



Dal “Marchio Città dell’Olio” alle Comunità dell’Olio

Il progetto “Marchio Città dell’Olio” prende forma e diventa realtà. Nel corso dell’assemblea nazionale delle Città dell’Olio della Rete, lo staff del prof. Luca Toschi Direttore del Center for Generative Communication (CfGC) del Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell’Università di Firenze, ha illustrato le fasi attuative del percorso che nei prossimi mesi, porterà le amministrazioni socié dell’Associazione nazionale a sottoscrivere la Carta degli impegni per la sostenibilità e benessere per ottenere la certificazione Marchio Città dell’Olio.

Non l’ennesimo bollino di qualità da esibire, ma uno strumento di marketing territoriale in grado di ridefinire il valore dell’olio e che, in base a disciplinari specifici, potrà essere concesso agli operatori economici locali quali, aziende olivicole, frantoi, ristoranti, musei, oleoteche, agenzie di viaggio e tour operator che daranno vita a vere e proprie Comunità dell’olio attive sui territori ed impegnate a realizzare azioni concrete volte alla valorizzazione della cultura olivicola in un’ottica di sostenibilità.

“Questo progetto ha l’ambizione di trasformare il prodotto olio EVO nell’indicatore di qualità certificata di uno stile di vita e costruire comunità di cittadini attivi sui territori che trovino in ANCO e nel processo di ridefinizione dei valori dell’olio un’identità, una bandiera, un interlocutore per avviare/partecipare - nell’ottica di un rinnovato impegno in termini etici, sociali, culturali, imprenditoriali - a progetti che riconoscono l’olio e l’olivicultura come settore strategico, in grado di generare valore (non solo economico) per i territori di riferimento” - ha dichiarato Michele Sonnese Presidente delle Città dell’Olio.

La creazione del Marchio Città dell’Olio ha alcune importanti finalità: aumentare il livello qualitativo dell’offerta produttiva e turistica olivicola degli operatori economici aderenti nei vari territori, in un’ottica sostenibile di salvaguardia del valore bio-culturale dell’olivicultura; sostenere lo sviluppo di una imprenditoria locale impegnata a produrre beni e servizi legati alla cultura e civiltà olivicola, in armonia con le risorse del territorio salvaguardando gli specifici, unici, valori espressi dalla storia e dalle identità storiche locali; valorizzare le identità locali e le produzionitipiche locali legate alla produzione dell’olio extra-vergine di oliva, e la relativa offerta culturale, produttiva e turistica; contribuire alla valorizzazione della qualità del prodotto olivicolo italiano e delle cultivar locali con particolare riferimento alle produzioni a marchio D.O.P. e I.G.P., quali espressioni del territorio e delle sue comunità e promuovere lo sviluppo di un’offerta integrata tra olio evo, cultura e turismo. Tra gli output del progetto è prevista anche la realizzazione di un atlante del Tour dell’Olio, un progetto editoriale dal titolo “il nuovo EVO dell’olivicultura: olio e ulivete come matrici di sviluppo sociale” e la realizzazione di un evento nazionale sull’olivicultura.