

OLIO: indagine Guarinello rafforza vero made in Italy. Legge Mongiello funziona. ICE e UNAPROL a Shanghai

Roma -“L’indagine **Guarinello** sostiene e rafforza l’immagine del vero prodotto italiano e dimostra che la **legge Mongiello**, meglio conosciuta come *salva oliomade in Italy* funziona perché dà a inquirenti ed investigatori gli strumenti necessari per indagare contro chi danneggia l’economia di uno dei settori più importanti dell’agroalimentare italiano”. Lo dichiara David Granieri, presidente di **Unaprol** all’anteprima della conferenza stampa indetta da agenzia ICE per promuovere la collettiva italiana all’esposizione FHC di Shanghai. “Mentre seguiamo i lavori dell’inchiesta ha aggiunto Granieri, siamo contenti che gli operatori onesti della filiera possano contare su strumenti legislativi in grado di contrastare in Italia ed all’estero il fenomeno del falso made in Italy. I Cinesi imparano presto, acquistano marchi e piantagioni, ha poi concluso Granieri, ma l’immagine del made in Italy tiene, grazie anche alla Legge Mongiello”.

Nel 2014 la Cina ha importato olio di oliva in totale per oltre 153 milioni di dollari, ma il consumo di olio di oliva, oggi, è appena l’1% di tutto l’olio consumato nel Paese; quindi vi sono ampi spazi di manovra per conquistare nuove quote di mercato. Nell’ultimo decennio, il prodotto è stato protagonista di una crescita costante in termini di importazioni e di consumi, anche se ultimamente la crescita ha rallentato a causa della crisi che ha spostato l’attenzione dei consumatori verso oli di semi più convenienti rispetto all’olio di oliva e alla categoria più pregiata degli extra vergine di oliva.

E’ il profilo del Paese che emerge dalla conferenza stampa dell’**Agenzia ICE** realizzata per promuovere la presenza di una collettiva di aziende italiane alla **FHC di Shanghai** fino al prossimo 13 novembre. Conferenza alla quale **Unaprol** ha portato il suo contributo sul valore nutrizionale e salutistico dell’olio extra vergine di oliva prodotto in Italia. L’iniziativa rientra tra le attività di collaborazione tra **Agenzia ICE**, settore **Agroindustria**, ed il Consorzio Olivicolo Italiano finalizzate a promuovere, in tutto il mondo, la cultura del consumo consapevole dell’olio extra vergine di oliva di qualità italiano.

“Il valore di oltre il 90% delle importazioni – afferma **Claudio Pasqualucci** direttore dell’ufficio dell’agenzia ICE di Shanghai – proviene da un gruppo di quattro Paesi produttori nei quali l’Italia è al secondo posto dopo la Spagna e prima di Grecia e Turchia”.

In Cina vi è una modesta produzione olivicola che sta attirando l’attenzione dei consumatori locali, “anche se quelli con più potere di acquisto preferiscono oli importati dai paesi tradizionalmente produttori, come quelli italiani ha poi aggiunto Pasqualucci, perché ritenuti qualitativamente superiori”.

Sebbene il mercato dell’olio di oliva in Cina sia dominato da marchi stranieri, la sua crescita esponenziale ha già attratto sul mercato operatori nazionali che hanno investito nei settori della distribuzione, imbottigliamento e stoccaggio; altri invece anche nell’acquisizione di noti marchi e relative piantagioni di ulivi in partnership con operatori europei.

Non mancano, intanto, esempi virtuosi di chi ha incominciato ad investire risorse nel marketing territoriale per costruire un’immagine di marca con risvolto salutistico dei prodotti locali. Tra questi anche l’olio extra vergine di oliva che incomincia ad essere identificato dai consumatori come prodotto della salute. Venerdì 13, intanto, seminario e mini corso di degustazione a cura di Unaprol nel padiglione dell’agenzia ICE alla FHC di Shanghai. “L’obiettivo afferma **Pietro Sandali**, direttore generale di Unaprol è continuare ad investire in questo Paese nel settore della formazione degli operatori e della informazione dei consumatori per aiutare scelte consapevoli.” Il mese scorso alla Food Hospitality Word di Guangzhou è stata realizzata un’iniziativa simile con l’agenzia ICE. Successo di pubblico e di critica. Trenta giornalisti coinvolti e ottanta operatori commerciali coinvolti. Una grande opportunità per 26 aziende della regione Lazio che hanno potuto usufruire di una leva non indifferente grazie al progetto: “Il Lazio: il gusto dell’olio extra vergine, la bellezza di un territorio”. Iniziativa di internazionalizzazione cofinanziata dalla Regione Lazio, assessorato allo sviluppo economico e attività produttive e da Lazio Innova, coordinata da Unaprol.