

# Olio evo: quanto contano i premi internazionali

scritto da Silvia Fissore | 07/05/2021



**Le competizioni sono molto importanti per aprirsi a nuovi mercati. Ne parliamo da un lato con l'esperto Claudio Vignoli e dall'altro con l'olivicoltore Enzo Signorelli che, il 29 e 30 maggio prossimi, saranno presenti alla celebre Canadian International Olive Oil Competition: il primo in giuria e il secondo tra i candidati**

Come promuovere il proprio olio extravergine di oliva? E soprattutto come posizionarlo correttamente sui mercati esteri, a fronte di una fortissima concorrenza internazionale?

Accanto agli investimenti in marketing sui canali tradizionali, un importante strumento di promozione per i **produttori italiani di olio di oliva** è rappresentato dai concorsi specifici,

nazionali e internazionali. I **riconoscimenti** ottenuti, infatti, sono spesso un'ottima occasione di visibilità per chi voglia conquistare i mercati esteri.

*«Consolidare il proprio brand fuori dall'Italia non è così semplice, implica un'attenta analisi dello scenario e una profonda conoscenza delle normative che regolano l'import/export alimentare. Due requisiti di partenza che spesso mancano al piccolo produttore che desidera aprirsi a nuovi sbocchi»* avverte **Claudio Vignoli** che - con la sua società di consulenza tecnica e commerciale nel settore dell'olivicoltura - da 25 anni affianca coloro che sono interessati a commercializzare olio di oliva e a posizionare il proprio marchio nei diversi mercati e canali distributivi.

I prossimi 29 e 30 maggio **Claudio Vignoli**, [che avevamo intervistato su queste pagine](#), sarà in giuria alla **CIOOC 2021**, l'**International Olive Oil Competition** organizzata annualmente in Canada per premiare i migliori oli extravergine di oliva di tutto il Mondo. Vignoli, che è anche Sommelier e Mastro Oleario, è l'unico italiano, assieme al giornalista e sommelier Marco Antonucci, in un **panel di altri 10 esperti** provenienti da **Giordania, Grecia, Israele, Spagna, Tunisia e Turchia**.

## **Premi internazionali per l'olio evo: perchè sono importanti per le aziende?**

Ma quanto è importante per un produttore italiano di olio e.v.o. partecipare a un concorso come lo CIOOC? Qualsiasi azienda nominata per un premio, ottiene una promozione gratuita e una maggiore consapevolezza del proprio marchio, una volta che l'organizzazione del premio rilascia i finalisti.

*«I premi come quelli rilasciati da CIOOC sono un'eccellente e ulteriore opportunità per quei brand italiani intenzionati a entrare in un nuovo mercato perché ne rafforzano indubbiamente il posizionamento.- spiega Claudio Vignoli - Poter indicare che il proprio olio ha vinto riconoscimenti in Concorsi più o meno conosciuti, in alcuni mercati contribuisce ad ottenere una percezione di migliore qualità e pertanto a spuntare un prezzo di vendita più elevato. Specialmente nel Regno Unito, Canada, Stati Uniti, Giappone e in alcuni paesi del sud-est asiatico, dove i consumatori danno molta importanza a questi riconoscimenti e quindi sono disposti a pagare un prezzo più elevato».*

## **CIOOC International Olive Oil Competition**

Nel caso di CIOOC, il produttore che ottiene un premio ha l'opportunità di espandere la propria rete entrando in contatto con altri player dell'olio d'oliva in un mercato, il Canada, che è importantissimo per l'Italia, rappresentando oggi il quarto Paese di destinazione per l'Olio extra vergine di oliva italiano.

*«Il mercato dell'olio da olive in Canada è cresciuto costantemente negli ultimi venticinque anni, nonostante questo alimento non sia un ingrediente principale nella cucina tradizionale canadese. - Sottolinea Vignoli. - Ad oggi il consumo pro capite è 1,5 litri l'anno, più basso della media UE, ma superiore al tasso di consumo medio US ed ha registrato negli ultimi 10 anni un incremento superiore al 26% (Fonte "Guida all'esportazione di olio di oliva" pubblicata da CIA in collaborazione con ICE e Italia Olivicola; ndr)».*

È quindi chiaro come il potenziale di questo mercato sia molto alto. Per cogliere tutte le opportunità, però, il produttore deve affrontare una serie di **barriere di natura commerciale e burocratica**.

*«Intanto, i produttori e venditori di olio di oliva devono giustificare il prezzo più elevato del loro prodotto facendo leva sulla qualità e la salubrità. Il secondo fattore, non meno importante, è che ogni Paese richiede degli standard specifici, anche in termini di etichettatura; e di conseguenza occorre essere molto informati su tutte le pratiche. Ecco perché tra i servizi di consulenza offerti dal mio team c'è proprio l'assistenza nello svolgimento di questi aspetti burocratici. Per il Canada, per esempio, è necessario ottenere un Business Number (Bn) emesso dall'Agenzie delle entrate canadese (Canada Revenue Agency - Cra), indispensabile per l'attivazione di un account di import/export» spiega Vignoli.*

## **Il punto di vista del piccolo produttore**

Un piccolo produttore difficilmente potrà permettersi di attivare una campagna stampa, di ingaggiare un testimonial, di partecipare a fiere internazionali, peraltro già molto ridotte a causa della pandemia. «Se vorrà farsi vedere gli rimangono i concorsi - conferma Enzo Signorelli, **olivicoltore** che con pazienza e passione ha recuperato in Sicilia due oliveti antichi di proprietà della famiglia, collocati nei territori di **Santa Maria di Licodia** e **Ragalna**, due piccoli comuni del parco dell'Etna.

*«I miei EVO hanno ricevuto un notevole impulso dopo aver ottenuto alcuni riconoscimenti prestigiosi e grazie all'inserimento in alcune guide storiche di settore. È facile intuirne le molteplici ragioni: l'aver ottenuto un feedback importante da un panel specializzato conferma che il lavoro è stato svolto bene; è uno stimolo a continuare, a migliorarsi. In una competizione un piccolo produttore si confronta con i grandi, può anche superarli».*

Ormai i potenziali acquirenti sono sempre meno inclini a credere alla pubblicità. Piuttosto si fidano più facilmente di una giuria di professionisti che assaggia "al buio" e valuta secondo precisi criteri.

**Enzo Signorelli**, che ha scelto di candidare il suo **Nocellara del Belice** alla prossima edizione del CIOOC spiega così la sua scelta:

*«Personalmente scelgo di partecipare ai concorsi più autorevoli scartando quelli che distribuiscono centinaia di premi a quasi tutti i partecipanti. Un buon metodo per individuare i concorsi migliori è quello di studiare il palmares delle edizioni precedenti per rendersi conto di chi ha partecipato e valutare anche il valore dei riconoscimenti assegnati».*