

26 Aprile 2008

The Chemical, Organological and Qualitative Aspects of Extra Virgin Olive Oil - Health Benefits
The Copper Creek Golf Club 11191 27 Hwy Kleinburg, ON L0J 1C0, Canada

24 Aprile 2008

Informative, Educational and Promotional Campaign about the Chemical, Organological and Qualitative Aspects of Extra Virgin Olive Oil
Toqué 900 Pl Jean Paul Riopelle Montréal, QC H2Z 2B2, Canada

ALIMENTARE, AZIENDE UNASCO IN CANADA PER LA CAMPAGNA INFORMATIVA E PROMOZIONALE SULL'OLIO DI OLIVA

I migliori prodotti olivicoli di 30 aziende della Unasco in mostra al **Sial** (*The North American Food Market Place*) di Montreal, in **Canada**. Nell'ambito della "informative, educational and promotional campaign about the chemical, organological and qualitative aspects of extra virgin olive oil" (campagna informativa, formativa e promozionale sulle caratteristiche chimiche, organolettiche e qualitative dell'olio extra vergine di oliva), sono stati presentati negli stand canadesi i migliori prodotti delle aziende Unasco. Obiettivo: puntare sempre più sulla leva del marketing agroalimentare per far conoscere la notevole qualità dei marchi dei produttori italiani. La novità? A **Montreal**, ma anche a **Toronto**, è stato predisposto un Panel del tutto particolare che ha permesso speciali assaggi e degustazioni di olio extravergine di oliva che hanno riscosso un grande successo ed una partecipazione agli incontri quasi quadruplicata. Innovativo poi l'evento al *Copper Creek Golf Club*, di Kleinburg, che ha visto la presenza di un pubblico altamente qualificato e di numerosissimi addetti al settore e alla distribuzione finale canadesi. "Abbiamo voluto assicurare la nostra presenza - ha spiegato il presidente **Elia Fiorillo** - ad un appuntamento di valenza internazionale perché riteniamo che il nostro olio meriti un palcoscenico di livello mondiale. Si tratta di una campagna di promozione triennale dell'olio extravergine di oliva, in Stati Uniti e Canada, finanziata con il contributo dell'Unione europea e dell'Italia". Al meeting canadese sono intervenuti due tra i più grandi esperti internazionali del settore: **Samuel Klein**, del Center of Human Nutrition della Washington University School of Medicine di St. Louis e **Luigi Fontana**, del Dipartimento di Sanità alimentare ed animale dell'Istituto Superiore di Sanità di Roma. Oggetto dello studio: gli health benefits, i benefici per la salute apportati dall'olio extra vergine. "In questa direzione, riteniamo strategica - hanno affermato il vice presidente **Carmelo Vazzana** e l'esperta del settore **M. Cristina Solfizi** - la promozione di quella produzione italiana capace di puntare sulla tracciabilità. E' requisito fondamentale per fare il salto di qualità sui mercati internazionali. Nei più importanti Paesi del mondo, sempre più consumatori considerano l'olio extravergine made in Italy un prodotto alimentare fondamentale per la salute e, pertanto, vogliono conoscerne con precisione l'origine prima di acquistarlo". Per questo motivo, si dovrà sfruttare ed accrescere la conoscenza - ha concluso il meeting canadese Fiorillo - della tradizione storica che la racconta quale terra produttrice di uno straordinario olio d'oliva".