



## DIE NEUE ÖLERNTE IST 15 % ERGIEBIGER UND VON AUSGEZEICHNETER QUALITÄT

Die ersten Schätzungen von Coldiretti, Ismea und Unaprol sagen für die neue Olivenernte eine Produktionssteigerung von 15 % gegenüber dem Jahr 2020 voraus.

Die ersten Daten zur Pressung auf der Halbinsel sehen eine Ölproduktion in Italien von rund 315 Millionen Kilo vor, ein leichter Anstieg gegenüber den 273,5 Millionen Kilo des Vorjahres. „Der Trend muss natürlich anhand des Ernteverlaufs in allen Regionen und mit den Ertragsdaten überprüft werden“, erklärt der Vorsitzende der Unaprol David Granieri.

Die Klimaanomalien und die große Dürre, die die italienischen Olivenbauern im Jahr 2021 schwer traf, hatten in einigen Gebieten negative Auswirkungen: Die Produktion gibt jedoch immer noch der Qualität den Vorrang, auch wenn die Lieferkette in Bezug auf die Produktmenge Schwierigkeiten hat, insbesondere in einigen Erzeugergebieten.

Die Ernte ist aus wirtschaftlicher und beschäftigungspolitischer Sicht ein wichtiger Moment für eine Branche, die - nach Angaben von Coldiretti und Unaprol - über 400.000 spezialisierte Betriebe in Italien umfasst, aber auch den größten Schatz an biologischer Vielfalt der Welt mit einem Erbe von 250 Millionen Pflanzen und 533 Olivensorten sowie Europas größter Anzahl von nativen Olivenölen extra mit Bezeichnung (42 g.U. und 7 g.g.A.).

Die ersten Schätzungen der Erzeugerregionen zeigen, dass Sizilien, nach den vergangenen drei schweren Jahren, seine Produktion wieder steigern und die Schwelle von 40 Millionen kg überschreiten könnte. Das gleiche kann nicht von Kalabrien behauptet werden, das zwar einen leichten Anstieg verzeichnete, aber noch weit von der regionalen Höchstproduktion entfernt ist. Dies gilt auch für Apulien, das die Hälfte des italienischen Öls produziert, aber noch weit von den typischen Standards der besten Jahre (200 Millionen kg) entfernt ist.

Auf der anderen Seite verzeichneten die Toskana und Umbrien ein negatives Jahr mit geschätzten Ertragsrückgängen von 50 %: Diese Regionen leiden unter einer unsicheren Klimaentwicklung, während Latium die Produktion des Vorjahres unverändert beibehält.

Verlierer der Saison sind die nördlichen Regionen mit der Lombardei an der Spitze, die von Perioden mit Minusgraden und extremer Hitze betroffen war, die die Produktion auf ein Minimum reduziert haben (Schätzungen von - 60 bis -80 %).

Diese Zahlen könnten die Erholung der Branche langsamer als erwartet gestalten und riskieren, unser Land vom Siegertreppchen der Weltproduktion zu stürzen.

Um die Produktion von nativem Olivenöl extra zu unterstützen und zu steigern, stellte Coldiretti im Rahmen des Recovery Plan ein spezielles Projekt vor, das mit Unternehmensnetzwerken für die Zukunft des Olivenöls verbunden ist, mit dem Ziel, die nationale Produktion wiederzubeleben. Ziel ist es, das Qualitätsprimat „Made in Italy“ durch die Pflanzung neuer Olivenhaine, unter anderem mit Bewässerungsanlagen und Bau von Brunnen oder Teichen zur Bekämpfung extremer Klimaereignisse zu halten.



Eine weitere heiße Front ist die Information und Marktunterstützung: Mit dem EcceOlio-Projekt, das von Unaprol und France Olive gefördert und von der EU finanziert wird, soll das Bewusstsein des Marktes und der Verbraucher für die einzigartigen Qualitäten von nativem Olivenöl extra, europäisch zertifiziert nach g.U., g.g.A. und BIO geschärft werden: Es handelt sich hier um Spitzenerzeugnisse mit exklusiven und bei anderen Produkten seltenen Merkmalen! Das Programm läuft bis Juli 2022 und deckt drei verschiedene Zielländer ab: Italien, Frankreich und Deutschland.

Die große Aufmerksamkeit, die diesem Produkt heute geschenkt wird, führt dazu, dass italienische Familien (ca. 9 von 10) Qualitätsöle konsumieren und die, wie Coldiretti und Unaprol unterstreichen, oft vollständig Made in Italy sind.

Dies gibt Aufschluss darüber, dass Kommunikation und Information eine grundlegende Rolle bei der Sensibilisierung des Verbrauchers für die Verwendung eines Qualitätsprodukts spielen.

EcceOlio ist ein von Unaprol gefördertes und von der EU finanziertes Projekt, das mit der Kommunikationskampagne „Looking for the Perfect Food“ Marktteilnehmer und Endverbraucher für die besonderen Eigenschaften von nativem Olivenöl extra mit den Gütesiegeln g.U., g.g.A. und Bio sensibilisieren will.

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für die Forschung (REA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.

