

OLIO:USA;MERCATO IN ESPANSIONE,VI ARRIVA 60% PRODOTTO ITALIA

(ANSA) - ROMA, 22 OTT - Gli Stati Uniti, con una quota superiore al 60% del mercato, sono il primo importatore di **olio** di oliva dall'Italia e rispetto ai paesi nuovi consumatori esprimono la piu' elevata potenzialita' di consumo e mantengono trend di crescita superiori al 5% all'anno. I dati sono stati forniti da Unaprol-Consortio Olivicolo Italiano in occasione della presentazione di Portofoil, il primo catalogo di aziende che producono esclusivamente **olio** extra vergine di oliva 100% italiano, realizzato con il sostegno del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali. Da lunedì' 27 a giovedì' 30 Portofoil, che raccoglie l'offerta di oltre 150 aziende olivicole che sono in grado di offrire garanzie certificate sull'origine del prodotto tipico italiano, sarà prima a Chicago fino al 28, poi a New York e a Washington. In concomitanza con il Vinitaly Usa, saranno organizzati seminari, presentazioni del catalogo ai buyers e prove di assaggio degli extra vergini di oliva 100% italiani.

'Il nostro obiettivo con Portfoil - ha detto il presidente dei Unaprol Massimo Gargano - e' continuare a trasferire al consumatore mondiale l'immagine di competenza e di alta qualita' che l'Italia ha conquistato con successo sui mercati esteri, difendendo il concetto dell'origine obbligatoria in etichetta'.(ANSA).

COM-NAN 22-OTT-08 16:40 NNNN

TORNA IN USA PORTOFOIL, 1°CATALOGO EXTRA VERGINE ITALIANO 100%

=

(AGI) - Roma, 22 ott - Dopo l'anteprima del giugno scorso, da lunedì' 27 a giovedì' 30 ottobre, torna negli Stati Uniti Portofoil, italian selected extra virgin olive oils. Si tratta del primo catalogo di aziende che producono esclusivamente e rigorosamente **olio** extra vergine di oliva 100% italiano, garantito da Unaprol - consorzio olivicolo italiano e realizzato con il sostegno del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali. Portfoil viaggia in esclusiva alla volta di Chicago, New York e Washington con Veronafiore che organizza l'edizione 2008 di Vinitaly Usa, **olio** e prodotto tipico italiano.

Il catalogo portfoil raccoglie l'offerta e la storia di oltre 150 aziende olivicole che hanno capacita' di esportazione e che sono in grado di offrire garanzie certificate sull'origine del prodotto italiano. Gli stati uniti con una quota superiore al 60% del mercato sono il primo importatore di **olio** di oliva dall'Italia e rispetto ai paesi nuovi consumatori, esprimono attualmente la piu' elevata potenzialita' di consumo e mantengono trend di crescita superiori al 5% all'anno. Ad agevolare il consumo di questo prodotto, molto ricercato negli Stati Uniti, anche il prestigioso riconoscimento tributato dalla Fda, la food and drug administration statunitense, che riconosce in etichetta (in europa invece questo non e' ancora consentito), i benefici salutistici e nutrizionali di una dieta alimentare che comprenda anche due cucchiaini al giorno di **olio** extra vergine di oliva.

Il programma prevede un calendario di seminari, presentazioni del catalogo ai buyers e prove di assaggio degli oli extra vergini di oliva 100% italiani. Si incomincia lunedì' 27 ottobre a Chicago presso l'Intercontinental hotel; si prosegue mercoledì' 29 a New York presso la Public Library e si conclude il 30 pomeriggio con un workshop presso l'ambasciata italiana di Washington. Gli studi di mercato e l'incremento della domanda interna negli Stati Uniti - sostenuta dall'aumento dei consumi privati - ha suggerito la scelta di questi tre grandi centri urbani, scegliendoli tra alcuni degli stati il cui reddito pro-capite e' il piu' alto dell'unione.

Gli stati uniti sono il principale mercato di sbocco per l'**olio** extra vergine di oliva Made in Italy e detiene un'importante nicchia di alta qualita'. La richiesta del prodotto italiano riguarda i consumi domestici ma anche la ristorazione frequentata da consumatori alto spendenti che amano la cucina italiana ed il life style italiano. "Il nostro obiettivo con Portfoil, ha detto il Presidente di Unaprol Massimo Gargano, e' continuare a trasferire al consumatore mondiale l'immagine di competenza e di alta qualita' che l'Italia ha conquistato con successo sui mercati esteri, difendendo il concetto dell'origine obbligatoria in etichetta. Oggi queste posizioni - ha poi concluso - devono essere difese su tutti i mercati emergenti, ma soprattutto su quelli piu' esigenti come quello americano dove e' l'identita' con il territorio e l'origine certa del prodotto a fare la differenza".(AGI) Ale 221522 OTT 08

NNNN

Olio, Veronafiere: Internazionalizzazione delle attività (2)

Roma, 29 OTT (Velino) - Gli Stati Uniti sono il principale mercato di sbocco per l'**olio** extra vergine di oliva made in Italy che detiene un'importante nicchia di alta qualità. La richiesta del prodotto italiano riguarda i consumi domestici ma anche la ristorazione frequentata da consumatori alto spendenti che amano la cucina italiana e il life style italiano. Le aziende presenti in Portfolio ed i loro prodotti sono rappresentati attraverso un scheda di presentazione e tutti gli oli indicati nel catalogo sono stati sottoposti ad analisi fisico-chimiche e al panel di assaggio dell'Unaprol per definirne il profilo sensoriale.

L'impaginazione del catalogo offre al lettore una prima sezione generale dedicata all'**olio** di oliva extra vergine, dove si descrivono il patrimonio olivicolo nazionale, le tecniche di produzione, le tecnologie di estrazione e le principali caratteristiche qualitative e nutrizionali degli oli extra vergini, allo scopo di offrire un breve quadro introduttivo sul prodotto e sulle sue caratteristiche più importanti. La seconda sezione è dedicata agli oli selezionati dalle aziende presenti in catalogo, organizzati in funzione del proprio profilo sensoriale in tre categorie di fruttato intenso, medio e leggero. Ogni scheda di prodotto riporta, accanto ai riferimenti generali dell'azienda, una sua breve presentazione corredata da una foto dei produttori e della bottiglia proposta. Il catalogo interamente in inglese e consultabile anche in lingua spagnola e francese visitando il sito www.portfoil.com. (com/lor) 291830 OTT 08 NNNN

ZCZC
AGI2643 3 ECO 0 R01 /

OLIO: GRANDE SUCCESSO DEL MADE IN ITALY CON "PORTFOIL" IN USA =

(AGI) - New York, 29 ott - Unaprol - Consorzio Olivicolo Italiano porta a casa un duplice risultato con la presentazione di Portfolio negli Stati Uniti. Offre alle imprese olivicole italiane che producono esclusivamente 100% made in Italy un strumento utile per accrescere la propria visibilità sui mercati esteri e fornisce ai principali importatori e buyer esteri un servizio unico per rintracciare, l'offerta di qualità del vero prodotto 100% italiano. Il catalogo Portfolio - Italian selected olive oils - realizzato in lingua inglese con il sostegno del Ministero delle Politiche Agricole, alimentari e Forestali, è stato presentato a New York alla stampa ed ai buyers americani nella New Public Library dove si è svolta la seconda tappa del Vinitaly USA tour organizzata da Veronafiere. "Sono esempi positivi che ci consentono di ribadire che l'Italia vera è soprattutto quella dell'eccellenza e della tipicità e su questo terreno - ha detto Massimo Gargano, presidente di Unaprol, non abbiamo concorrenti". "I consumatori, specialmente quelli dei Paesi nuovi consumatori - ha poi aggiunto - sono sempre di più attratti dai valori della qualità, della diversità, dell'origine, della certificazione a garanzia delle dichiarazioni poste in etichetta. Le imprese, ha poi concluso, non debbono essere lasciate da sole, e Portfolio rappresenta un'opportunità per il sistema di qualità targato made in Italy di giocare sui mercati esteri la forza della diversità e della varietà dell'offerta dei propri oli extra vergini di oliva di qualità. Dopo la tappa di Chicago e quella di New York, domani sarà la volta di Washington dove sarà organizzato un workshop con la presentazione e la degustazione degli oli extra vergini di oliva 100% prodotti in Italia presenti in Portfolio. Gli Stati Uniti sono il principale mercato di sbocco per l'**olio** extra vergine di oliva made in Italy che detiene un'importante nicchia di alta qualità. La richiesta del prodotto italiano riguarda i consumi domestici ma anche la ristorazione frequentata da consumatori alto spendenti che amano la cucina italiana ed il life style italiano.

PORTFOIL: ECCO COSA CONTIENE IL CATALOGO Le aziende presenti in Portfolio ed i loro prodotti sono rappresentati attraverso un scheda di presentazione e tutti gli oli indicati nel catalogo sono stati sottoposti ad analisi fisico-chimiche e al panel di assaggio dell'Unaprol per definirne il profilo sensoriale.

L'impaginazione del catalogo offre al lettore una prima sezione generale dedicata all'**olio** di oliva extra vergine, dove si descrivono il patrimonio olivicolo nazionale, le tecniche di produzione, le tecnologie di estrazione e le principali caratteristiche qualitative e nutrizionali degli oli extra vergini, allo scopo di offrire un breve quadro introduttivo sul prodotto e sulle sue caratteristiche più importanti. La seconda sezione è dedicata agli oli selezionati dalle aziende presenti in catalogo, organizzati in funzione del proprio profilo sensoriale in tre categorie di fruttato intenso, medio e

Olio, Veronafiere: Internazionalizzazione delle attivita'

Roma, 29 OTT (Velino) - Consorzio olivicolo italiano porta a casa un duplice risultato con la presentazione di **Portfoil** negli Stati Uniti. Offre alle imprese olivicole italiane che producono esclusivamente 100 per cento made in Italy un strumento utile per accrescere la propria visibilita' sui mercati esteri e fornisce ai principali importatori e buyer esteri un servizio unico per rintracciare, l'offerta di qualita' del vero prodotto cento per cento italiano. Il catalogo **Portfoil**, italian selected olive oils, realizzato in lingua inglese con il sostegno del ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, e' stato presentato a New York alla stampa e ai buyers americani nella New Public Library dove si e' svolta la seconda tappa del Vinitaly Usa tour organizzata da Veronafiere. "Sono esempi positivi che ci consentono di ribadire che l'Italia vera e' soprattutto quella dell'eccellenza e della tipicita' e su questo terreno - ha detto Massimo Gargano, presidente di Unaprol - non abbiamo concorrenti". Ha poi aggiunto che "i consumatori, specialmente quelli dei paesi nuovi consumatori sono sempre di piu' attratti dai valori della qualita', della diversita', dell'origine, della certificazione a garanzia delle dichiarazioni poste in etichetta. Le imprese - ha poi concluso - non debbono essere lasciate da sole, e **Portfoil** rappresenta un'opportunita' per il sistema di qualita' targato made in Italy di giocare sui mercati esteri la forza della diversita' e della varietta' dell'offerta dei propri oli extra vergini di oliva di qualita'". Dopo la tappa di Chicago e quella di New York, domani sara' la volta di Washington dove sara' organizzato un workshop con la presentazione e la degustazione degli oli extra vergini di oliva 100 per cento prodotti in Italia presenti in **Portfoil**. (segue) (com/lor) 291830 OTT 08 NNNN

VEL0841 3 ECO /R01 /ITA

***Olio, Veronafiere: Internazionalizzazione delle attivita'**

--IL VELINO AGROALIMENTARE-- Roma, 30 OTT (Velino) - Consorzio olivicolo italiano porta a casa un duplice risultato con la presentazione di Portfoil negli Stati Uniti. Offre alle imprese olivicole italiane che producono esclusivamente 100 per cento made in Italy un strumento utile per accrescere la propria visibilita' sui mercati esteri e fornisce ai principali importatori e buyer esteri un servizio unico per rintracciare, l'offerta di qualita' del vero prodotto cento per cento italiano. Il catalogo Portfoil, italian selected olive oils, realizzato in lingua inglese con il sostegno del ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, e' stato presentato a New York alla stampa e ai buyers americani nella New Public Library dove si e' svolta la seconda tappa del Vinitaly Usa tour organizzata da Veronafiere. "Sono esempi positivi che ci consentono di ribadire che l'Italia vera e' soprattutto quella dell'eccellenza e della tipicita' e su questo terreno - ha detto Massimo Gargano, presidente di Unaprol - non abbiamo concorrenti". Ha poi aggiunto che "i consumatori, specialmente quelli dei paesi nuovi consumatori sono sempre di piu' attratti dai valori della qualita', della diversita', dell'origine, della certificazione a garanzia delle dichiarazioni poste in etichetta. Le imprese - ha poi concluso - non debbono essere lasciate da sole, e Portfoil rappresenta un'opportunita' per il sistema di qualita' targato made in Italy di giocare sui mercati esteri la forza della diversita' e della varietta' dell'offerta dei propri oli extra vergini di oliva di qualita'". Dopo la tappa di Chicago e quella di New York, domani sara' la volta di Washington dove sara' organizzato un workshop con la presentazione e la degustazione degli oli extra vergini di oliva 100 per cento prodotti in Italia presenti in Portfoil.

Gli Stati Uniti sono il principale mercato di sbocco per l'**olio** extra vergine di oliva made in Italy che detiene un'importante nicchia di alta qualita'. La richiesta del prodotto italiano riguarda i consumi domestici ma anche la ristorazione frequentata da consumatori alto spendenti che amano la cucina italiana e il life style italiano. Le aziende presenti in Portfoil ed i loro prodotti sono rappresentati attraverso un scheda di presentazione e tutti gli oli indicati nel catalogo sono stati sottoposti ad analisi fisico-chimiche e al panel di assaggio dell'Unaprol per definirne il profilo sensoriale.

L'impaginazione del catalogo offre al lettore una prima sezione generale dedicata all'**olio** di oliva extra vergine, dove si descrivono il patrimonio olivicolo nazionale, le tecniche di produzione, le tecnologie di estrazione e le principali caratteristiche qualitative e nutrizionali degli oli extra vergini, allo scopo di offrire un breve quadro introduttivo sul prodotto e sulle sue caratteristiche piu' importanti. La seconda sezione e' dedicata agli oli selezionati dalle aziende presenti in catalogo, organizzati in funzione del proprio profilo sensoriale in tre categorie di fruttato intenso, medio e

leggero. Ogni scheda di prodotto riporta, accanto ai riferimenti generali dell'azienda, una sua breve presentazione corredata da una foto dei produttori e della bottiglia proposta. Il catalogo interamente in inglese e' consultabile anche in lingua spagnola e francese visitando il sito www.portfoil.com. (com/lor) 301851 OTT 08 NNNN

Scegli il carattere e la dimensione del testo:	Verdana	12 px
Sorgente: IL VELINO	Tema: Economia Interna	Tipo: Testo

[+]
ZCZC
VEL0358 3 ECO /R01 /ITA

Vinality Us Tour: I consumatori Usa scoprono Portfoil

Roma, 31 OTT (Velino) - I consumatori americani preferiscono l'**olio** extra vergine di oliva che possa offrire loro garanzie di tracciabilita' e di origine certa. A questa domanda del mercato statunitense ha risposto in questi giorni Portfoil, italian selected olive oils. Il primo catalogo al mondo che racconta la storia del vero **olio** 100 per cento italiano di qualita' e delle prime 150 aziende made in Italy che gia' oggi hanno capacita' di esportazione negli Stati Uniti e nel resto del mondo. Il catalogo e' stato realizzato da Unaprol con il sostegno del ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e racchiude quanto di meglio il salotto dell'**olio** extra vergine di oliva di qualita' - organizzato dal Consorzio olivicolo italiano - possa offrire al consumatore mondiale. Portfoil e' stato presentato a Chicago, New York e nell'ultima tappa a Washington presso l'ambasciata italiana nel corso di un workshop organizzato da Veronafiere durante il Vinality tour Usa. Lo rende noto un comunicato della manifestazione. (segue)
(com/mik) 311353 OTT 08 NNNN

Ricevuta alle: 13:53 (GMT+1) in data: 2008-10-31 via linea N.: 19

Vinality Us Tour: I consumatori Usa scoprono Portfoil (2)

Roma, 31 OTT (Velino) - Il mercato statunitense, afferma Vinality Us Tour, resta il primo mercato di riferimento per l'**olio** extra vergine di qualita' italiano. E il nostro Paese detiene ancora oggi una quota pari al 60 per cento di tutto l'**olio** di oliva in generale importato negli Usa. Chiuso il sipario di questa manifestazione americana dove sono stati avviati importanti contatti commerciali per le imprese presenti nel catalogo, Portfoil sara' presentato a novembre in Giappone e Cina. Si tratta di due dei mercati piu' interessanti per il prodotto principe della dieta mediterranea. Prima tappa a Tokyo il 17 novembre e poi a seguire Pechino, Shanghai e Macao. "In un mercato dove e' sempre piu' facile confondersi - ha riferito il presidente di Unaprol, Massimo Gargano - Portfoil si muove in controtendenza presentando il vero volto dell'Italia di qualita', quella che ci mette letteralmente la faccia e quella del carattere distintivo degli oli extravergini di oliva che sposano la territorialita' come elemento di distinguo nella globalizzazione totale dando vita alla glocalizzazione del vero prodotto 100 per cento italiano". Le iniziative di Giappone e Cina rientrano in un programma di promozione di Unaprol che con il partner Veronafiere sostiene e promuove l'eccellenza del vero **olio** extra vergine di oliva italiano nel mondo. (com/mik) 311353 OTT 08 NNNN

Mipaaf

Redazione

Meteo

Agenda

Glossario

F.A.Q.

Link

Mappa

Cerca



in questa sezione



in tutto il sito



Ricerca Avanzata

01 Novembre 2008

30 Ottobre 2008

Olio, direttamente negli Usa la qualità 100% italiana

A.L.

In questi giorni a New York è stato presentato alla stampa ed ai buyers americani il catalogo Portfolio, realizzato in lingua inglese da Unaprol, con il sostegno del Mipaaf. Sono presenti gli oli extra vergini di oliva prodotti in Italia e le aziende produttrici

[la copertina del catalogo](#)

Il catalogo Portfolio, Italian selected olive oils, realizzato in lingua inglese da Unaprol, Consorzio olivicolo italiano, con il sostegno del ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, è stato presentato in questi giorni a New York alla stampa ed ai buyers americani nella New public library, dove si è svolta la seconda tappa del Vinitaly Usa tour organizzata da Veronafiere.

Il Consorzio olivicolo italiano ha così raggiunto un duplice risultato: offrire alle imprese olivicole italiane che producono esclusivamente 100% made in Italy uno strumento utile per accrescere la propria visibilità sui mercati esteri e fornire ai principali importatori e buyer esteri un servizio unico per rintracciare l'offerta di qualità del vero prodotto 100% italiano. Le aziende presenti nel catalogo ed i loro prodotti sono rappresentati attraverso una scheda di presentazione. Tutti gli oli indicati sono stati sottoposti ad analisi fisico-chimiche e al panel di assaggio dell'Unaprol per definirne il profilo sensoriale.

L'impaginazione del catalogo offre al lettore una prima sezione generale dedicata all'olio di oliva extra vergine, dove si descrivono il patrimonio olivicolo nazionale, le tecniche di produzione, le tecnologie di estrazione e le principali caratteristiche qualitative e nutrizionali degli oli extra vergini, allo scopo di offrire un breve quadro introduttivo sul prodotto e sulle sue caratteristiche più importanti. La seconda sezione è dedicata agli oli selezionati dalle aziende presenti in catalogo, organizzati in funzione del proprio profilo sensoriale in tre categorie di fruttato intenso, medio e leggero. Ogni scheda di prodotto riporta, accanto ai riferimenti generali dell'azienda, una sua breve presentazione corredata da una foto dei produttori e della bottiglia proposta.

Massimo Gargano, presidente di Unaprol ha sottolineato: "Sono esempi positivi che ci consentono di ribadire che l'Italia vera è soprattutto quella dell'eccellenza e della tipicità e su questo terreno non abbiamo concorrenti".

"I consumatori, specialmente quelli dei Paesi nuovi consumatori, ha poi aggiunto, sono sempre di più attratti dai valori della qualità, della diversità, dell'origine, della certificazione e garanzia delle dichiarazioni poste in etichetta."

"Le imprese, ha concluso Gargano, non debbono essere lasciate da sole, e Portfolio rappresenta un'opportunità per il sistema di qualità targato made in Italy di giocare sui mercati esteri la forza della diversità e della varietà dell'offerta dei propri oli extra vergini di oliva di qualità."

Dopo la tappa di Chicago e quella di New York, il 30 ottobre è in programma a Washington un workshop con la presentazione e la degustazione degli oli extra vergini di oliva 100% prodotti in Italia, presenti in Portfolio.

Gli Stati Uniti sono il principale mercato di sbocco per l'olio extra vergine di oliva made in Italy che detiene un'importante nicchia di alta qualità. La richiesta del prodotto italiano

riguarda i consumi domestici ma anche la ristorazione frequentata da consumatori che spendono molto per il cibo e che amano la cucina italiana ed il life style italiano.