

OLIO CAPITALE RIPARTE DOPO DUE ANNI DI PANDEMIA

OTTOMILA VISITATORI PER IL SALONE DELL'EXTRAVERGINE DI OLIVA

GRANDE INTERESSE ALLO STAND DEL MIPAAF DEI CORSI DI SHOW COOKING

OLEOTURISMO: UNA NUOVA FRONTIERA PER MOLTE AZIENDE DEL SETTORE

Quasi ottomila visitatori ad Olio Capitale 2022, che risultano essere un ottimo risultato dopo due anni di pandemia in cui la fiera non si è tenuta, dimostrando quanto vi sia nelle imprese e nelle persone il desiderio di una autentica ripresa e un forte interesse per le manifestazioni in presenza. Con questa edizione si è inteso ridare identità a una fiera unica nel panorama internazionale perché interamente dedicata all'olio extra vergine di oliva e alla cultura, non solo enogastronomica, che orbita attorno a un elemento fondamentale dell'alimentazione dei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo.

Antonio Paoletti, presidente della Camera di commercio Venezia Giulia, che organizza attraverso Aries la fiera, traccia un bilancio positivo di questa 14.esima edizione: <Ripartire dopo due anni di pandemia era fondamentale. E lo abbiamo fatto assieme ai 170 espositori che hanno creduto in Olio Capitale e all'Associazione Nazionale Città dell'Olio nostro storico partner della manifestazione. Il pubblico ha risposto bene, rimanendo davvero a bocca aperta rispetto all'allestimento in un contesto, quello del Trieste Convention Center, che per questo tipo di manifestazioni è decisamente più funzionale rispetto agli spazi della Stazione Marittima. Stazione Marittima che, peraltro, con gli approdi delle navi da crociera non consentirebbe di realizzare esposizioni fieristiche in contemporanea. Siamo soddisfatti di come è andata la manifestazione e siamo convinti che nei prossimi mesi, proprio in vista della fiera mondiale del caffè espresso Trieste Espresso Expo, con un intervento sulla segnaletica stradale riusciremo a condurre ancor meglio i visitatori verso questa splendida oasi congressuale/espositiva del Porto Vecchio. Ci sono potenzialità di crescita enormi e cercheremo di coglierle al meglio>.

Olio Capitale ha avuto anche momenti di condivisione, con convegni dedicati ad esempio alla creazione di percorsi turistici legati all'olivocoltura, di degustazione grazie all'*Oil Bar* e poi tanti *show cooking* a prenotazione libera con un aumento dei posti per riuscire ad accontentare tutti gli interessati.

I 170 produttori sono arrivati da molte regioni italiane e dalla Grecia mentre i *buyer*, ovvero gli operatori che si occuperanno di fare il mercato, da Germania, Austria, Serbia, Croazia, Danimarca, Olanda, Francia, Inghilterra, Svizzera, Estonia e Giappone. **Heinrich Zehetner**, buyer austriaco, è più che positivo: <Quest'anno sono nuovamente qua, dopo essere venuto varie volte gli scorsi anni: dal 2016 al 2019 non ho perso un'edizione. Sono molto entusiasta solamente nella giornata odierna ho incontrato 22 produttori diversi. La

Partner edizione 2022

qualità era incredibilmente buona e negli ultimi anni c'è stato un miglioramento continuo e incoraggiante nella qualità. È una fiera fantastica>.

Olio Capitale è la prima manifestazione fieristica che ha scelto di avvalersi del servizio QVad, realizzato da QVadis una star up locale innovativa, per aiutare i visitatori a orientarsi tra i tanti stand espositivi in facilità e rapidità. La struttura è stata pertanto mappata grazie a dispositivi Hi-Tech per la realizzazione di immagini ad alta risoluzione e a ogni stand e punto di interesse è stato attribuito un QR code e un codice, da inserire sull'applicativo PWA (Progressive Web Application) QVad, cui il visitatore poteva collegarsi con il suo dispositivo per farsi guidare a partire dalla posizione dove si trovava in quel momento o da una serie di punti di accesso alla sede espositiva.

La fiera è organizzata da **Camera di commercio Venezia Giulia** attraverso **Aries**, in collaborazione con l'Associazione nazionale Città dell'olio e gode del sostegno dell'**Unioncamere**, della **Regione Friuli Venezia Giulia** la partecipazione del **Network Mirabilia** e la co-organizzazione del **Comune di Trieste**. Il **Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (Mipaaf)**, grazie ai finanziamenti del **Programma Operativo del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e per la Pesca (Feamp) 2014/2020**, sostiene l'evento e attraverso la Direzione generale della pesca marittima e dell'acquacoltura, è stato protagonista all'interno dell'esposizione con una serie di azioni di promozione del prodotto ittico nazionale abbinato all'olio extravergine di oliva, nell'ambito di una dieta mediterranea universalmente riconosciuta quale regime alimentare ricco di proprietà benefiche.

GRANDE INTERESSE ALLO STAND DEL MIPAAF SUCCESSO DI ASSAGGI NEI CORSI DI SHOW COOKING

Hanno riscosso grande interesse le iniziative proposte allo stand del Ministero delle Politiche Agricole Alimentare e Forestali, svolte nell'ambito della 14.esima edizione di Olio Capitale. Folto il pubblico particolarmente attento ad approfondire le tematiche della sostenibilità della produzione dell'acquacoltura e pesca italiane. Molto graditi i dépliant informativi e i ricettari dell'Associazione Piscicoltori Italiani, oltre ai numerosi gadget distribuiti.

I partecipati convegni organizzati hanno visto la partecipazione delle autorità ed istituzioni referenti per il comparto dell'acquacoltura e della pesca a livello nazionale e regionale oltre ad esperti di nutrizione e alimentazione. A presenziare e intervenire alle conferenze più di 10 relatori tra esperti, rappresentanti del mondo della produzione, istruzione e ricerca, che nella prima giornata hanno affrontato aspetti gestionali e relativi all'integrazione strategica tra produzione e Pubblica Amministrazione deputata al controllo per garantire e mantenere un'elevata qualità e l'imprescindibile sicurezza alimentare dei prodotti ittici.

Nella seconda giornata l'attività convegnistica si è rivolta ad un più ampio pubblico, ed è stata incentrata su informazioni circa l'importanza del consumo di pesce e olio

Partner edizione 2022

extravergine di oliva in quanto contengono micronutrienti ed oligoelementi fondamentali per la nostra salute sottoposta ai molti stimoli e stress del ritmo della vita attuale.

Un grande successo anche per l'area show cooking: migliaia di assaggi nei tre giorni di attività dello stand. I partecipanti hanno potuto approfondire e soprattutto gustare diverse proposte gastronomiche. Nella preparazione dei piatti a base di pesce, creando unici abbinamenti con l'olio extravergine di oliva. Gli chef hanno utilizzato le innumerevoli tipicità delle eccellenze "Made in Italy". Sono stati preparati piatti a base di trota, branzino, orata, vongole e cozze oltre ad alcune specie ittiche meno conosciute quali salmerino, storione e triglia abbinate a diverse decine di varietà dell'olio di oliva di diverse regioni italiane.

Molte le persone che si sono complimentate per le iniziative apprezzando in particolar modo la possibilità di essere informate circa le proprietà del pesce e dell'olio d'oliva e di poterli poi di gustare in abbinamenti equilibrati e sfiziosi.

OLEOTURISMO: UNA NUOVA FRONTIERA PER MOLTE AZIENDE DEL SETTORE

A due anni dall'ultima edizione di Olio Capitale, si può dire che c'è un grande sviluppo del settore nei confronti dell'oleoturismo. <Il turismo enogastronomico in Italia - ha commentato **Patrizia Andolfatto**, direttrice di Aries - si è dimostrato resiliente alla pandemia. Nel panorama delle offerte turistiche che hanno trovato nuovo slancio, le esperienze turistiche legate all'olio extravergine di oliva rappresentano la nuova frontiera, grazie anche all'approvazione della legge sull'oleoturismo e ai decreti attuativi>. Tra i dieci trend evidenziati dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano a cura di Roberta Garibaldi, amministratore delegato di Enit, ce ne sono alcuni che riguardano il turismo dell'olio: la riscoperta degli itinerari dell'olio, la svolta digital dei Musei del gusto, una ristorazione in difficoltà ma sempre più vivace ed eclettica, gli agriturismi come luoghi di benessere dove fare esperienze uniche. Paesaggio e prodotto sono sempre più legati. Il 58% dei turisti valuta importante nella scelta della meta la presenza di piste ciclabili, 54% vorrebbe poter svolgere tour in bicicletta/MTB negli uliveti e/o vigneti, il 46% fare jogging o trekking in questi stessi luoghi. <Oggi il turista è più attento ed esigente, valuta con attenzione non solo la qualità dei prodotti e delle singole attrazioni, ma anche il paesaggio perché è cresciuto il desiderio di stare all'aria aperta e di vivere le aree rurali che lo contraddistinguono> ha indicato **Roberta Garibaldi**.

Partner edizione 2022