

Presentata la prima bozza di Piano olivicolo nazionale

A seguito degli incontri avuti alla fine dello scorso anno con il Ministro Zaia, in cui si sollecitava la necessità di predisporre un piano olivicolo nazionale per rispondere alle esigenze del settore in maniera organica, il Ministero ha presentato ufficialmente una prima bozza, i cui principali obiettivi sono: sostegno alla competitività del settore, integrazione di filiera, attualizzazione di campagne promozionali e di comunicazione.

Questo documento costituisce un importante punto di partenza, perché permette di ragionare su una serie di elementi che caratterizzano il settore e quindi di poter individuare una serie di azioni utili alle esigenze reali degli olivicoltori e della olivicoltura italiana.

Le prime indicazioni di merito avanzate in sede ministeriale da parte della nostra Confederazione hanno evidenziato la necessità di avere un piano organico di programmazione triennale che tenga presente l'attuale realtà olivicola nella fase della produzione, della trasformazione, del rapporto con il mercato.

In particolare, è stato rilevato uno scenario di settore predisposto con dati inadeguati, ma anche la necessità di un'armonizzazione delle procedure e delle metodologie di ricerca, affinché si possano produrre dati affidabili per tutte le realtà di filiera. Coldiretti ritiene che ci sia bisogno di ragionare con più coraggio nell'individuazione delle diverse tipologie di olivicolture esistenti sul territorio (ambientale, potenzialmente competitiva, da reddito), in quanto tutte da sostenere, seppur in modo diverso e con finanziamenti finalizzati agli obiettivi delle singole tipologie.

La validazione concreta di tutta quella ricerca scientifica che è stata oggetto di risultati definitivi, finalizzata al rinnovamento del patrimonio olivicolo, abbassamento dei costi di produzione, controllo delle frodi e delle sofisticazioni, diventa improrogabile ai fini degli obiettivi che lo stesso piano si propone e che sono condivisibili.

Per quanto riguarda la necessità di integrazione della filiera, si è rilevato che il sistema olivicolo nazionale è abbastanza differenziato; il problema non sta quindi in una netta differenziazione tra filiera corta e/o lunga, ma nella necessità di elevare la redditività delle aziende olivicole attraverso la valorizzazione della qualità dell'olio italiano.

Un capitolo importante è quello della promozione, che nasce dall'esigenza improrogabile di far conoscere ai consumatori le reali caratteristiche degli oli extravergini e vergini di origine italiana. Questo strumento – oltre che essere inserito nel contesto del piano, con i relativi capitoli di spesa – deve partire subito (sono disponibili 2,6 milioni di euro) per un periodo quadriennale, in modo che non ci siano interruzioni nei prossimi anni.

Considerata l'esiguità delle risorse previste, è necessario finalizzarle su segmenti di prodotto ben precisi (extravergine di oliva Dop/Igp/biologico ed extravergine di origine italiana), con azioni

generica fatta solo con messaggi comunicazionali.

La definitiva approvazione dell'origine obbligatoria in etichetta dell'olio extravergine di oliva, in vigore dal 1° luglio 2009 in tutta l'Ue, rappresenta un fatto di grande importanza per la scelta dei segmenti che debbono essere oggetto del programma e quindi per l'adeguata difesa dei nostri produttori e delle nostre produzioni.

Il capitolo finanziamenti appare poco consistente, perché non sono ancora certe le risorse aggiuntive rispetto a quelle già previste in altri strumenti (come Psr, Contratti di filiera, Fas); il loro utilizzo risulterà particolarmente difficile se non ci sarà uno stretto coordinamento tra il Mipaaf e le Regioni.

La prossima riapertura dei Psr deve essere l'occasione per mettere in campo un concreto e deciso coordinamento tra Centro e Regioni, in modo da prevedere azioni che rientrino nell'ambito degli obiettivi del piano. Vista l'esiguità delle risorse finanziarie rispetto alle esigenze del settore (dalla fase produttiva a quella del mercato), un altro elemento che darà concretezza al piano è la capacità di creare una scaletta di priorità alle azioni previste.