



## Olio Capitale torna in presenza con oltre 170 espositori e buyer

Torna in presenza dopo due anni di stop a causa della pandemia il salone Olio Capitale. La rassegna dedicata a produttori e buyer è in programma dal 13 al 15 maggio al *Trieste Convention Center* in Porto Vecchio. Hanno confermato la presenza oltre 170 aziende produttrici provenienti da Italia e Grecia mentre i *buyer* arriveranno da tutta Europa e dal Giappone. La fiera è organizzata da **Camera di commercio Venezia Giulia** attraverso **Aries**, in collaborazione con l'Associazione nazionale Città dell'olio e gode del sostegno dell'**Unioncamere**, della **Regione Friuli Venezia Giulia** la partecipazione del **Network Mirabilia** e la co-organizzazione del **Comune di Trieste**. Il **Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (Mipaaf)**, grazie ai finanziamenti del **Programma Operativo del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e per la Pesca (Feamp) 2014/2020**, sostiene l'evento e attraverso la Direzione generale della pesca marittima e dell'acquacoltura, sarà protagonista all'interno dell'esposizione con una serie di azioni di promozione del prodotto ittico nazionale abbinato all'olio extravergine di oliva, nell'ambito di una dieta mediterranea universalmente riconosciuta quale regime alimentare ricco di proprietà benefiche.

**Antonio Paoletti**, presidente della Cciaa Venezia Giulia, non ha dubbi: «questa è la fiera della ripartenza. Una scommessa fortemente voluta dalla Camera di commercio Venezia Giulia assieme all'Associazione Città dell'Olio per riportare al centro del dibattito agroalimentare nazionale l'olio extra vergine di oliva. Un alimento che è la base della Dieta mediterranea e un elemento importante della qualità del *Made in Italy* nel mondo. Il settore agroalimentare sta subendo le conseguenze dovute alla guerra in atto in Ucraina e quelle di una generalizzata incertezza economica che ormai pervade il mondo. Dopo il Covid e le sue conseguenze, ora c'è il conflitto e la drammaticità che ha generato a livello sociale ed economico. Con Olio Capitale abbiamo inteso riportare Trieste e il Friuli Venezia Giulia nel panorama fieristico nazionale e internazionale. In questi tre giorni di presentazioni, affari, dibattiti, corsi sull'olio extra vergine di oliva e *show cooking* a celebrare l'oro verde ci saranno migliaia di appassionati e numerosi *buyer* provenienti dall'estero e ai quali abbiamo confezionato incontri d'affari con i produttori presenti in fiera. Potrei dire che finalmente ci ritroviamo in presenza dopo due anni in cui Olio Capitale ha comunque continuato con il Concorso internazionale e gli incontri d'affari tra produttori e i *buyer* in una modalità mista digitale e fisica. Speriamo che questi tempi siano definitivamente finiti e che ripartiamo assieme».

**Michele Sonnessa**, presidente dell'Associazione Nazionale Città dell'Olio (Anco) aggiunge che «dopo due anni di assenza i produttori delle Città dell'Olio sono entusiasti di partecipare all'evento fieristico dedicato agli oli Evo più prestigioso d'Italia. Olio Capitale 2022 rappresenta per tutti un'occasione di ripartenza e di riscatto che darà nuovo slancio alla filiera produttiva e una preziosa opportunità di confronto su temi sui cui la nostra Associazione è in prima linea: la salvaguardia del paesaggio olivicolo e il contrasto all'abbandono degli oliveti attraverso politiche di sostegno all'agricoltura sociale e il turismo dell'olio».



«Grazie al lavoro prezioso dei coordinamenti regionali - prosegue **Antonio Ghersinich** membro del Collegio dei Proviviri Anco - le Città dell'Olio sono presenti ad Olio Capitale con 600 metri quadrati di spazi occupati. La nostra associazione si conferma partner strategico del Salone di Trieste e il sodalizio con Aries resiste alla prova del tempo e alle difficoltà causate dalla pandemia raccogliendo una scommessa: nuova *location*, una selezione di oli di eccellenza ancora più ricca, tanti eventi nell'evento, temi ed ospiti per approfondimenti culturali. Siamo certi che la riposta dei visitatori renderà giustizia al grande sforzo collettivo che è stato prodotto».

Olio Capitale avrà anche momenti di condivisione, con convegni dedicati, di degustazione grazie all'*Oil Bar* e poi tanti *show cooking* a prenotazione libera. I produttori arriveranno da tutte le regioni italiane mentre i *buyer*, ovvero gli operatori che si occuperanno di fare il mercato, da Germania, Austria, Serbia, Croazia, Danimarca, Olanda, Francia, Inghilterra, Svizzera, Estonia e Giappone. Il 70% dei visitatori del salone è alla ricerca di nuovi fornitori sia per quanto concerne la grande distribuzione, la vendita al dettaglio e *l'import-export*.

Il salone aprirà ufficialmente il **13 maggio e alle 10.30** è fissata l'inaugurazione con i saluti istituzionali mentre **dalle 11 alle 12** ci sarà il convegno di apertura dal titolo "**Olio Evo di qualità, simbolo del Made in Italy nel mondo. Rinascita degli uliveti, recupero e valorizzazione del paesaggio**" moderato da Roberta Giani, condirettrice de *Il Piccolo*, a cui prenderanno parte Antonio Paoletti, presidente Cciaa Venezia Giulia, Michele Sonnessa, presidente associazione Città dell'olio, Angelo Tortorelli, presidente *Network Mirabilia*, il sindaco del Comune di Trieste e il presidente della Regione Friuli Venezia Giulia. Sono previsti gli interventi del professore Luca Toschi, dell'Università di Firenze e di Nicola Malorni della Cooperativa sociale Kairos di Termoli.

L'accesso alla fiera (aperta tutti i giorni dalle 10 alle 19) è come sempre a pagamento - **sette euro a prezzo pieno, cinque euro per chi effettuerà la pre-registrazione sul sito oliocapitale.it e per gli ingressi ridotti** -, ma grazie all'accordo con gli albergatori cittadini chi pernoverà negli hotel convenzionati potrà richiedere un biglietto omaggio.

## IL MERCATO

Il settore olio di oliva trova nel bacino del Mediterraneo l'area principale di coltivazione dell'ulivo, diviso fra Europa, Asia e Africa. La Spagna rappresenta il 45% della produzione mondiale seguita dall'Italia con il 15%. La produzione mondiale di olio da olive si attesta fra le 3.000 e le 3.500 migliaia di tonnellate, di cui 65-70% prodotto all'interno dell'Unione Europea fra i quattro principali produttori, in ordine decrescente, Spagna, Italia, Grecia e Portogallo. Al di fuori dell'Unione Europea i paesi maggiormente produttori sono la Tunisia e il Marocco in Africa, la Turchia e la Siria in Asia. L'Italia, con 642.000 aziende, 1.133.000 ettari in coltivazione e 160 milioni di piante, è il secondo produttore mondiale, con una produzione nel 2021-2022 pari a 381.000 tonnellate di olio, dato in crescita del 15% rispetto alla precedente campagna olearia 2020-2021 quando la produzione si era attestata a 331.000 tonnellate. Il dato, seppur importante, risulta inferiore a quello della media della produzione di olio nel decennio 1989-1999 che è stata in Italia di oltre 540 mila tonnellate di olio d'oliva, ma nel decennio successivo è calata a 476 mila tonnellate (-12%); e nel periodo tra il 2013 e il 2017 è stata ancora più bassa: 376 mila tonnellate. Questi dati in un contesto in cui nel mondo, parallelamente, la produzione è salita del 38% (e il consumo del 42%). Permangono problemi di tipo strutturale sull'olivicoltura italiana, sia a livello di fittezza di impianti che di produttività complessiva, legati a strutture di coltivazione obsolete e a sistemi



da aggiornare, anche se l'olivicoltura collinare di alcune zone della penisola poco si prestano alla modernizzazione, possibile invece in circa il 37% della superficie italiana potenzialmente competitiva. A livello nazionale le regioni maggiormente produttive sono la Puglia, la Calabria e la Sicilia, che assieme detengono oltre il 70% della produzione. Nell'annata olearia 2021-2022 si è assistito ad un recupero delle produzioni meridionali rispetto all'annata precedente, ma ad una forte contrazione in quelle dell'Italia Centrale e Settentrionale. Al Centro il calo produttivo è stato del 25-50% in media, ma con punte anche del 70%. Al settentrione, in Veneto e Lombardia, causa problematiche climatiche, gelate e grandinate, la produzione ha subito cali anche del 90%; in Liguria mediamente del 50%. La situazione del Friuli Venezia Giulia ha registrato un calo del 70%, con tenuta solamente della varietà Bianchera in alcuni comprensori. A livello commerciale, l'Italia è il primo paese importatore di olio di oliva, da Spagna, Grecia, Tunisia e Portogallo: nel 2020 per 608.000 tonnellate ed un valore di 1.330 milioni di euro. Parallelamente è il secondo esportatore mondiale, con flussi che si dirigono principalmente verso gli Stati Uniti, la Germania, il Giappone e la Francia, ma in generale in tutti quei paesi del centro nord Europa in cui le condizioni climatiche non consentono la coltivazione dell'olivo: sempre nell'annata 2020 l'export ha assunto valori di 410.000 tonnellate per un controvalore di 1.455 milioni di euro, con un incremento in volume del 22% rispetto all'anno precedente. Nel contesto internazionale, gli Stati Uniti presentano ampi margini di miglioramento dei consumi poiché la produzione californiana, seppur in crescita, non riesce a soddisfare il mercato interno. Il Sud America è un'area in forte espansione, sia dal punto di vista del consumo che della produzione che si concentra soprattutto in Argentina e in Cile. L'Africa magrebina sta ampliando le sue produzioni e la Tunisia si attesta come principale fornitore dell'Unione Europea. Il mercato asiatico risulta anch'esso in forte espansione, non solamente in Giappone ma anche in Cina e India, nonostante le tradizioni alimentari completamente diverse. Cresce anche la produzione in Australia. A livello della qualità del prodotto, il 40% degli oli riconosciuti di qualità in Unione Europea è italiano, con ben 42 Denominazioni di Origine Protetta (DOP) e 6 Indicazioni Geografiche Protette, mentre paesi come la Spagna e la Grecia ne contano 29 ciascuna. La produzione italiana di Dop/Igp è pari appena al 3% del totale, con ampi margini di miglioramento. In crescita la superficie condotta in biologico che interessa ben il 22% dell'intera superficie olivicola italiana, distribuita per il 31% in Puglia, 28% in Calabria, 16% in Sicilia e 6% in Toscana. Fra i punti di forza dell'olivicoltura italiana si segnalano la capacità di una elevata differenziazione del prodotto, grazie a oltre 500 varietà iscritte nel Registro Nazionale e un territorio con aree vocate dalle caratteristiche pedoclimatiche anche profondamente diverse. Anche il valore paesaggistico, storico e culturale degli oliveti giocano un ruolo importante a favore della produzione nazionale. La debolezza dell'olivicoltura italiana è legata invece principalmente alla frammentazione della struttura produttiva e ad un contesto territoriale in cui l'olivo costituisce presidio del territorio in situazioni orografiche difficili. Tuttavia la crescente sensibilità dei consumatori verso le produzioni di qualità consente buone opportunità sul mercato internazionale, anche se la competizione sui costi di produzione e sulla qualità è crescente di anno in anno.

## IL CONCORSO

Nella **giornata inaugurale** sono previste **dalle 15.30 le premiazioni della 16.a edizione del Concorso Olio Capitale 2022** a cui hanno preso parte 156 produttori da sei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo. A seguire, **dalle ore 16 alle 17**, ci sarà la **degustazione degli oli vincitori** e della menzione d'onore del concorso a cura dell'Olea.

## GLI EVENTI



Il **14 maggio dalle 10.30** ci sarà invece il convegno *“Olive Oil Experience: la nuova frontiera del turismo enogastronomico”* moderato dalla giornalista televisiva Fabiola Pulieri, a cui prenderanno parte Antonio Paoletti, presidente Cciaa Venezia Giulia, Michele Sonnessa, presidente associazione Città dell'Olio, Vito Segnati, direttore del *Network Mirabilia*, Roberta Garibaldi, presidente della giuria del Concorso nazionale Turismo dell'olio e Amministratore delegato Enit, Paolo Morbidoni, presidente Federazione italiana Strade del Vino, dell'Olio e dei sapori, Elena Parovel, consigliere nazionale Movimento Turismo del vino, Emanuela Poiesi, delegato Maavi rappresentante provinciale Veneto Vincitori della seconda edizione del Concorso nazionale Turismo dell'Olio. La **giornata del 14 proseguirà dalle 14 alle 16** con il *workshop* formativo sul **Turismo dell'olio e sul come creare un percorso di visita e accoglienza**. Il **15 maggio**, giornata conclusiva della rassegna, nel corso della mattinata è in programma l'incontro *“La gestione del frantoio per ottenere la massima resa e la massima qualità per i mercati esteri”*. **Dalle 11.45 alle 13.00** invece l'incontro *“Due chiacchiere con...”* ospite Luigi Mancini (*Food labelling*) Le indicazioni facoltative sull'etichettatura dell'olio extra vergine di oliva: cosa dicono i regolamenti dell'Unione europea *workshop* per le aziende a cura di Alberto Grimelli, agronomo, giornalista, direttore di Teatro Naturale. **Nel pomeriggio, dalle 15**, ci sarà il focus sul cambiamento climatico e le conseguenze per l'agricoltura a cura del naturalista Nicola Bressi. **Lo stand Mipaaf ospiterà il 13 maggio dalle 14.30** il convegno *“Gestione delle acque e profili produttivi, ambientali e sanitari nei settori dell'acquacoltura e della pesca”*. I lavori saranno moderati da Roberto Sesso, vicepresidente Flag Gac Fvg, e dopo i saluti introduttivi di Antonio Paoletti, presidente Camera di Commercio della Venezia Giulia e presidente Flag Gac Fvg, si articoleranno sul ruolo del Flag Gac e del Cti nell'ambito della sicurezza alimentare. Sono previsti gli interventi di Paola Del Negro, direttrice Ogs, che farà un focus sul funzionamento e produttività dell'ecosistema marino; Manlio Palei, presidente Istituto Zooprofilattico delle Venezie, affronterà invece il tema della sicurezza alimentare e il ruolo dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie; Pier Antonio Salvador e Andrea Fabris, rispettivamente presidente e direttore dell'Associazione Piscicoltori Italiani, parleranno della quantità, qualità e salubrità delle acque per gli allevamenti ittici; e, infine, Giorgia Polli, del Centro Tecnico Informativo per la sicurezza alimentare dei molluschi bivalvi, affronterà il tema delle condizioni ambientali e impatti sulla sicurezza alimentare dei molluschi bivalvi. Le conclusioni saranno affidate al vicepresidente e assessore con delega alla Salute della Regione Fvg. Il **14 maggio**, sempre allo stand del Mipaaf, sarà la volta del *workshop* *“Sano come un pesce”*, i segreti di olio e pesce per arrivare alla salute con il docente universitario Emilio Tibaldi; Natalia Rosso parlerà di *“Olio extravergine di oliva: il piacere che fa bene”*, Antonella Calabretti di *“Pesce e Salute: un Mediterraneo da scoprire”* e Deborah Bonazza di *“Dieta Mediterranea: il primo passo verso la salute”*.

## **GLI SHOW COOKING**

Numerosi gli *show cooking* in programma nell'area dedicata e per i quali sarà necessario prenotarsi in loco, entro 15 minuti dall'inizio. Quest'anno le preparazioni saranno tutte improntate sull'abbinamento olio extra vergine e il pesce dei nostri mari e di acquacoltura. La valorizzazione del prodotto ittico congiuntamente a quella del prodotto olivicolo italiano di qualità in una ottica divulgativa-formativa intende promuovere l'abbinamento dell'olio extra vergine con il prodotto ittico attraverso le diverse preparazioni alla base del salutare regime alimentare della dieta mediterranea.

## **OIL BAR**



La promozione della cultura dell'extra-vergine passa attraverso l' *Oil Bar* di Olio Capitale, il bar degli oli dove - seduti comodamente al banco - sarà possibile scegliere tra centinaia di etichette presenti in fiera. Novità assoluta di questa edizione la suddivisione delle etichette in "Monocultivar" (leggero/medio/intenso) e "Blend" (leggero/medio/intenso) per permettere a tutti di cogliere al meglio le caratteristiche dei diversi prodotti protagonisti a Olio Capitale.

## **MIRABILIA NETWORK A OLIO CAPITALE**

A Olio Capitale 2022, con lo slogan "Uniamo Unesco", sarà presente uno stand dell'**Associazione Mirabilia Network** che - grazie ad Unioncamere e a 18 Camere di commercio italiane - collega una serie di destinazioni, da Nord a Sud Italia, accomunate da siti aventi il riconoscimento Unesco di Patrimonio mondiale dell'umanità. L'intenzione è quella di unire e valorizzare i territori con il loro indissolubile intreccio di storia e cultura, tradizione e innovazione, artigianato artistico ed enogastronomia, attraverso un nuovo turismo culturale e sostenibile immaginato su itinerari d'eccellenza.

Il progetto Mirabilia **nasce nel 2012** all'interno del Protocollo d'Intesa stipulato con il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo per la realizzazione dei progetti territoriali coerenti con la strategia del Piano Strategico per lo sviluppo del turismo 2017/2022, e ha contribuito a definire i contorni di un'altra Italia, "meno conosciuta" rispetto alle mete classiche del turismo internazionale come Roma, Venezia e Firenze, ma non per questo minore.

**La scintilla generatrice è partita da Matera** (che sarebbe poi diventata Capitale europea della Cultura nel 2019) e dal **sistema camerale**, poiché le "case delle imprese" rappresentano per l'Italia il driver migliore per l'integrazione tra gli strumenti della programmazione territoriale, la gestione degli attrattori culturali e turistici e le filiere del Made in Italy. Per legare turismo e agroalimentare, il network ha ideato la **Borsa del Turismo Culturale e la Borsa Food&Drink**, che negli anni hanno visto migliaia di operatori e di buyer sviluppare business e portare valore aggiunto reale ai territori del network. Mirabilia oggi rappresenta un aggregato di ben **13 milioni di abitanti e un quinto del turismo italiano** per un valore aggiunto stimato di 296 milioni di euro, pari a quello di Portogallo e Finlandia (dati pre-Covid). Sotto il profilo economico, nei territori coinvolti sono presenti quasi 900.000 imprese attive che hanno prodotto il 18,5% del valore aggiunto italiano ed esportato 84 miliardi di euro di beni. Facendo sempre riferimento al periodo pre Covid, nei territori di Mirabilia Network si concentrava il 19% degli arrivi turistici totali e il 18,3% delle presenze turistiche totali, ovvero circa 25 milioni di arrivi e 80 milioni di presenze, di cui la metà stranieri, con flussi in crescita tra il 2014 e il 2019 oltre la media nazionale. Ad Olio Capitale **le 20 aziende ospiti** di Mirabilia - provenienti da **Sassari, Matera, Bari, Catania, Treviso, Umbria, Verona, Riviera ligure, Messina, Udine, Trieste** - testimonieranno il valore dell'olio nelle sue varie accezioni, tradizionali e moderne (le visite guidate in frantoio, le degustazioni, ma anche corsi di assaggio, laboratori didattici, i massaggi all'olio, le camminate tra gli ulivi, i concerti musicali all'ombra degli ulivi secolari) e racconteranno a **5 buyer provenienti da Olanda, Francia, Croazia e Danimarca** proposte di viaggio e di relax tutte da vivere, create per il turista curioso ed appassionato di olio, attraverso cui si potrà promuovere il paesaggio e il prodotto, in un mix che lega la cultura dell'olio all'identità della terra e della gente meravigliosa che lo produce. A Trieste saranno presenti i referenti istituzionali di Mirabilia - **il Presidente dell'Associazione, Angelo Tortorelli, e il coordinatore, Vito Signati** - che interagiranno nei panel previsti all'interno del programma.



## **SOSTENIBILITÀ ED EFFICIENZA DEI PRODOTTI ITTICI DELL'ACQUACOLTURA E DELLA PESCA ITALIANA**

Nell'ambito della 14.a Edizione di Olio Capitale come detto sopra il Ministero per le Politiche Agricole, Alimentari, e Forestali, Direzione pesca e acquacoltura sarà presente con uno spazio espositivo per far conoscere e promuovere i prodotti ittici italiani tipici e di qualità. La Direzione Generale della pesca marittima e dell'acquacoltura del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e del Turismo (Mipaaf) è l'autorità preposta alla gestione e coordinamento del Programma Operativo del Feamp che promuove la pesca e l'acquacoltura intelligenti ed ecocompatibili insieme ad uno sviluppo sostenibile ed inclusivo delle comunità che dipendono dalla pesca stessa. L'approccio strategico alla base del Programma Operativo è la consapevolezza che le risorse del mare vanno salvaguardate attraverso un utilizzo sostenibile e condiviso, con programmi di gestione che utilizzino le conoscenze scientifiche a supporto dell'occupazione e dell'economia. Per questo, oggi si deve porre molta attenzione ai suoi abbinamenti e alle sue trasformazioni culinarie. Queste ultime, infatti, oltre a renderlo gustoso, a preservare le qualità nutrizionali e i positivi effetti per la salute del consumatore, possono restituirgli più ampia diffusione sia sulle tavole delle famiglie sia all'interno della ristorazione commerciale, nella quale solo negli ultimi tempi la sua lavorazione ha iniziato ad assumere un ruolo da protagonista. Nelle giornate dell'evento, presso lo stand sono previsti convegni sul tema della sostenibilità ed efficienza nelle attività di acquacoltura e pesca, eventi informativi per la valorizzazione dei prodotti ittici allevati e pescati in Italia attraverso degustazioni e *show-cooking* incentrati sul connubio gastronomico pesce-olio. L'Associazione Piscicoltori Italiani (Api) - riconosciuta con D.D. n°225 del 4 luglio 2013, come Associazione nazionale delle imprese di acquacoltura con personalità giuridica, organismo professionale di categoria, ha come scopo la tutela, lo sviluppo ed il consolidamento di tutte le attività di allevamento ittico sia in acque interne che in acque marine e salmastre. Le aziende aderenti all'API rappresentano sia la piscicoltura d'acqua dolce che di acqua salmastra e marina, in vasche a terra o in mare aperto, e la vallicoltura e coprono circa il 90% delle aziende di acquacoltura presenti in Italia.