

Città dell'Olio 2020 in crescita: ecco le nuove sfide per il 2021

Nonostante la pandemia abbia rallentato e modificato le attività delle Città dell'Olio dall'assemblea nazionale che si è tenuta venerdì scorso, emergono dati molto rassicuranti. Nell'ultimo trimestre sono state ben 29 nuove adesioni che fanno salire a 350 il numero delle Città dell'Olio italiane. E per il 2021, ci sono altrettante richieste di interesse. Per il presidente delle Città dell'Olio Michele Sonnessa al suo primo mandato si tratta di "un segnale importante che certifica la validità del percorso che l'Associazione guidata dalla nuova dirigenza, sta facendo nei suoi primi mesi di attività". Le novità del 2021 sono tante a partire dal tema che già nel 2020 ha rappresentato l'asset strategico delle politiche delle Città dell'Olio: il Turismo dell'Olio. "La nostra associazione è stata impegnata fortemente fin da subito con la presentazione della nostra bozza dei Decreti Attuativi a fine luglio in Senato con il Sen. Dario Stefano che ha inserito l'emendamento in Finanziaria sull'Oleoturismo" spiega Sonnessa "ma abbiamo fortemente voluto anche la Camminata tra gli Olivi che, nonostante le cancellazioni dovute al Covid, ha visto 60 Città impegnate in questa importante manifestazione che ci caratterizza sempre di più. Abbiamo continuato a scommettere sui territori con una iniziativa dirimpante e sfidante quale quella di lanciare il Primo Concorso nazionale del Turismo dell'Olio, che ha visto 255 segnalazioni dai Soci e 118 partecipanti e che in questa settimana una Giuria prestigiosa nazionale ha selezionato i primi finalisti per le 6 categorie in gara. Attività ed iniziative che ci hanno caratterizzato come primo riferimento nazionale su questo tema che avrà nei prossimi anni un importante sviluppo in ogni singola Regione, con attività di promozione ma soprattutto di formazione sostenute da risorse economiche specifiche". Già nel 2020, le Città dell'Olio si sono ritagliate un ruolo di leadership e di riferimento a livello nazionale, diventando interlocutore privilegiato del Governo e delle Regioni.

Il settore turismo sta vivendo, in questo particolare momento, un periodo di grande crisi ma, a maggior ragione, è ora il momento di programmare e di formare. Il Turismo dell'Olio può rappresentare un interessante integrazione di reddito per il mondo olivicolo produttivo ma anche un'opportunità di sviluppo e di valorizzazione delle nostre Città dell'Olio, non soltanto perché offre ai produttori olivicoli l'opportunità di godere degli stessi incentivi di cui usufruiscono i colleghi del comparto enoico, ma anche perché pone l'universo olio al centro di un palcoscenico, quello del turismo enogastronomico, che da anni rappresenta un asset fondamentale per il Made in Italy.

"Nel 2021 svilupperemo fortemente questo tema utilizzando anche strumenti e nuove opportunità che ci vengono offerte dalle nuove tecnologie, come ad es. gamification, che sono convinto potrà rivitalizzare in chiave turistica e propositiva i nostri territori coinvolgendo i consumatori senior ma soprattutto anche i ragazzi ed i giovani".

Nell'agenda politica 2021 delle Città dell'Olio ci sarà anche il tema dell'abbandono olivicolo e della agricoltura sociale. L'abbandono dei terreni olivicoli è un tema serio e preoccupante della nostra economia olivicola e dei nostri territori. Un'olivicoltura cosiddetta "marginale", perché molto spesso sono marginali i luoghi di produzione ma, strategica! in considerazione dell'elevato valore ambientale e paesaggistico e dei conseguenti benefici prodotti per l'intera collettività anche in termini di mantenimento delle "comunità" in un dato territorio. "Noi riteniamo che il sostegno pubblico debba essere assicurato, oltre che sui fondi della



prossima PAC anche attraverso leggi esistenti quali quella della Agricoltura Sociale che potrebbe portare un valore aggiunto ulteriore nel recupero di produzioni caratterizzate da una alta biodiversità – spiega Michele Sonnessa – come Associazione chiederemo alla Ministra un Piano strategico di recupero degli oliveti abbandonati attraverso un censimento nazionale, tramite le Regioni, delle aree olivicole abbandonate; l’inserimento nella prossima PAC una specifica misura ambientale volta a sostenere il mantenimento e la cura degli oliveti marginali a valenza prevalentemente ambientale e paesaggistica per la corresponsione alle aziende di un premio annuale a copertura dei maggiori costi sostenuti; e promuovere progetti finanziati, nelle aree abbandonate, dalla Legge per l’Agricoltura Sociale con il coinvolgimento dei soggetti pubblici e privati, una legge che dovrà essere intesa non solo come strumento operativo ad utilizzo di associazioni del terzo settore ma anche una opportunità di crescita creazione delle comunità in un’ottica di innovazione sociale per la promozione e lo sviluppo dei nostri territori.

C’è poi una sfida strategica importante che nel 2021 attende le Città dell’Olio. Il Presidente Michele Sonnessa ne parla così: “Molte realtà imprenditoriali, in alcune aree del Paese, premono per una cultura superintensiva con cultivar non autoctone e internazionali. Noi pur rispettando la libera iniziativa privata, crediamo che a livello politico debba essere preso un indirizzo ed una decisione chiara su quale agricoltura ed olivicoltura si immagina per il futuro. Bisogna far emergere una cultura produttiva, quale l’olivicoltura, che con il suo paesaggio, la sua biodiversità e tutte le attività espresse da una comunità, da un territorio siano un patrimonio da tutelare e da sviluppare, creando un modello dove ci si riappropri della terra rispettando quei valori di sostenibilità, di educazione alimentare, di gesti e di saperi che ci sono propri. Patrimonio culturale che deve essere fatto conoscere ed apprezzare dai consumatori. Per rilanciare la nostra olivicoltura è necessario un rinnovamento strutturale dell’olivicoltura che deve essere affiancata dalla promozione e valorizzazione della qualità attraverso un approccio “culturale” di filiera”.

Nell’ambito della formazione nel 2021 si conferma Olio in Cattedra il programma educativo rivolto alle scuole di ogni ordine e grado. Inoltre, si lavorerà a un piano organizzativo nazionale di corsualità per appassionati da tenere nelle nostre Città dell’Olio. “Abbiamo avuto la sensazione che nel nostro settore c’è tanta voglia di conoscenza in questo settore e c’è tanta voglia di impegno da parte di chi ci lavora e ci vive e per questo riattiveremo il Club Amici Città dell’Olio, che sia uno strumento anche per creare una “comunità dell’olio e dell’olivo” fatto di tanti appassionati che sono legati a questo prodotto e a questo albero. Infine, le Città dell’Olio annunciano di voler lavorare sulla valorizzazione del proprio marchio affinché possa essere utilizzato, con specifici disciplinari, per tutta la filiera della produzione e dell’accoglienza delle Città dell’Olio. Infine verrà rafforzata la comunicazione social.

“In questi ultimi mesi – conclude Sonnessa – abbiamo ricevuto tanti segnali di vicinanza ai nostri temi e valori da moltissime parti e le più composite, da mondo produttivo, dal mondo della ricerca e della università, dalle altre organizzazioni come la nostra intenzionate a collaborare fattivamente insieme, e mi riferisco all’Unaprol-Coldiretti, ad AEPI, all’Università di Firenze – Center for Generative Comunication per il tema Agricoltura Sociale, alla Fondazione Istituto Tecnico Superiore Regione Puglia, al CONI-Federazione Dama, alla LILT con la quale avvieremo una collaborazione fattiva di Olio e Salute, ENIT Israele per presentazioni settimanali della nostra Italia minore ad operatori fino al Patto di Spello dove per la prima volta, il Movimento Turismo del Vino e dell’Olio, Città del Vino, Federazione nazionale Strade del Vino e dell’Olio hanno deciso di lavorare insieme per avere maggiore forza nei confronti del governo con la istituzione di un Tavolo permanente sul Turismo oleo-eno gastronomico ma anche per mettere insieme alcune progettualità che ci vedano protagonisti nel mondo internazionale del turismo. Sono segnali di attenzione e di conferma che siamo sulla strada giusta!”