

LA 16° EDIZIONE DI AIPO D'ARGENTO 2019 /2

UN PIANO STRATEGICO PER L'OLIVICOLTURA

Lo ha annunciato il presidente di **Coldiretti** Prandini. Coinvolgere le istituzioni

Cinquecentodiciotto campioni di olio extravergine di oliva (Evo) analizzati, 18 regioni italiane e 6 Paesi produttori esteri rappresentati. Sono questi i numeri del concorso "Aipo d'Argento", il premio oleario internazionale organizzato dall'Associazione Interregionale Produttori Olivicoli di Verona (Aipo) in collaborazione con Edizioni L'Informatore Agrario, che al Salone di Origine della Fiera di Vita in Campagna (Montichiari) ha annunciato i vincitori della 16ª edizione alla presenza, tra gli altri, del presidente di **Coldiretti**, **Ettore Prandini**. "Abbiamo intenzione di presentare un piano strategico per l'olivicoltura che riguarda tutto il Paese. Il 2018 è stato un anno particolarmente critico, abbiamo perso circa il 60% medio di produzione nazionale, ma la cosa che più ci preoccupa è una totale discrasia tra i piani che vengono attuali a livello regionale e i Psr: non siamo in grado di dare le stesse possibilità alle imprese che vogliono investire: dobbiamo dare uniformità per garantire gli investimenti necessari per il miglioramento qualitativo". Lo ha detto oggi al Salone di Origine della Fiera di Vita in Campagna il presidente di **Coldiretti**, Ettore Prandini, intervenuto alla premiazione del premio oleario internazionale "Aipo d'Argento". "La strategia di **Coldiretti** - ha proseguito - è coinvolgere le nostre istituzioni, far capire che si può copiare da chi è stato più bravo di noi per decidere come e dove investire nei prossimi anni. La Spagna investe ogni anno circa 120 milioni di euro in un piano strategico nazionale, in Italia 30 milioni di euro in tre anni. Questo fa capire la sproporzione: qualche decennio fa la produzione spagnola era pressappoco come quella italiana, oggi è circa 7-8 volte la nostra. Tra le buone prassi ita-



E' stato un successo la 16° edizione di Aipo D'Argento organizzato da Aipo

liane, il Lago di Garda è un ottimo esempio sul fronte della valorizzazione della produzione grazie alla ristorazione e al turismo: oggi tutto ciò che viene prodotto viene venduto e commercializzato". "L'olivicoltura può diventare motore dello sviluppo del Mezzogiorno d'Italia - ha dichiarato **Antonio Boschetti**, direttore de L'Informatore Agrario e Vite&Vino - . Bisogna continuare ad accrescere la conoscenza del prodotto nei consumatori e ad aumentare la qualità degli Evo nazionali: devono essere i migliori del mondo. Solo così - ha concluso - potremo puntare ad attivare una risorsa economica non ancora del tutto sviluppata, portando valore aggiunto ai territori. È questo l'obiettivo che ha portato L'Informatore Agrario e Aipo a unire gli sforzi". Per Ettore Prandini, presidente di **Coldiretti** intervenuto oggi durante la premiazione del concorso: "Dobbiamo valorizzare quello che è elemento distintivo del nostro fare agricoltura: abbiamo un numero di cultivar che non esistono in nessun altro Paese. Puntare sulla distintività, quindi, ma anche accompagnare le nostre aziende nell'internazionalizzazione. È necessario crescere e recuperare non solo in termini di produzione ma anche di posizionamento".



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.