



UNASCO SCaRL

AOP • Associazione Organizzazioni Produttori Olivicoli

"Informative, educational and promotional campaign about the chemical, organoleptical and qualitative aspects of extra virgin olive oil"

6 Gennaio 2010, California Culinary Academy 305 Rhode Island Street San Francisco CA

7 Gennaio 2010, Hotel Nikko San Francisco 222 Mason Street San Francisco CA

comunicato del 7 gennaio 2010

OLIO DI OLIVA, UNASCO A SAN FRANCISCO PER PROMUOVERE IL "MADE IN ITALY"

San Francisco – ufficio stampa - I migliori prodotti olivicoli della **Unasco** in mostra negli stand in terra americana, e in particolare a **San Francisco** (*California Culinary Academy e Hotel Nikko San Francisco*) nell'ambito della "Informative, educational and promotional campaign about the chemical, organoleptical and qualitative aspects of extra virgin olive oil" (*campagna informativa, formativa e promozionale sulle caratteristiche chimiche, organoleptiche e qualitative dell'olio extra vergine di oliva*). Obiettivo: puntare sempre più sulla leva del marketing agroalimentare per far conoscere la notevole qualità dei marchi dei produttori italiani.

La novità? A San Francisco 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. Innovativi poi gli eventi, all'*Hotel Nikko San Francisco*, che hanno visto la presenza di un pubblico altamente qualificato e di numerosissimi addetti al settore e alla distribuzione finale statunitensi. "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 americano 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 - è stato affermato dai due esperti Klein e Fontana - 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".

E "per questo motivo, si dovrà sfruttare ed accrescere la conoscenza - ha concluso il meeting **Elia Fiorillo** - della tradizione storica che la racconta quale terra produttrice di uno straordinario olio d'oliva". Una considerazione finale: ai seminari hanno partecipato anche giornalisti e *buyer* oltre ai rappresentanti della Camera di Commercio Italiana di San Francisco. Da tutti è stato rivolto l'invito ad intensificare l'attività di informazione che sicuramente contribuisce allo sviluppo del consumo dell'olio extra vergine di oliva di qualità.