

IL LIBRO DI REALACCI IN CONFINDUSTRIA

# Green Italy, scommesse verdi per un Paese in cerca di futuro

## La Toscana come brand

**DOMANI** alle 17,30 nella sede di Confindustria Firenze Ermete Realacci presenta il suo libro *Green Italy*, con Erasmo D'Angelis, Gabriele Poli, Matteo Renzi, Enrico Rossi. Coordina Mauro Tedeschini, direttore de *La Nazione*. Ecco una pagina del libro.

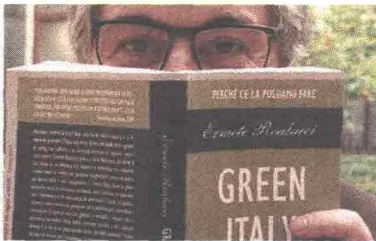
**Quando il territorio vale più d'uno spot. Consorzio per la tutela dell'olio toscano Igp**

*Il consorzio più grande dell'alimentare italiano*

Il Consorzio per la tutela dell'olio toscano Igp nasce, sulla scorta di un precedente consorzio, nel 1997, con l'obiettivo di garantire ai produttori toscani l'Indicazione geografica protetta (Igp). Il riconoscimento arriva nel 2008, con la denominazione «Toscana». Oggi è il consorzio più grande, per numero di soci, dell'alimentare italiano. Parliamo di quasi 12.000 soggetti, per la gran parte olivicoltori, quasi tutti produttori piccoli e molto piccoli, aziende familiari che di uliveti ne hanno pochi ettari. Più di sette milioni le piante iscritte (la metà di quelle presenti in regione), per una superficie totale di 300.000 ettari distribuiti per due terzi nelle province di Grosseto, Firenze e Siena. Poi ci sono circa trecento frantoi e seicento imbottigliatori. «Il numero dei soci è in continua crescita» racconta il presidente del consorzio, Fabrizio Filippi: «Due anni fa ci sono stati mille nuovi iscritti, l'anno scorso quattrocento. Segno che l'Igp è percepita come un valore

aggiunto, come un'opportunità». Nel complesso, la produzione del consorzio oscilla tra le 3300 e le 3900 tonnellate l'anno, più di ogni altro olio italiano a denominazione. Il che, a spanne – visto che la quotazione dell'Igp toscano è di circa 7 o 8 euro, in media, al chilogrammo – vuol dire un fatturato complessivo attorno ai 30 milioni di euro. L'export è la voce commerciale principale: varca i confini nazionali più del 60 per cento della produzione certificata. Prendendo la via degli Stati Uniti, del Canada, della Germania, della Gran Bretagna e del Giappone: «Sono i mercati – spiega Filippi – indubbiamente più maturi e abituati alla qualità».

Il primo obiettivo del consorzio, la sua ragione sociale, è la qualità. Per essere «Toscano Igp» l'olio deve rispettare i rigidi paletti fissati dal disciplinare di produzione. Innanzitutto, dice il presidente,



Ermete Realacci col suo libro

«oltre al rispetto di parametri chimici e organolettici, è indispensabile che tutte le fasi di produzione, dalla raccolta e molitura delle olive fino al confezionamento del prodotto, avvengano all'interno del territorio amministrativo della regione Toscana». Un orientamento ben più restrittivo della media degli altri prodotti Igp – per i quali di solito è sufficiente che l'ultima tappa della filiera si trovi nell'area di riferimento – e molto più vicino a una Dop (Denominazione di origine protetta), che prevede appunto un legame con il territorio in tutte le fasi. ...

