

IL MIPAAF IN CAMPO PER PROMUOVERE L'OLIO EXTRA VERGINE

Due appuntamenti nei consorzi DOP per valorizzare questo prodotto di eccellenza

Un mese dedicato all'olio extra vergine e alla sua promozione. Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali lancia la campagna di comunicazione "Olio Extra Vergine. La Sua Ricchezza. La Nostra Fortuna", per incontrare i ristoratori e sensibilizzare i consumatori sulla lettura dell'etichetta, per conoscere le caratteristiche nutrizionali, la varietà, l'origine e la tracciabilità del prodotto. Proprio in questi giorni la **Rai** sta mandando in onda gli spot che vedono protagonista lo chef **Antonino Cannavacciuolo**.

Il primo appuntamento è il **9 Aprile alle 10.30 a Pescara, Consorzio olio DOP Aprutino Pescara in collaborazione coi produttori olio DOP Colline Teatine in via Trento, nel ristorante Bollicine, con ristoratori, produttori, sommelier dell'olio, giornalisti e food blogger**. Seconda tappa sempre il **9 Aprile a Villa Filiani, a Pineto, nella sala Cortino, in via Gabriele d'Annunzio, 175 dalle 15.30 col Consorzio Olio DOP Pretuziano delle Colline Teramane**.

Il programma prevede, dopo la presentazione del progetto, e il saluto dei padroni di casa dei due Consorzi, l'intervento dell'esperto che parlerà di abbinamenti, proprietà organolettiche, e utilizzo. Momento centrale sarà quello della presentazione di piatti e ricette con l'olio extra vergine.

Ruolo fondamentale è quello dei Consorzi DOP che illustreranno le caratteristiche dei territori e le caratteristiche della produzione locale. Saranno quindi coinvolti i ristoratori locali che riceveranno un taste Kit: un cofanetto contenente, una bottiglia di olio extravergine d'oliva personalizzata con il logo della campagna, un bicchiere da degustazione, la cartolina di promozione del concorso e una vetrofania indicante l'adesione al "Circuito Extra vergine" da esporre nel proprio locale.

La promozione del circuito. La partecipazione al circuito permetterà a tutti i ristoratori di vedere il logo della loro attività all'interno del sito www.extraverginidoliva.it.

L'adesione **gratuita** al circuito offrirà ai ristoratori la possibilità di usufruire della visibilità del piano di comunicazione previsti durante il mese dell'olio e la possibilità di partecipare al concorso "La migliore carta degli extra vergini".

Momento finale del concorso sarà quello che si vivrà in occasione del **Vinitaly di Verona** che l'anno passato ha ospitato il lancio della campagna dedicata ai consumatori che sono stati coinvolti in un tour svoltosi nei centri commerciali di tutta Italia, durante il quale, oltre ai momenti di degustazione, è stato somministrato un test per valutare la conoscenza della proprietà dell'extra vergine, un comparto che vale 3 miliardi di euro e rappresenta il 3% del fatturato totale dell'industria agroalimentare italiana.

Dal 15 al 18 aprile 2018 si chiuderà quindi con la premiazione dei vincitori del concorso questa parte della campagna di comunicazione.