

A.Co.Pr.Ol. punta sulla formazione per valorizzare l'olio extravergine d'oliva lametino



A.Co.Pr.Ol. è una società cooperativa nata al 1983 sul territorio della piana di Lamezia Terme, che conta 1.000 aziende associate per un totale di 2.500 ettari olivetati. La cultivar prevalente è la Carolea, che investe circa il 97% della SAU olivicola, ma è presente sul territorio un 3% di cultivar differenti, come Leccino e

Roggianella.

L'associazione ha organizzato a dicembre 2024 un'intensa serie di corsi di formazione – nell'ambito del progetto formativo di Italia Olivicola – dedicati alla valorizzazione dell'olio extravergine d'oliva. Il cuore di questi incontri è stato il miglioramento della qualità del prodotto e la promozione delle certificazioni Dop e Igp, fondamentali per valorizzare l'eccellenza dell'olio calabrese sui mercati nazionali e internazionali.

Il programma formativo, svoltosi principalmente a Feroletto Antico (ma l'hub rurale si è tenuto in campo a Contrada Generale Paradiso), ha toccato una vasta gamma di tematiche, dalla gestione agronomica degli oliveti alla valorizzazione commerciale del prodotto finito.

Ne parliamo con il presidente di A.Co.Pr.Ol., **Saverio Raso**.



Saverio Raso

Presidente Raso, può illustrarci gli obiettivi dei corsi di formazione organizzati da A.Co.Pr.Ol. a dicembre?

Abbiamo fatto due corsi di formazione in aula dal 16 al 18 dicembre come percorso formativo specifico sulle certificazioni di qualità e poi l'hub rurale, incontro in campo (il 19 dicembre) che ha riguardato la gestione sostenibile del suolo e le tecniche di potatura nell'olivicoltura biologica.

L'obiettivo è stato di fornire agli olivicoltori gli strumenti necessari per migliorare la qualità del loro prodotto e posizionarsi al meglio sul mercato. Vogliamo che siano in grado di

valorizzare al massimo l'olio extravergine d'oliva, ottenendo riconoscimenti come le certificazioni Dop e Igp.

L'incontro in campo ha avuto la finalità di promuovere una gestione del suolo sostenibile e la conservazione della sostanza organica – quale elemento chiave per la resilienza degli oliveti ai cambiamenti climatici – e far conoscere le nuove tecniche di potatura.

Quanto è importante la formazione per A.Co.Pr.Ol.?

La formazione per noi è un investimento strategico, un volano per il cambiamento e un elemento fondamentale per la crescita del settore. Attraverso essa, stiamo

promuovendo una cultura della qualità, che ci consente di differenziarci sul mercato e di ottenere migliori remunerazioni per i nostri produttori. Un esempio concreto – anche per superare la vendita di olio sfuso da parte di molti olivicoltori – è la creazione di un’etichetta comune A.Co.Pr.Ol., per la vendita del prodotto sotto un unico marchio forte e riconoscibile, valorizzando così l’origine calabrese e la qualità superiore del nostro olio extravergine d’oliva sia Igp, sia biologico. La partecipazione alle fiere è un’altra componente fondamentale della nostra strategia. Essere presenti a eventi di settore ci consente di promuovere il nostro olio calabrese, di instaurare relazioni con nuovi clienti e di raccogliere feedback preziosi per migliorare i nostri prodotti e servizi. In questi contesti, l’etichetta comune A.Co.Pr.Ol. rappresenta un elemento unificante e di grande impatto visivo, contribuendo a rafforzare la nostra immagine di marca.

Come si pensa di contribuire a una maggiore valorizzazione dell’olio extravergine d’oliva?

Attraverso un percorso formativo completo e approfondito, mirato a valorizzare ogni aspetto dell’olio extravergine d’oliva. Abbiamo dedicato una parte importante dei nostri corsi alla produzione biologica, anche con la consapevolezza che i consumatori sono sempre più attenti alla salute e alla sostenibilità. L’olio biologico rappresenta un valore aggiunto non solo per il suo gusto autentico, per la sostenibilità colturale ma anche per le sue proprietà benefiche; l’olio biocertificato ha un valore aggiunto anche dal punto di vista salutistico.

Altro campo d’azione è quello della ristorazione coinvolgendo, nei prossimi corsi di formazione del 2025, anche i ristoratori.

Vogliamo portare l’olio extravergine d’oliva allo stesso livello di attenzione e valorizzazione che il vino gode oggi nella ristorazione. Per farlo, è necessario formare i ristoratori, aiutandoli a comprendere le caratteristiche organolettiche dell’olio, le diverse cultivar e le tecniche di degustazione. Immaginiamo un futuro in cui il carrello degli oli sia presente in ogni ristorante di qualità, proprio come il carrello dei vini. Ciò permetterà di offrire ai consumatori un’esperienza gastronomica più completa e soddisfacente. In questo modo, l’olio potrà finalmente occupare il posto che merita nelle “carte degli oli” dei ristoranti.

Come valuta la campagna olivicola?

Quella conclusa è stata una campagna di scarica, quindi con minore quantità di prodotto, ma le condizioni comunque climatiche sono state favorevoli, la raccolta comunque c’è stata ed è stato prodotto, dal punto di vista qualitativo, un ottimo olio. Con punte di eccellenza che vorremmo far partecipare a qualche concorso oleario.

Il periodo di agosto è stato un mese molto siccitoso e le piante stavano risentendo della mancanza di acqua. Poi siamo stati fortunati con le piogge di settembre e

ottobre che hanno fatto sì che gli olivi si riprendessero. Ottenendo così un ottimo prodotto, a livello di colore, sapore e sentori.

© 2019 Edizioni L'informatore Agrario S.r.l. - OPERA TUTELATA DAL DIRITTO D'AUTORE