

Lio
Presentazione del Premio Ercole Olivario a Los Angeles 24-25 luglio 2008

La Camera di Commercio di Perugia, avvalendosi della collaborazione sul territorio della Camera di Commercio italiana a Los Angeles, ha promosso un evento promozionale degli oli vincitori della XVI edizione del Concorso a Los Angeles.

L'evento, curato direttamente da una delegazione della Segreteria del concorso e dai colleghi della Camera californiana, si è tenuto nelle giornate del 24 e 25 Luglio presso il famoso e rinomato ristorante italiano Valentino a Santa Monica.

L'olio di qualità è stato il protagonista dell'evento: infatti gli operatori presenti hanno avuto la possibilità di apprezzare le differenti caratteristiche dell'extravergine italiano sia tramite la degustazione degli oli vincitori del Concorso sia tramite la presentazione e la distribuzione del materiale fornito dalle diverse Unioni regionali.

La giornata del 24 Luglio si è articolata in più fasi: dopo un primo intervento di presentazione delle procedure concorsuali del Premio Ercole Olivario e delle tecniche di assaggio, è seguita una degustazione guidata degli oli vincitori del Concorso Ercole Olivario a cura di Nancy Nash, assaggiatrice californiana di olio extravergine di oliva, che da oltre 20 anni lavora nel settore dell'importazione agroalimentare di qualità a S.Francisco. A seguire si è aperto un dibattito con i 2 produttori presenti per illustrare le caratteristiche aziendali e per rispondere alle domande degli operatori. Al termine gli oltre 30 operatori presenti hanno avuto la possibilità di degustare liberamente gli oli, per poi gustare piatti italiani preparati dallo chef italiano del "Valentino", che hanno esaltato i differenti sapori degli oli di qualità.

La seconda giornata è stata tutta incentrata su visite a buyers e brockers statunitensi, a strutture di distribuzione, supermercati e ristoranti, organizzate dalla Camera di Commercio Italiana a Los Angeles, visite che hanno rivelato una situazione del mercato dell'olio non sfruttato pienamente ma, con grandi possibilità d'espansione e sviluppo .

Da una prima impressione risulta che il basso tasso di sfruttamento del mercato dell'olio è dovuto principalmente ai problemi causati dalle procedure doganali che risultano complesse, per queste motivazioni la distribuzione è generalmente gestita dai buyers ed importatori, che sono in grado di muovere grossi quantitativi di merci sui mercati. I ristoranti, sebbene si riforniscano direttamente tramite buyers e broker, potrebbero essere di particolare interesse per le aziende italiane produttrici di olio di qualità.