

Oil Meridian: le imprese al centro

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Febbraio 2022



[Oil Meridian](#) nasce sul solco dell'esperienza di Wine Meridian, testata giornalistica pensata per supportare e rendere le imprese del vino italiano più competitive sui mercati nazionale ed esteri.

Ora la volontà è mettere le competenze a disposizione anche del settore olivicolo italiano mettendo al centro le imprese, che rappresentano **l'anima artigianale del "Made in Italy" dell'EVO nazionale.**

Aziende che, come rilevato dalla prima indagine di Oil Meridian, a cui hanno aderito molte imprese, presentano **dimensioni medie piccole, con un 65% del campione che dichiara di produrre meno di 10.000 litri di olio evo all'anno.**

"Il passaggio da Wine Meridian ad Oil Meridian è stato naturale e fisiologico. – Sottolinea **Lavinia Furlani, Presidente di Wine Meridian** – Il vino e l'olio sono due mondi caratterizzati da grandi connessioni, seppur con approcci

diversi”.

Oil Meridian vuole essere la risposta ai bisogni di tutto il comparto olivicolo-oleario, come testimonia **Fabio Piccoli, Direttore responsabile di Wine Meridian**: “La nostra mission è essere di aiuto al comparto vino con informazioni e azioni concrete, ora vogliamo metterci a disposizione anche dei numerosi produttori di olio extravergine d’oliva, per dare voce alla **ineguagliabile ricchezza del nostro settore olivicolo-oleario**, alle capacità produttive e commerciali del comparto e alla straordinaria vocazionalità del nostro territorio”. Una vocazione che viene comunicata anche attraverso il turismo.

Per sviluppare al meglio questo tema Oil Meridian ha creato una sinergia con il [Consorzio Turismo dell’Olio EVO DOP, IGP e BIO](#). Un comparto, quello del turismo, che presenta molte potenzialità, come rilevato dall’indagine di Oil Meridian, che evidenzia come l’80% delle aziende abbia come primo canale di commercializzazione la vendita diretta, e come il 71,7% svolga olio turismo, nel 36,1% dei casi con spazi dedicati.

“Grazie alla legge del 2019 sull’enoturismo e l’olioturismo e alla pubblicazione del decreto attuativo a gennaio, oggi **l’attività turistica nelle nostre aziende viene riconosciuta come una vera e propria attività imprenditoriale con le proprie regole**. Questo consentirà di rendere sempre più strutturata l’accoglienza legata a questo prodotto straordinario che consente anche la conservazione del paesaggio”, afferma la **Presidente del Consorzio Mariagrazia Bertaroli**.

Attraverso la prima indagine svolta da Oil Meridian, si è indagato sui principali aspetti che caratterizzano il settore olivicolo-oleario italiano, raccogliendo dati preziosi: tessuto produttivo, problematiche, punti di forza, canali di vendita, export, diversificazione e risorse umane.

“Questi risultati sono scaturiti dalla propensione a studiare,

analizzare i mercati – evidenzia Fabio Piccoli – riteniamo che la sostenibilità economica delle imprese dell'evo sarà alla base del loro sviluppo e **noi vogliamo accompagnarle in questa direzione**, come stiamo facendo nel settore vitivinicolo”.

L'originalità di Oil Meridian sta infatti nel **raccontare l'evo italiano partendo dalle aziende**, fornendo spazio e voce alle realtà produttive, non limitandosi a diffondere una cultura generale dell'olio extravergine d'oliva.