nostre eccellenze per antonomasia: l'extravergine di oliva, perché la loro eccellenza, il loro volto e la loro voce qui come altrove possono fare la differenza nelle scelte dei cittadini consumatori, nel parlare alle nuove generazioni, nell'informazione trasparente e corretta. L'Italia vanta oltre 500 cultivar, un patrimonio di biodiversità che non ha eguali, e che dobbiamo saper valorizzare appieno. Ben sapendo che valorizzazione delle nostre produzioni e tutela del paesaggio vanno di pari passo. Chiudendo il negoziato sulla Pac nelle scorse settimane abbiamo raggiunto risultati importanti anche per questo settore. Abbiamo strumenti che ci consentono un percorso importante di rilancio e di modernizzazione. Per questo è necessaria la massima concertazione e la partecipazione attiva di tutti gli attori della filiera. Ed è strategica l'alleanza con i consumatori. Che mi auguro vorranno garantire a questi ambasciatori d'eccezione e a questa campagna di informazione la giusta attenzione e il meritato successo".



“L'Italia Team rappresenta l'eccellenza dello sport tricolore - ha commentato Il Presidente del CONI Giovanni Malagò - e le nostre atlete e i nostri atleti sono protagonisti e ambasciatori del nostro Paese sui palcoscenici internazionali, a partire da quello, atteso e ambito, di Tokyo 2020. Non si tratta soltanto di campionesse e di campioni che primeggiano con i loro risultati ma di veri testimonial del 'made in Italy' nel mondo. Anche l'olio extravergine di oliva è un'eccellenza italiana ed è alla base della dieta dei nostri atleti olimpici. È, quindi, naturale per il Coni e l'Italia Team fare squadra con il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali e l'Ismea in questa campagna che promuove i nostri capolavori. Lo sport e i corretti stili di vita, inoltre, sono in campo insieme nella sfida al sedentarismo e alle malattie che esso provoca. Dietro a ogni successo c'è fatica, sacrificio e abnegazione: un impegno comune che i nostri campioni e i nostri olivicoltori approfondono per far restare l'Italia ai vertici mondiali”.

“L'olio extra vergine di oliva è uno dei prodotti simbolo della nostra dieta, basti dire che l'Italia ne è il principale consumatore mondiale, oltre a essere il secondo player per produzione ed export - ha sottolineato il Direttore Generale dell'ISMEA Raffaele Borriello. Eppure, a differenza del vino che negli ultimi 30 anni ha costruito attorno a sé un fitto tessuto valoriale, l'olio è ancora oggi percepito spesso come una commodity indifferenziata, per la quale è soprattutto il prezzo a guidare le decisioni di acquisto. Le recenti indagini Ismea ci dicono, però, che negli ultimi 10 anni è cambiato qualcosa nella percezione e nel vissuto del consumatore rispetto all'extravergine, e la campagna di comunicazione che stiamo realizzando ha l'obiettivo di amplificare questo cambiamento affinché l'olio trovi la valorizzazione che merita e il consumatore sia messo in grado di compiere scelte consapevoli.”

GUARDA IL VIDEO

FONTE: LA REPUBBLICA