



INTERVENTO DEL PRESIDENTE DELLA FEDEROLIO  
ALLA TAVOLA ROTONDA  
CONVOCATA DAL MINISTRO ON. le MARTINA  
PRESSO IL MIPAAF  
IL GIORNO 21 GENNAIO 2015

Due i punti oggetto dell'intervento:

**1 - Occorre investire in Agricoltura.**

Solo una produzione forte può rendere forte la filiera.

Ci sono due importanti elementi che rendono indispensabili e opportuni consistenti investimenti in olivicoltura:

- a. **Il prodotto italiano manca.** Quest'anno mancheranno 800.000 tonnellate di prodotto italiano, rispetto a quanto commercializzato dalle ditte nostre in Italia e all'estero.

Come sappiamo, stiamo vivendo una campagna particolare, ma **la carenza di olio italiano è strutturale**; il deficit è di circa 600.000 tonnellate/anno, il 60% del totale.

(Conseguenza di ciò è che tutto l'olio italiano viene venduto, e a prezzi notevolmente superiori rispetto al prodotto estero di pari qualità);

- b. **la coltura dell'olivo è una coltura che produce reddito.** Non è possibile però mettere il carro davanti ai buoi, dire che non si investe in olivicoltura perché non c'è reddito per l'olivicoltore. Il reddito è conseguenza degli investimenti e non viceversa.

**Secondo la Federolio ogni risorsa disponibile deve essere indirizzata all'ammodernamento e potenziamento dell'apparato produttivo.**

Pertanto:

- **No alla promozione** (non ha senso creare ulteriore domanda per un prodotto che già scarseggia gravemente);
- **No soldi a pioggia;**
- Occorre non solo qualità, ma **quantità nella qualità.**



## 2 - Saper fare italiano

- ✓ poiché ci vorranno anni, dai cinque ai dieci, per recuperare, almeno in parte, le posizioni perdute;
- ✓ d'ora per scontato il maggior grado possibile di informazione al consumatore, di trasparenza, la lotta alle frodi di ogni tipo.

### **Quando per necessità, non per scelta, siamo costretti a commercializzare olio extravergine non italiano, restiamo pur tuttavia aziende italiane?**

Secondo la Federolio dovrebbero distinguersi tre livelli differenti:

- 1) livello più alto:        impresa italiana che commercializza olio italiano prodotto in Italia da olive italiane
- 2) secondo livello:        impresa italiana, dislocata in Italia, che commercializza anche olio non italiano;
- 3) terzo livello:         impresa estera dislocata all'estero che commercializza prodotto estero con marchio estero.

Se la risposta alla domanda precedente è **“sì”**, anche le imprese che operano, in tutto o in parte, al secondo livello devono essere sostenute, soprattutto all'estero, in modo che possano essere preferite alle imprese estere che commercializzano olio estero.

In tal caso occorre, ripetiamo, soprattutto all'estero, **un sigillo, un riconoscimento che premi il “saper fare italiano.”**

Se la risposta alla domanda precedente è invece **“no”**, conseguenza inevitabile sarà la perdita di quote di mercato da parte delle aziende confezionatrici italiane, con conseguenze negative su tutta la filiera nazionale.

IL PRESIDENTE  
Giuseppe Masturzo