



LA SCHEDA DI SETTORE

OLIO DI OLIVA



ISMEA

Ottobre 2017

SCHEDA DI SETTORE: OLIO DI OLIVA



1. LE CARATTERISTICHE DELLA FILIERA

2. LA STRUTTURA DEL SETTORE

3. L CONTESTO INTERNAZIONALE

4. PREZZI, COSTI E MARGINI

5. ANALISI SWOT

6. PROSPETTIVE A MEDIO TERMINE





1

Le caratteristiche della filiera



LA RILEVANZA DEL SETTORE



FASE AGRICOLA

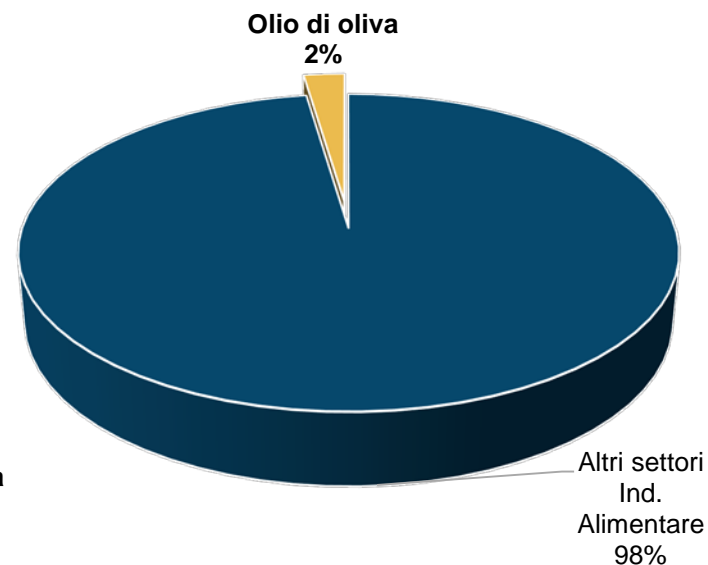
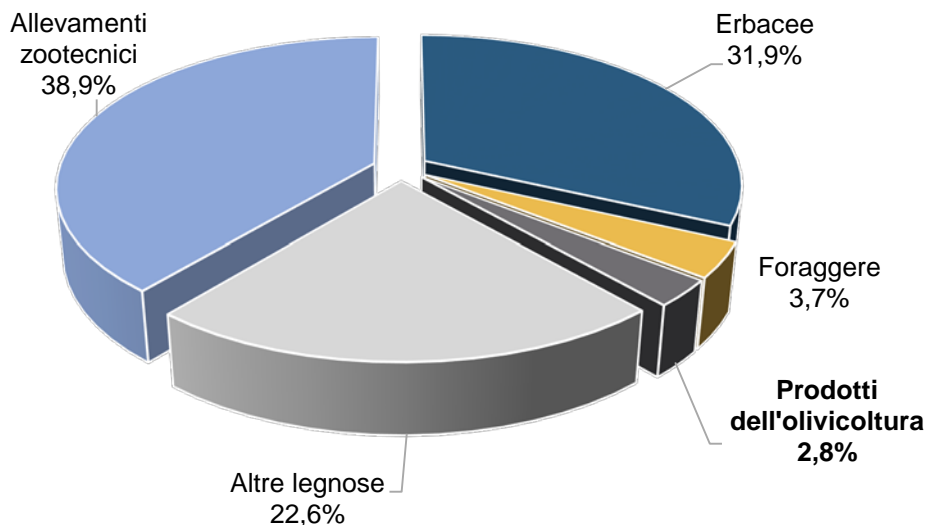
produzione ai prezzi di base

1.248 milioni di euro

FASE TRASFORMAZIONE

fatturato

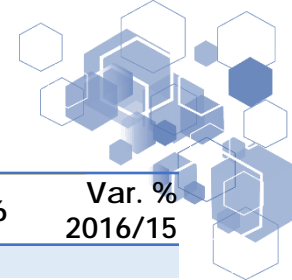
15.120 milioni di euro



Fonte: ISTAT, Produzione ai prezzi di base di agricoltura a valori correnti; Federalimentare, Fatturato industria a valori correnti (2015)

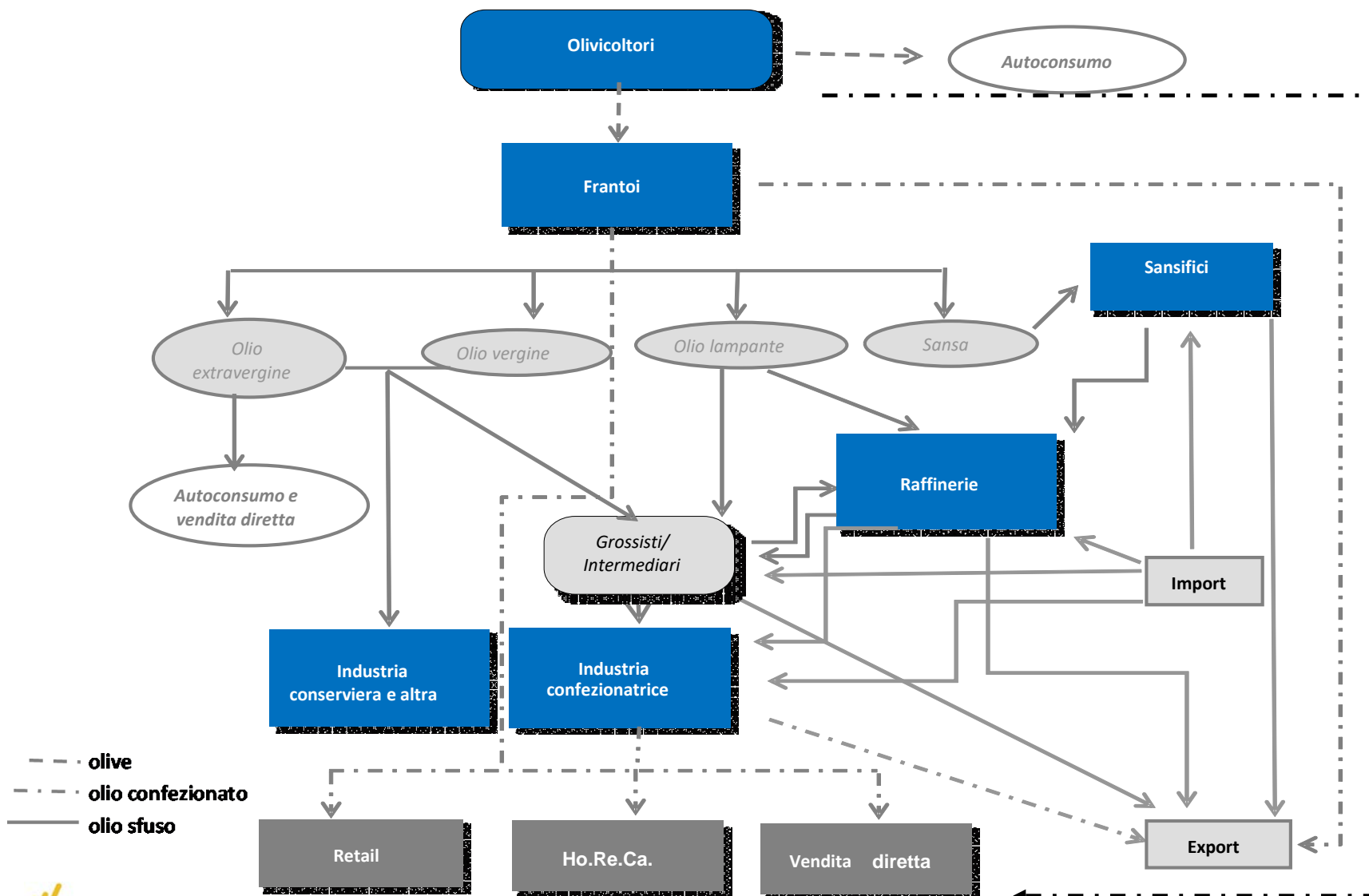


I NUMERI DELLA FILIERA

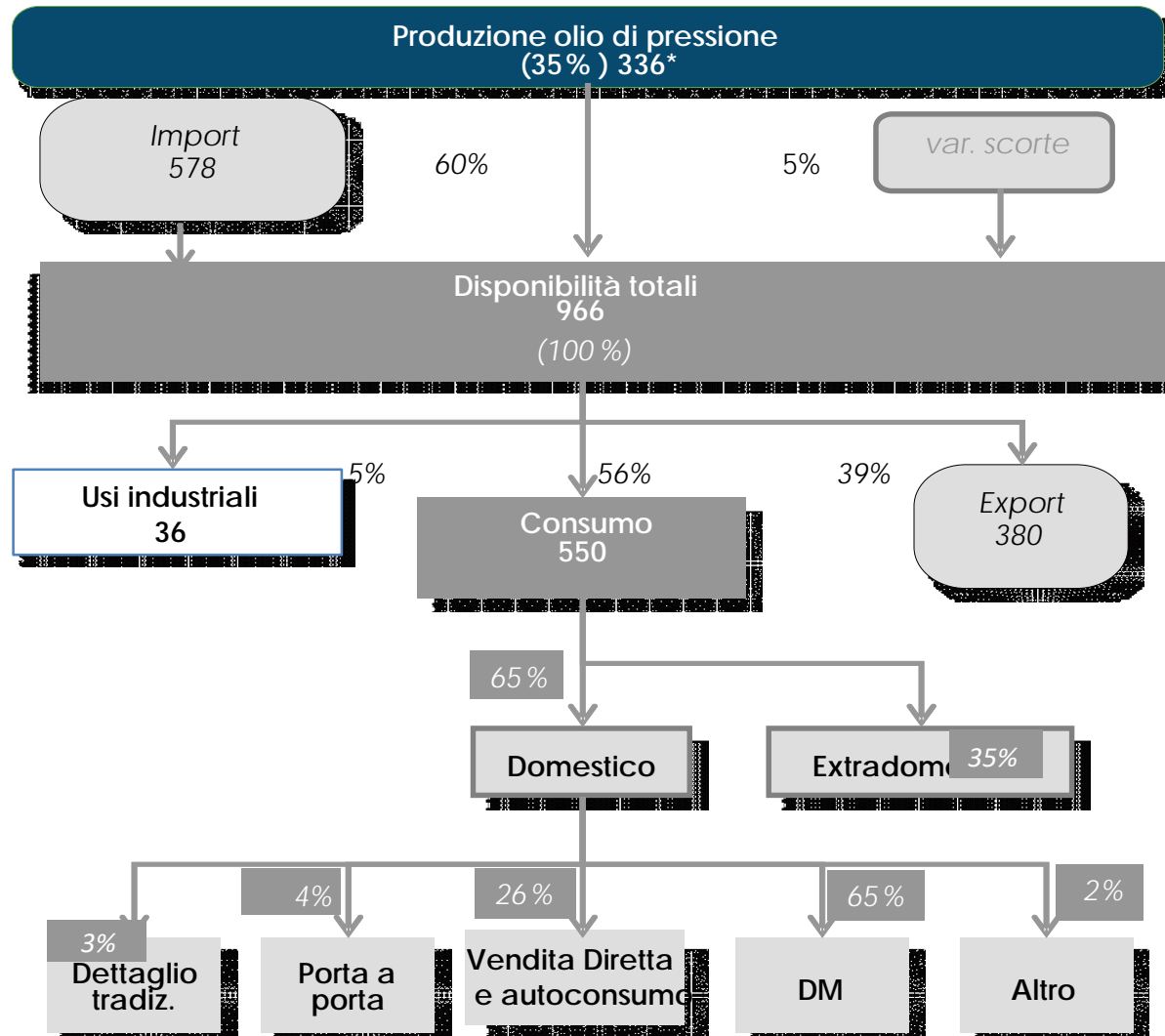


	udm	2013	2014	2015	2016	Var. % 2016/15
Struttura						
aziende agricole*	(n)	825.201	825.201	825.201	825.201	0,0
Superficie*	(ha)	1.073.324	1.073.324	1.073.324	1.073.324	0,0
ha/azienda*		1,30	1,30	1,30	1,30	0,0
frantoi attivi	(n)	4.662	4.500	4.944	3.961	-19,9
imprese industriali ¹	(n)	220	220	220	220	0,0
Offerta						
produzione	(t)	463.701	222.000	474.620	182.326	-61,6
peso denominazioni (Dop)	(% q.)	2,4	4,4	2,3	4,0	72,6
produzione/consumo	(% q.)	73,1	38,9	86,3	33,8	-60,9
fatturato industria ²	(milioni euro)	3.000	3.120	3.151	3.214	2,0
peso sul fatturato ind. Agroalimentare	(% v.)	2,3	2,4	2,4	2,4	2,0
Scambi con l'estero						
Import	(milioni di euro)	1.224	1.511	1.851	1.792	-3,2
import/consumi umani	(% in quantità)	75,9	116,8	105,7	105,9	0,2
peso sul tot. Agroalimentare	(% v)	3,0	3,6	4,3	4,2	-3,5
Export	(milioni di euro)	1.375	1.371	1.527	1.617	5,9
peso sul tot. Agroalimentare	(% v)	4,1	4,0	4,1	4,2	1,7
export/produzione	(% in volume)	83,0	184,9	76,1	198,8	161,1
Saldo	(milioni di euro)	151	-140	-324	-175	-46,1
saldo normalizzato	(% valore)	5,8	-4,9	-9,6	-5,1	-46,5
Domanda						
consumo umano totale apparente ³	(t)	634.000	570.000	550.000	540.000	-1,8
consumo pro capite apparente ⁴	(kg)	10,6	9,5	9,2	9,0	-1,9
Mercato						
Indice dei prezzi alla produzione dell'olio di oliva	(100=2010)	123,3	135,9	194,9	158,8	-18,5
Indice dei mezzi di produzione dell'olivicoltura	(100=2010)	108,1	109,3	108,2	106,1	-1,9

I PRINCIPALI ATTORI DELLA FILIERA



I FLUSSI LUNGO LA FILIERA DELL'OLIO DI OLIVA



*Unità di misura: migliaia di tonnellate, Media ultime 4 campagne



2

La struttura del settore



IL PROFILO DELLA STRUTTURA PRODUTTIVA OLIVICOLA NAZIONALE (1/2)



Dai dati dell'Indagine Istat Spa 2013 risulta una contrazione delle imprese olivicole dell'8,5% rispetto a quanto rilevato dal Censimento del 2010.

Nel contempo la superficie è diminuita del 4,5%. Ne consegue un aumento della superficie media aziendale.

L'agricoltura nel suo complesso ha, invece, perso il 9,2% delle aziende e il 2,4% della superficie.



825 mila le aziende olivicole



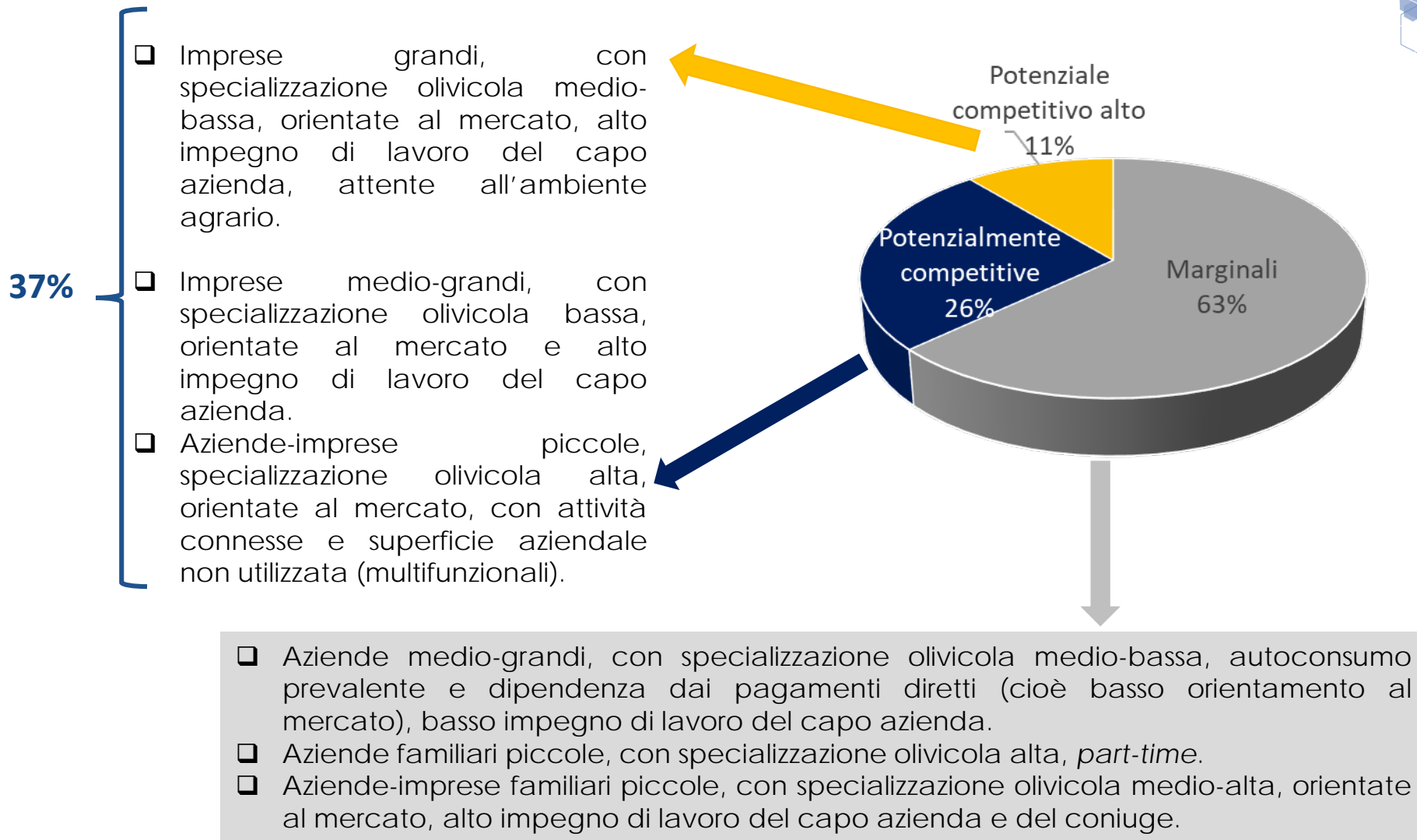
1,07 milioni di ettari di superficie

Oliveto Italia: un patrimonio di oltre 350 cultivar espressione dei diversi territori

Delle 825 mila aziende solo il 37% risultano essere in grado di sostenere la competitività del mercato



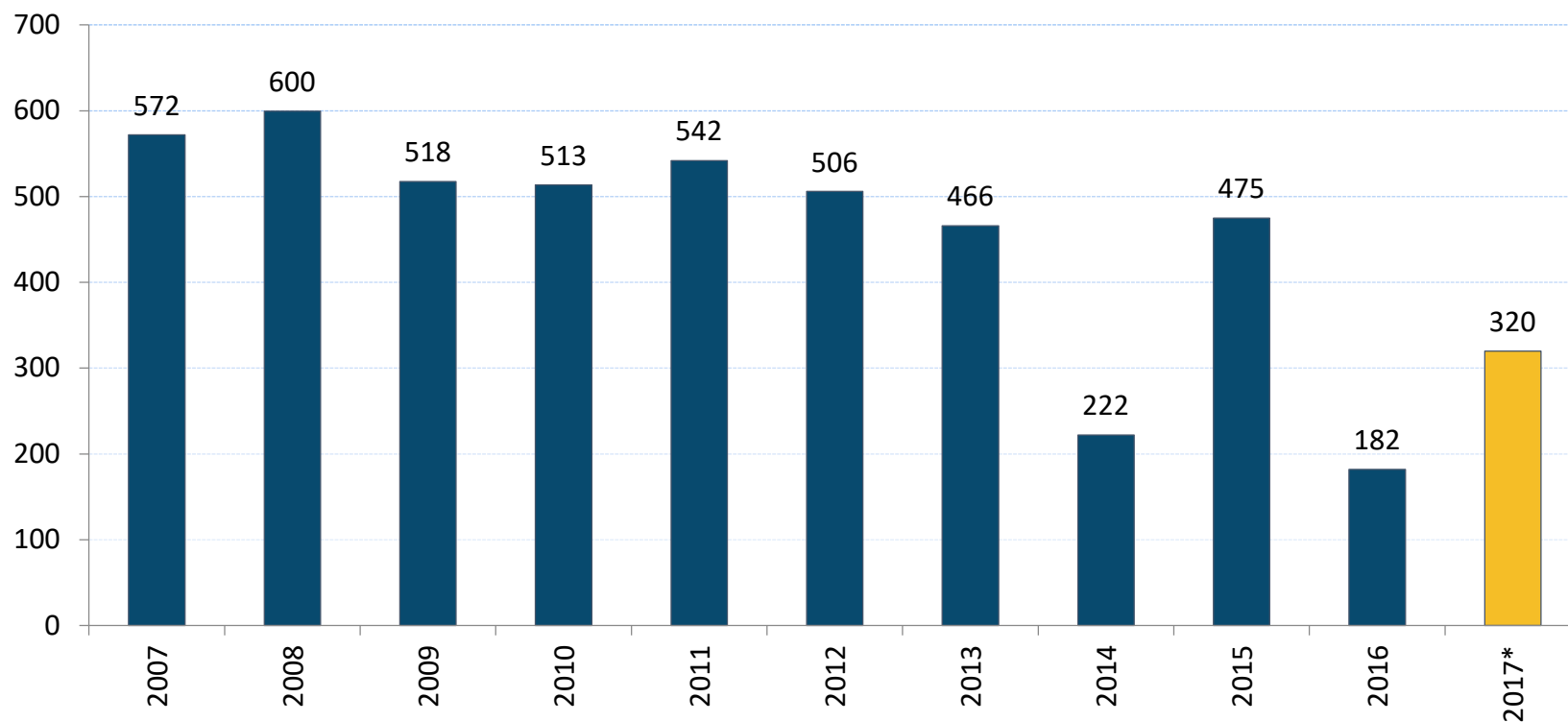
IL PROFILO DELL'OLIVICOLTURA NAZIONALE (2/2)





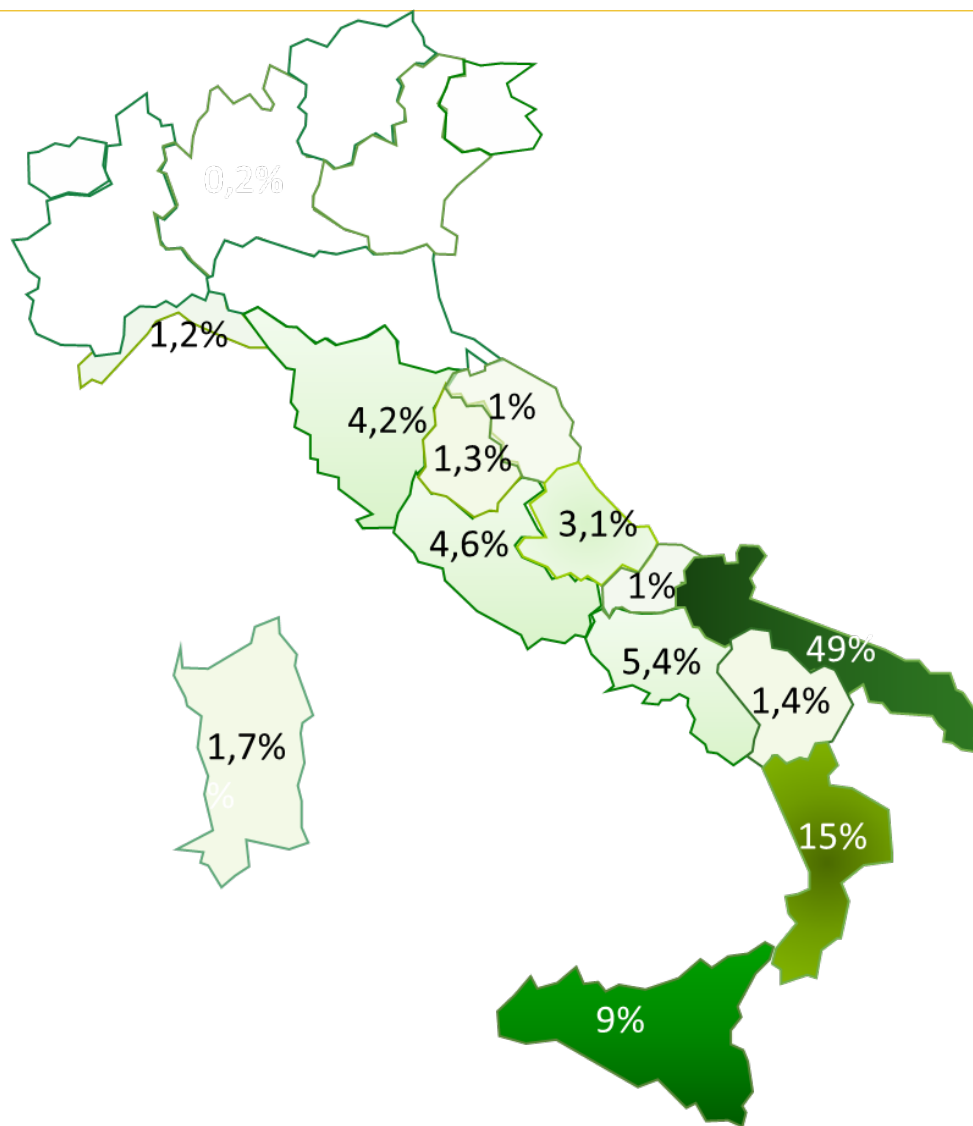
LA PRODUZIONE ITALIANA DI OLIO DI OLIVA

Migliaia di tonnellate



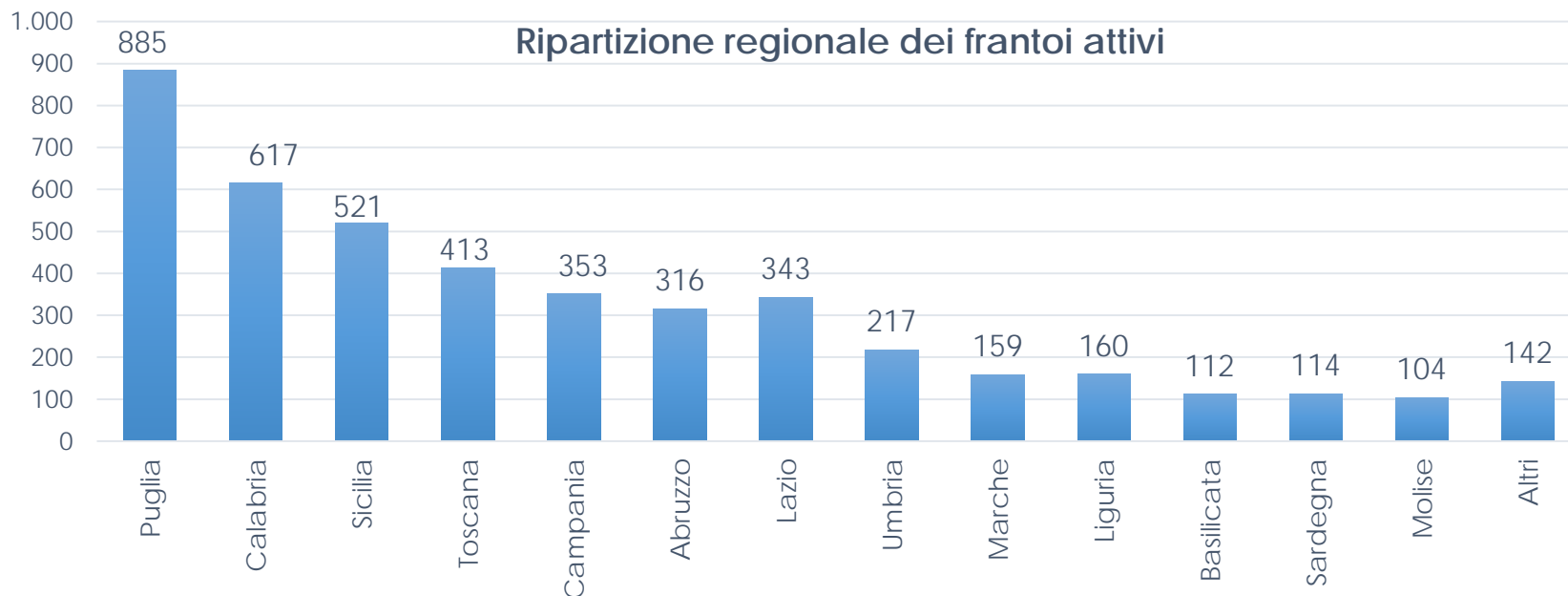
Fonte: ISMEA su dati ISTAT fino al 2013; dal 2014 ISMEA su dati AGEA; *2017 Stime ISMEA a settembre 2017

LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLA PRODUZIONE



Regioni	Quota	Media ultime 4 campagne (t)
Piemonte	0,0%	7
Lombardia	0,2%	626
Trentino Alto Adige	0,1%	289
Veneto	0,4%	1.447
Friuli Venezia Giulia	0,0%	86
Liguria	1,2%	4.029
Emilia Romagna	0,3%	871
Toscana	4,2%	14.277
Umbria	1,3%	4.491
Marche	0,9%	3.071
Lazio	4,6%	15.629
Abruzzo	3,1%	10.389
Molise	1,0%	3.428
Campania	5,4%	18.244
Puglia	49,1%	165.028
Basilicata	1,4%	4.694
Calabria	15,0%	50.513
Sicilia	9,9%	33.289
Sardegna	1,7%	5.817
ITALIA	100,0%	336.225

LA LOCALIZZAZIONE TERRITORIALE DEI FRANTOI



Dei circa 4.500 frantoi attivi nelle ultime 4 campagne, 885 sono dislocati in Puglia. Segue la Calabria con 617.

L'estrema frammentarietà della produzione italiana emerge anche dal numero di frantoi: basti considerare che in Spagna il numero di frantoi oscilla tra 1600 e 1700.

Dell'intera produzione nazionale, solo una quota pari circa al 20% è da attribuire a frantoi cooperativi, presenti soprattutto in Puglia ed in Toscana.



LA CAPACITÀ PRODUTTIVA DEI FRANTOI



La ripartizione dei frantoi secondo la capacità produttiva

<u>Classe olive molite (100 kg)</u>	<u>Numero frantoi</u>	<u>Olive molite (%)</u>	<u>Olio prodotto (%)</u>
0-1.000	24%	2%	2%
1.001-5.000	48%	22%	21%
5.001-10.000	17%	21%	20%
10.001-15.000	5%	11%	11%
oltre 15.000	6%	44%	46%
Totale	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione ISMEA su dati AGEA

Il 72% dei frantoi italiani impiegano meno di 5.000 quintali di olive.

Il gran numero di frantoi se da un lato aumenta i costi del sistema, dall'altro potrebbe rappresentare garanzia di qualità.

La prossimità del frantoio al luogo di produzione assicura la molitura entro le 24 ore, requisito essenziale per la qualità.





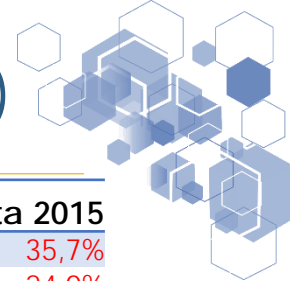
Italia prima per numero di riconoscimenti

46 IG: 42 DOP e 4 IGP

- ❑ Degli oli di qualità riconosciuti in Unione Europea, quasi il 40% è rappresentato da marchi italiani, pari a 46 prodotti a denominazione (di cui 4 Igp). Seguono Grecia e Spagna con 29 riconoscimenti a testa.
- ❑ Gli oli extravergini Dop e Igp vantano nel 2015 un valore al consumo di 103 milioni di euro.
- ❑ Il valore alla produzione del prodotto sfuso è di 71 milioni di euro. Il valore all'export è di 51 milioni di euro.
- ❑ La produzione di olio certificato, tuttavia, non supera il 2%-3% del totale. Si raggiunge il 6% ragionando in termini di valore.
- ❑ La produzione italiana di olio Dop/Igp certificato nel 2015 ha superato le 10 mila tonnellate, ancora troppo poco rispetto alle potenzialità.
- ❑ La produzione resta ancora molto concentrata su poche denominazioni: le prime 5 assorbono oltre il 75% dell'intera produzione nazionale.



LA PRODUZIONE DI OLIO DOP E IGP (TONNELLATE)



**77% della
produzione**

	2012	2013	2014	2015	Quota 2015
Terra di Bari	3.783	3.138	3.160	3.641	35,7%
Toscana	2.933	3.588	2.372	2.445	24,0%
Val di Mazara	665	864	941	1.108	10,9%
Umbria	554	576	485	361	3,5%
Riviera Ligure	444	469	600	342	3,4%
Dauno	240	183	28	290	2,8%
Sabina	151	206	162	252	2,5%
Monti Iblei	329	228	230	220	2,2%
Valli Trapanesi	203	323	225	196	1,9%
Tuscia	72	66	36	192	1,9%
Garda	244	231	259	160	1,6%
Bruzio	236	256	248	96	0,9%
Sardegna	242	169	174	95	0,9%
Colline Teatine	82	80	68	88	0,9%
Colline Salernitane	19	65	37	76	0,7%
Valle del Belice	44	87	47	67	0,7%
Chianti Classico	119	142	107	62	0,6%
Canino	74	94	72	52	0,5%
Aprutino Pescarese	85	59	47	50	0,5%
Veneto	65	45	57	49	0,5%
Molise	27	27	7	39	0,4%
Collina di Brindisi	49	36	42	38	0,4%
Terra d'Otranto	48	48	12	37	0,4%
Lametia	52	108	107	33	0,3%
Monte Etna	32	9	25	29	0,3%
Colline Pontine	23	25	9	24	0,2%
Vulture	6	9	8	16	0,2%
Terre di Siena	36	28	6	15	0,1%
Altre	133	104	109	76	0,7%
Totale	11.065	11.333	9.733	10.192	100,0%



SUPERFICI BIOLOGICHE AD OLIVO



- **12,4%** della superficie biologica italiana;
- **21%** dell'intera superficie olivicola italiana;
- 32% in Puglia, 31% in Calabria, 14% in Sicilia, 7% in Toscana

	Totale 2015	Ha in conversione 2016	Ha biologici 2016	Totale 2016	Var.% 16/15
Olivo	179.887	72.053	150.400	222.452	23,7
- <i>Olivo da mensa</i>	422	260	539	799	89,4
- <i>Olivo da olio</i>	179.464	71.793	149.861	221.653	23,5

Fonte: ISMEA su dati SINAB

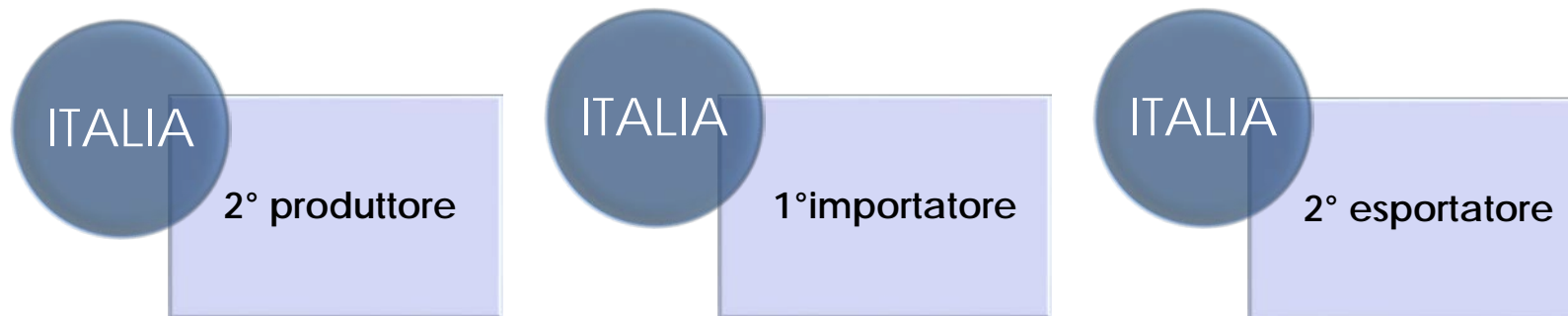




3

Il contesto internazionale





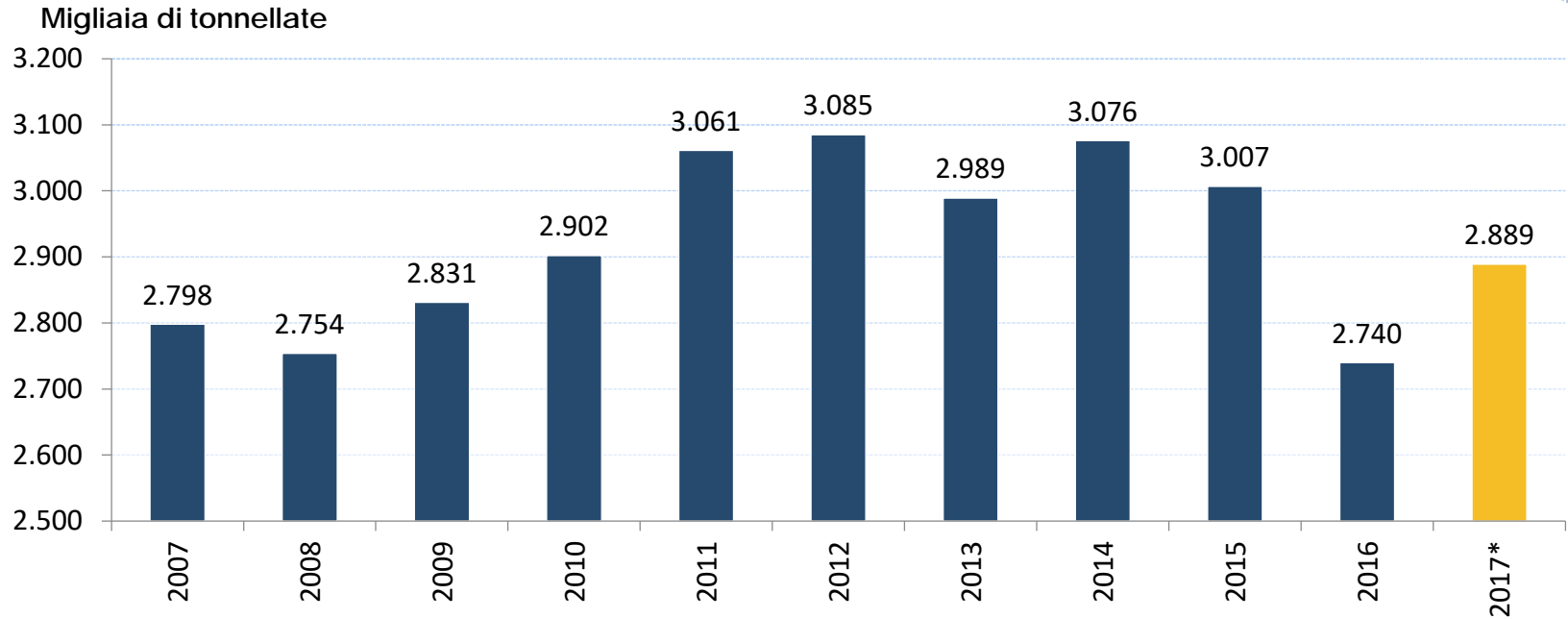
La produzione di olio di oliva è concentrata nel bacino del Mediterraneo, e in particolare in Spagna e Italia, paesi che rappresenta anche la quasi totalità delle **esportazioni mondiali** (60% la Spagna e 20% l'Italia).

La produzione italiana copre mediamente il 15% di quella mondiale.

Anche sul fronte **dell'import**, il mercato è condizionato da pochi grandi clienti, primo tra tutti l'Italia, con un terzo del totale, seguita dagli Stati Uniti.



IL CONSUMO MONDIALE



Fonte: ISMEA su dati COI; *2017 stima a settembre 2017

La domanda mondiale dell'olio di oliva è cresciuta in modo lento - **in media dell'1% annuo** - ma costante fino al 2012. Da quel momento in poi anche il consumo mondiale si è sostanzialmente attestato intorno ai tre milioni di tonnellate.

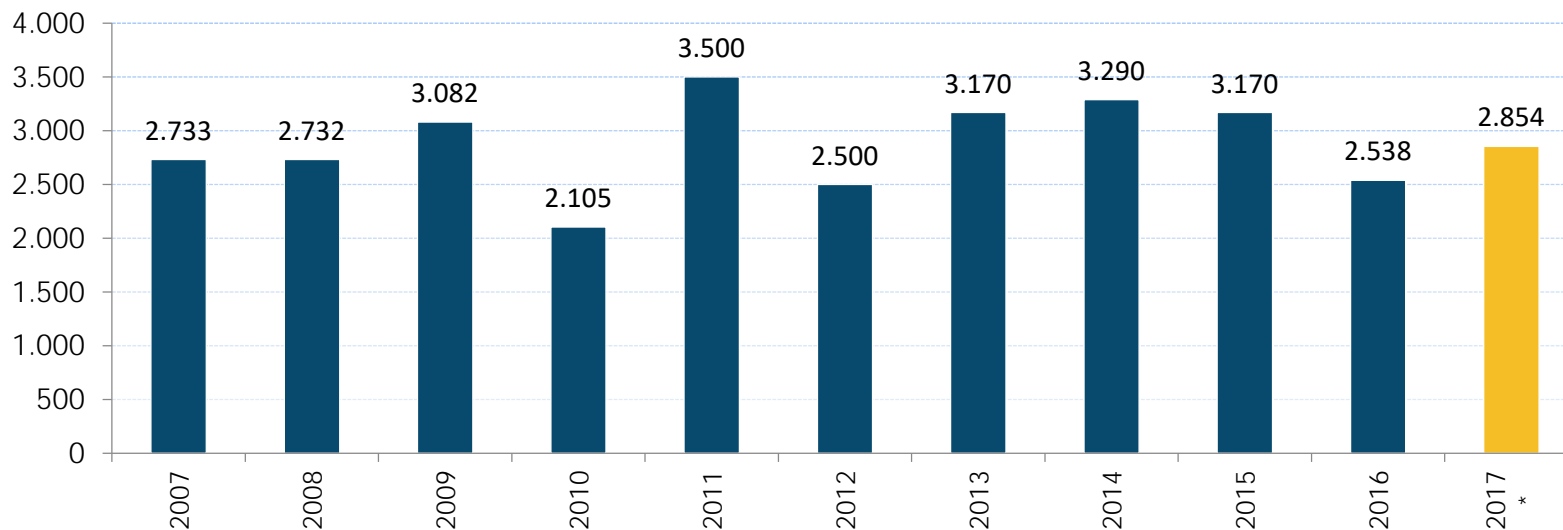
L'olio di oliva in totale rappresenta solo il 4-5% dei consumi mondiali di grassi e questo implica un buon margine di crescita del mercato soprattutto in paesi dove non c'è ancora tradizione di consumo.








LA PRODUZIONE MONDIALE



Migliaia di tonnellate

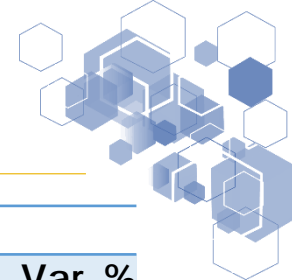


Fonte: ISMEA su dati COI; *2017 stima a settembre 2017

		.000 t 2017*	Variazione 2017/2016
	Spagna	1.150	-10,4%
	Italia	320	75,8%
	Grecia	300	53,8%
	Tunisia	100	220
	Turchia	177	180



I PRINCIPALI PAESI IMPORTATORI

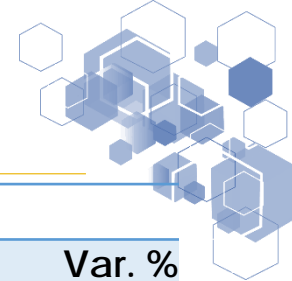


	Migliaia di tonnellate			Milioni di euro		
	2015	2016	Var. %	2015	2016	Var. %
Italia	583	572	-2,0%	1.859	1.792	-3,6%
Stati Uniti	313	332	6,1%	1.100	1.193	8,5%
Spagna	251	166	-33,7%	631	358	-43,2%
Francia	115	122	6,3%	434	463	6,8%
Portogallo	106	97	-9,3%	317	289	-9,0%
Germania	71	72	1,7%	292	303	3,7%
Giappone	60	58	-2,3%	274	263	-4,0%
Brasile	58	57	-0,8%	249	255	2,4%
Regno Unito	75	76	1,8%	257	253	-1,2%
Cina	39	45	17,6%	160	178	11,4%
Canada	38	44	16,8%	151	180	19,8%
Svizzera	14	15	5,9%	75	78	4,6%
Australia	20	31	49,1%	73	114	56,1%
Belgio	19	24	25,5%	73	87	19,5%
Messico	18	19	3,1%	65	68	3,7%
Altri	165	244	47,6%	753	0	0,0%
Mondo	1.945	1.974	1,5%	6.762	6.774	0,2%

Fonte: ISMEA su dati IHS/GTA



I PRINCIPALI PAESI ESPORTATORI



	Migliaia di tonnellate			Milioni di euro		
	2015	2016	Var. %	2015	2016	Var. %
Spagna	845	1.008	19,4%	2.837	3.305	16,5%
Italia	362	398	9,7%	1.530	1.617	5,7%
Tunisia	258	108	-58,0%	763	351	-54,0%
Grecia	203	198	-2,8%	675	630	-6,7%
Portogallo	129	131	1,5%	443	426	-3,9%
Argentina	31	16	-46,4%	101	54	-46,7%
Marocco	34	26	-22,1%	79	59	-25,5%
Turchia	14	19	36,0%	57	66	16,0%
Cile	15	11	-26,6%	54	42	-21,7%
Francia	11	12	7,2%	51	51	-0,9%
Stati Uniti	12	13	8,5%	36	37	1,1%
Australia	6	4	-44,3%	24	13	-45,8%
Germania	5	5	-3,7%	22	22	-3,7%
Belgio	4	6	31,4%	16	22	39,1%
Regno Unito	3	2	-2,5%	12	11	-8,0%
Altri	14	34	146,5%	162	122	-24,9%
Mondo	1.945	1.974	1,5%	6.762	6.774	0,2%

Fonte: ISMEA su dati IHS/GTA



LA BILANCIA COMMERCIALE ITALIANA



	Migliaia di tonnellate			Milioni di euro		
	Import	Export	Saldo	Import	Export	Saldo
2007	542	328	-213	1.359	1.125	-234
2008	517	336	-181	1.291	1.169	-122
2009	497	327	-170	1.006	1.015	8
2010	612	381	-231	1.203	1.166	-36
2011	625	402	-223	1209	1.237	28
2012	599	417	-182	1155	1.271	116
2013	481	385	-96	1224	1.375	151
2014	666	411	-255	1.510	1.371	-139
2015	583	362	-221	1.859	1530	-329
2016	572	398	-174	1.792	1617	-175
Var. 16/15	-2,0%	9,7%	-21,3%	-3,6%	5,7%	-46,9%

Fonte: ISMEA su dati Istat;



IMPORTAZIONI ITALIANE DI OLIO DI OLIVA E SANSA: PRINCIPALI FORNITORI

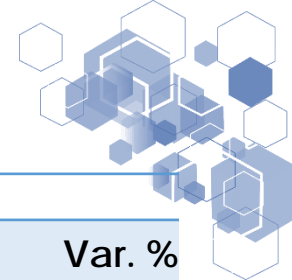


	Tonnellate			Migliaia di euro		
	2015	2016	Var. %	2015	2016	Var. %
Spagna	317.727	350.068	10,2%	1.015.043	1.111.148	9,5%
Grecia	152.282	146.623	-3,7%	492.793	435.266	-11,7%
Tunisia	86.694	48.105	-44,5%	259.837	156.831	-39,6%
Portogallo	18.944	21.665	14,4%	67.835	71.393	5,2%
Cipro	315	1.564	396,4%	1.167	5.100	337,1%
Marocco	3.473	1.373	-60,5%	9.122	3.706	-59,4%
Germania	224	706	214,8%	876	3.212	266,6%
Francia	870	405	-53,4%	2.940	1.154	-60,7%
Altri	2.945	1.270	-56,9%	9.329	4.321	-53,7%
Mondo	583.475	571.781	-2,0%	1.858.944	1.792.131	-3,6%

Fonte: ISMEA su dati Istat



ESPORTAZIONE ITALIANE DI OLIO DI OLIVA E SANSA: PRINCIPALI CLIENTI



	Tonnellate			Migliaia di euro		
	2015	2016	Var. %	2015	2016	Var. %
Stati Uniti	103.608	117.197	13,1%	467.981	510.503	9,1%
Germania	43.845	42.944	-2,1%	200.964	195.638	-2,7%
Francia	31.590	31.603	0,0%	120.255	107.663	-10,5%
Giappone	21.430	22.899	6,9%	111.534	106.986	-4,1%
Canada	18.516	25.370	37,0%	78.392	106.202	35,5%
Svizzera	6.717	7.101	5,7%	40.549	41.830	3,2%
Spagna	22.170	21.091	-4,9%	43.122	41.038	-4,8%
Cina	5.245	7.586	44,6%	22.165	30.611	38,1%
Belgio	7.063	7.134	1,0%	30.224	28.239	-6,6%
Australia	5.525	7.592	37,4%	21.221	28.150	32,6%
Svezia	3.847	4.241	10,2%	18.287	20.290	11,0%
Russia	3.412	4.807	40,9%	13.814	18.771	35,9%
Austria	4.140	3.931	-5,0%	20.078	18.521	-7,8%
Taiwan	3.595	3.863	7,5%	15.772	16.919	7,3%
Brasile	3.013	3.647	21,0%	13.444	16.209	20,6%
Paesi Bassi	2.972	3.352	12,8%	14.468	15.845	9,5%
Danimarca	2.859	3.398	18,9%	13.169	15.609	18,5%
Polonia	3.667	3.959	8,0%	13.540	14.673	8,4%
Corea del Sud	4.127	3.754	-9,0%	16.557	13.702	-17,2%
Arabia Saudita	1.672	1.946	16,4%	10.321	12.285	19,0%
India	3.454	4.499	30,3%	8.916	10.736	20,4%
Hong Kong	2.429	2.641	8,8%	9.082	9.589	5,6%
Altri	57.432	63.091	9,9%	225.906	237.350	5,1%
Mondo	362.326	397.649	9,7%	1.529.762	1.617.360	5,7%

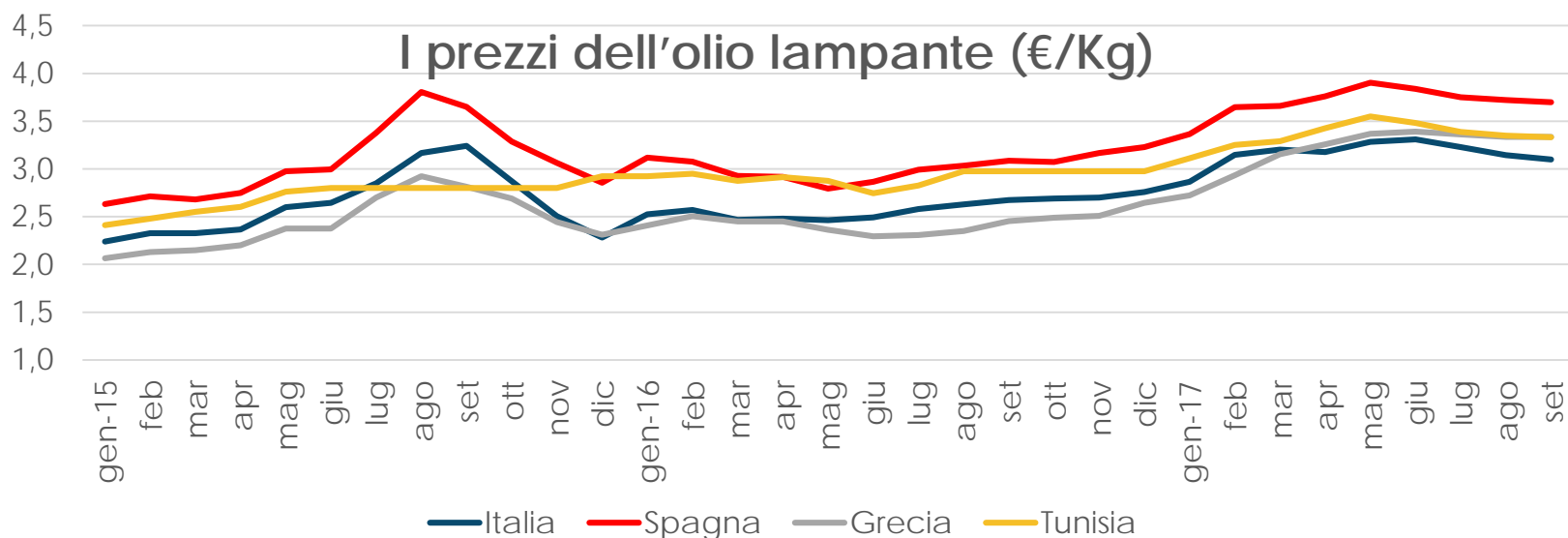
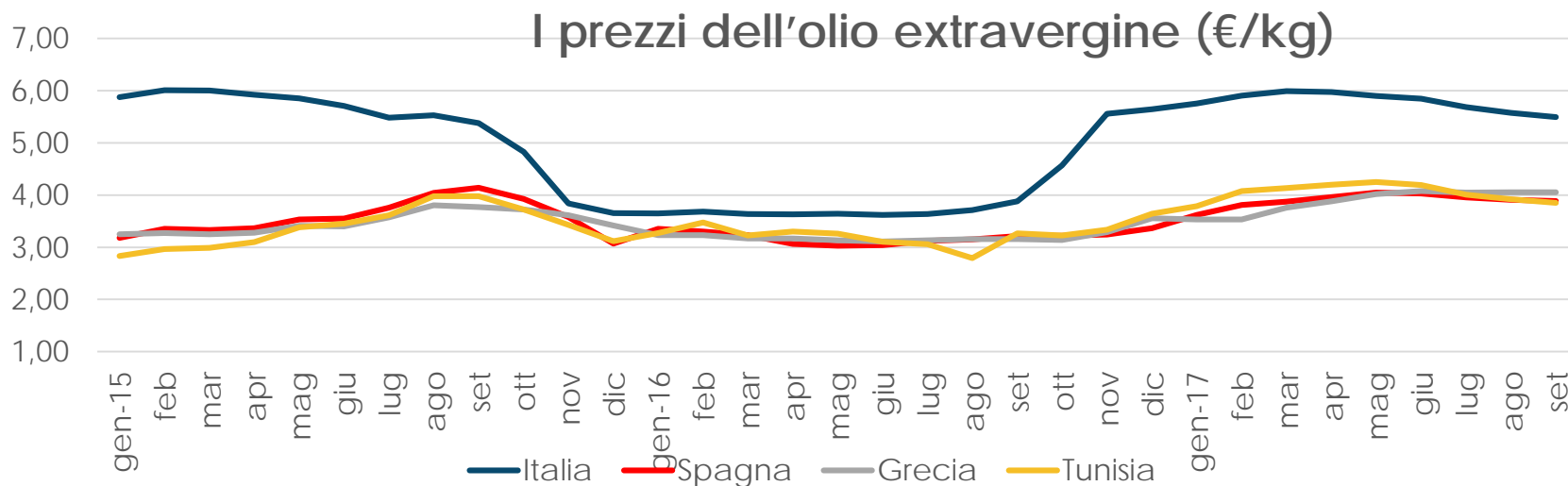


4

Prezzi, costi e margini



I PREZZI INTERNAZIONALI



I COSTI DI PRODUZIONE



La ripartizione dei costi delle aziende agricole

Voci di costo delle aziende agricole	% sul costo totale
Carburanti	5,9%
Manodopera indipendente	30,3%
Manodopera dipendente	25,1%
Concimazioni	5,9%
Trattamenti fitosanitari	1,8%
Diserbo chimico	0,4%
Altri Costi diretti (irrigazione)	4,0%
Conto Terzi (raccolta)	0,9%
Totale costi variabili	71,6%
Ammortamenti:	19,4%
Spese di manutenzione:	3,5%
Oneri assicurativi:	1,6%
Spese per assistenza fiscale:	1,8%
Certificazioni:	0,3
Quote associative:	0,5%
Altri Costi indiretti (smaltimento rifiuti; consulenze tecniche)	1,3%
Totale costi fissi	28,4%
Totale costi	100,00

La manodopera è la voce di costo che incide di più sul costo totale della aziende agricole che varia molto a seconda delle zone di produzione.

La ripartizione dei costi dei frantoi

Voci di costo frantoi	% sul costo totale
Consumi intermedi di cui:	10,8%
Consumo idrico	0,4%
Consumo energetico	2,8%
Smaltimento sottoprodotti	0,6%
Materiali di consumo	7,0%
Totale manodopera	9,2%
Manodopera salariata	6,9%
Manodopera familiare	2,3%
Ammortamenti	9,0%
Affitti	0,2%
Altri costi aziendali	5,5%
Totale costi di processo	34,7%
Acquisto materie prime	65,3%
Totale costo	100%

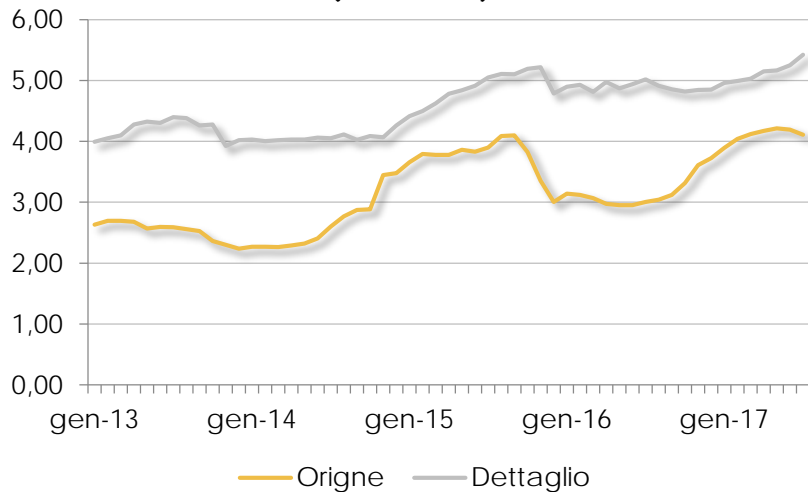
Per i frantoi è l'acquisizione della materia prima la voce di costo con l'incidenza maggiore.

I costi di produzione dell'olio extravergine variano dai 3 agli 8 euro/kg a seconda delle aree.

I MARGINI DELL'EXTRAVERGINE LUNGO LA FILIERA



Prezzi origine e dettaglio a confronto
(euro/litro)

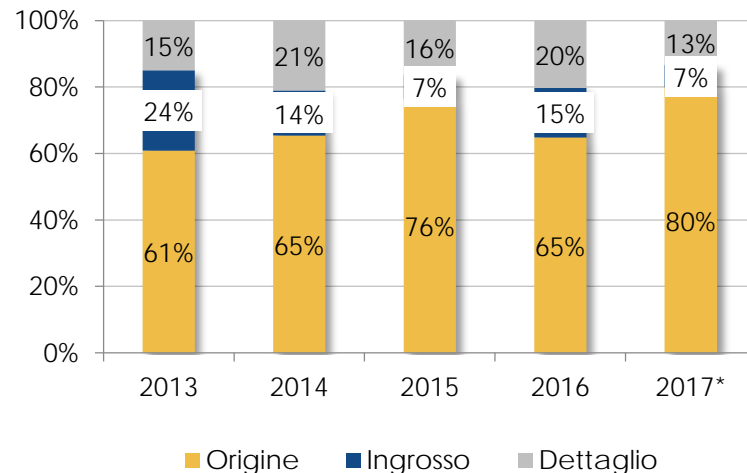


I prezzi al dettaglio hanno dinamiche che risentono più delle strategie delle catene distributive che non dei movimenti alla produzione. Del resto, le forti oscillazioni all'origine sono assorbite parte dall'industria e parte dal distributore in modo da attenuare la variabilità del prezzo finale.

Data la dipendenza del settore dall'estero, il prezzo al dettaglio risente del livello dei prezzi del prodotto di importazione.

A fronte di un prezzo al dettaglio abbastanza stabile nel tempo, un aumento delle quotazioni nella prima fase di scambio non sempre si riflette in modo proporzionale lungo la filiera. E' quanto accaduto ad esempio nel 2015.

Rispartizione del prezzo lungo la filiera



Fonte: ISMEA/Nielsen. Il prezzo alla produzione è ottenuto come ponderazione del prezzo dell'olio italiano, spagnolo, greco e tunisino;



ALCUNI CASI STUDIO SUGLI OLI DOP: MARGINI DI FILIERA



I prezzi lungo filiera di alcune Dop/Igp

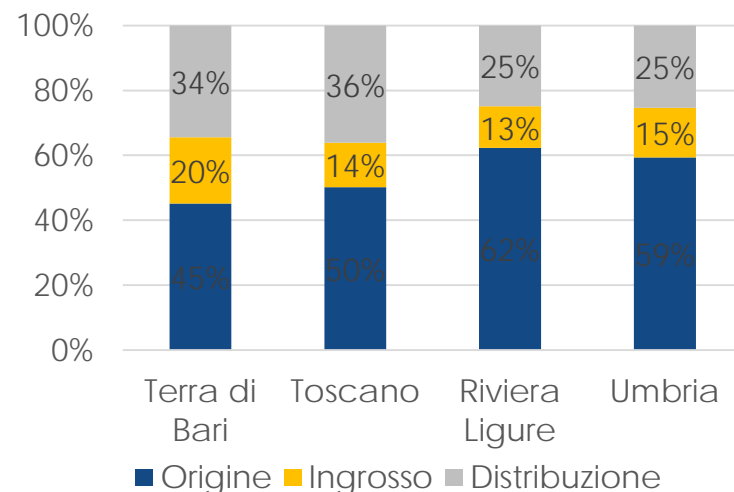
	Origine*				Ingrosso**				Dettaglio			
	2014	2015	2016	2017*	2014	2015	2016	2017*	2014	2015	2016	2017*
Terre di Bari	3,85	5,34	4,09	5,87	5,60	7,09	7,62	7,62	7,93	9,32	9,84	10,23
Toscana Igp	7,10	7,47	7,57	9,08	9,03	9,57	11,18	11,18	13,83	16,84	15,31	15,45
Riviera Ligure	9,67	11,92	11,28	11,75	11,67	13,92	13,75	13,75	20,18	19,81	18,39	19,67
Umbria Dop	7,77	8,75	8,78	9,30	9,77	10,75	11,30	11,30	12,28	15,60	15,67	16,40

*Prodotto sfuso franco magazzino produttore; **Prodotto confezionato franco magazzino imbottigliatore.

Non sempre il prodotto Dop riesce a spuntare un *premium price* e questo spiega anche lo scarso interesse spesso mostrato dai territori ad aderire al «progetto» di certificazione.

Quella delle Dop è una filiera mediamente più integrata rispetto a quella dell'olio extra di «massa». In molti casi, quindi, origine e ingrosso coincidono e permettono all'azienda produttrice di ottenere margini più ampi.

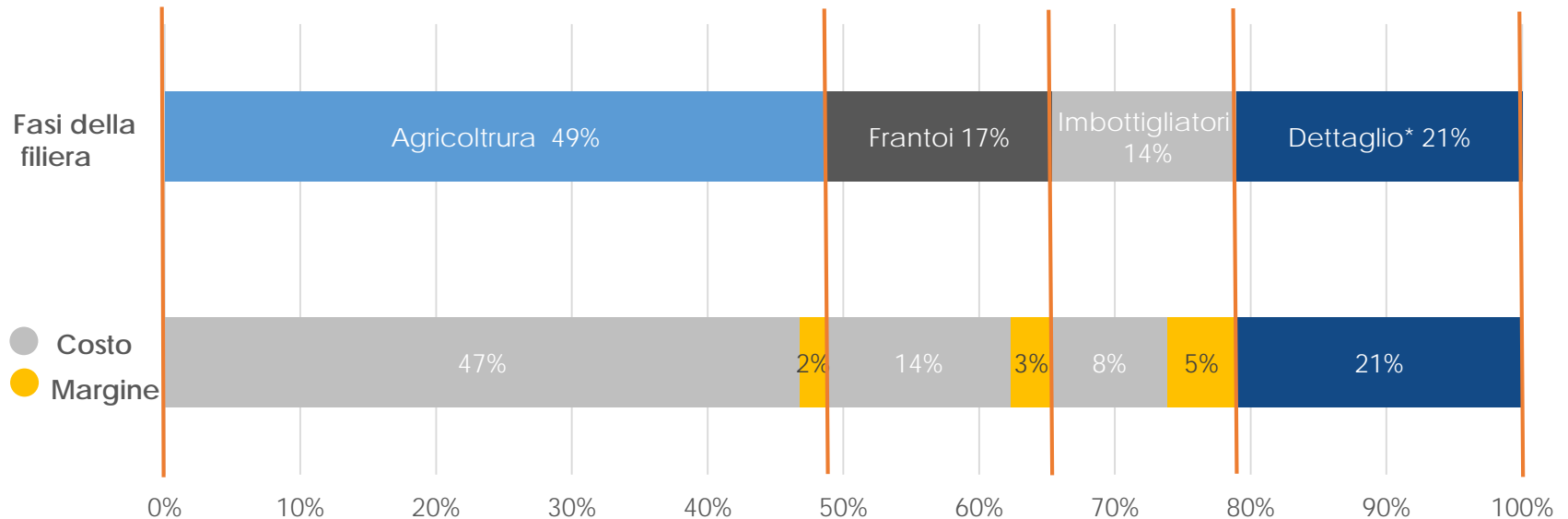
La distribuzione del valore lungo la filiera di alcune Dop/Igp



COSTI E MARGINI LUNGO LA FILIERA



Ripartizione del valore



Fonte: ISMEA-Indagine condotte nell'ambito del Piano olivicolo Nazionale. * Per la fase distributiva (Dettaglio) non si hanno dati sui costi

Il problema di fondo dell'olivicoltura nazionale è la scarsa redditività, specie nella fase agricola. Infatti, per ogni 100 euro spesi dal consumatore nella vendita al dettaglio, 49 euro sono destinati alla fase agricola che però ne utilizza 47 per coprire i costi.

Tuttavia, l'analisi della catena del valore rivela che anche le altre due fasi prima della distribuzione, frantoi e imbottigliamento (che in molti casi coincidono nella stessa azienda) risultano avere margini limitati. Il problema, quindi, più che la ripartizione del valore lungo la filiera è aumentare il valore da ripartire nella filiera. Su questo fronte le politiche alla distribuzione di perenne promozione dell'olio rappresentano un limite determinante.



5

Analisi swot



LE DINAMICHE INTERNAZIONALI



Nord America

Ampi margini di miglioramento dei consumi soprattutto negli Usa. Qui cresce anche la produzione e l'olio californiano è sempre più apprezzato nel mercato interno.

Un fenomeno degli ultimi anni è la crescita di importazioni di olio sfuso

Sud America

È un'area in forte espansione sia dal punto di vista del consumo che della produzione.

- **Argentina:** è passata in pochi anni da 13 mila a 20 mila tonnellate prodotte. Sta incrementando le proprie esportazioni negli Usa.
- **Cile:** settore in crescita ed i numerosi premi internazionali vinti ne testimoniano la qualità.

Africa

L'area magrebina si sta sempre più affermando come bacino produttivo. La Tunisia è il secondo paese al mondo per superficie ad olivo e si sta affermando per il contenimento dei costi ed un buon rapporto qualità/prezzo. La Tunisia è il principale fornitore Ue.

Asia

L'Asia è considerata un mercato emergente e i produttori europei hanno molte aspettative rispetto all'evoluzione della domanda asiatica. Oltre al Giappone risultano molto promettenti anche la Cina e l'India, Paesi con grandi tradizioni culinarie sebbene distanti da quella me

Oceania

-**Australia:** sta crescendo la produzione, passata in cinque anni da 5 a 13 mila tonnellate.

LO SCENARIO DI BREVE PERIODO



	DINAMICHE CONGIUNTURALI	DINAMICHE STRUTTURALI
OFFERTA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilità internazionali 2017/18 ancora sotto i 3 milioni di tonnellate dopo che nella campagna precedente i livelli produttivi si erano fermati a 2,5 milioni di tonnellate. Probabile calo della Spagna, e recupero di Italia e Tunisia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contrazione delle produzioni interne a fronte di una crescita produttiva nei Paesi del bacino del Mediterraneo e anche in altre aree con condizioni pedoclimatiche favorevoli (Sud America, Australia, ecc.). ✓ Si cerca un nuovo impulso per tornare a rendere produttive superfici che hanno risentito dell'abbandono e, soprattutto, per investire in nuovi e moderni impianti.
DOMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La domanda interna resta molto condizionata dalla produzione soprattutto per la parte autoconsumo e acquisti diretti al produttore 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Domanda interna in progressiva flessione a fronte di un aumento, seppur a tassi di crescita contenuti, della domanda internazionale dettata anche dalla maggior conoscenza dei prodotti in aree non tradizionalmente consumatrici.
MERCATO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ I prezzi si mantengono su livelli elevati 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento dei costi di produzione e rischio di abbandono da parte di molti olivicoltori soprattutto marginali. ✓ Tutto il settore tende ad una razionalizzazione dei costi.
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lieve aumento anche dei costi di produzione soprattutto nelle zone irrigue per il forte ricorso all'irrigazione di soccorso 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pressione competitiva della Spagna sempre più forte alla quale si aggiunge quella degli altri competitor. ✓ L'Italia aumenta la competitività sulla qualità, produrre di più e minimizzare i costi
SCAMBI CON L'ESTERO	<p>L'Italia resta dipendente dalle importazioni e nel 2017 si assiste ad un incremento degli acquisti fuori dai confini nazionali a fronte di una frenata delle esportazioni</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Progressiva crescita degli scambi internazionali anche a seguito del maggior consumo mondiale

PUNTI FORZA E DI DEBOLEZZA DELLA FASE AGRICOLA



PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Presenza di importanti aree vocate alla coltivazione dell'olivo sia per quantità sia per qualità del prodotto	Frammentarietà della struttura produttiva (ridotte dimensioni aziendali) e diffusione dell'olivicoltura in zone difficili: scarsa mobilità fondiaria. Valore unitario dei terreni molto elevato
Potenzialità elevata di differenziare le produzioni, per varietà (oltre 300), modalità produttive, origine ecc.	Presenza prevalente di impianti tradizionali e limitata diffusione di meccanizzazione e irrigazione
Valore ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed antropologico degli oliveti	Ritardo nel recepimento delle innovazioni tecnologiche e mancati investimenti
Estensione territoriale della coltura e importante contributo in termini occupazionali	Oscillazioni delle produzioni in termini qualitativi e quantitativi e presenza di vaste aree con produzione di lampante
Attenzione crescente alle produzioni di qualità (Dop/Igp, bio, nuove classi merceologiche come ad esempio Alta qualità ecc.)	Ricambio generazionale quasi assente
Know how elevato	Presenza diffusa di un'olivicoltura non "imprenditoriale" e poco ricorso ai PSR
Filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Costi di produzione elevati e flessione della redditività
	Ruolo poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto
	Ritardo nell'applicazione dei risultati della ricerca scientifica



PUNTI FORZA E DI DEBOLEZZA DEI FRANTOI



PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Capillare localizzazione dei frantoi nelle aree vocate, con maggiore garanzia di lavorazioni tempestive e di qualità	Numero elevato di frantoi economicamente poco efficienti e con impianti di trasformazione non ottimali e che di fatto costituiscono "non imprese".
Elevata professionalità dei frantoiani italiani	Capacità limitata di investimento e di innovazione tecnologica di molte aziende e non garanzia di qualità.
Presenza di distretti produttivi con un'elevata concentrazione di prodotto	Dimensioni che non permettono "massa critica": eccessiva frammentazione.
Capacità di una notevole differenziazione del prodotto sia per tipologia (Dop/Igp, bio, Alta qualità ecc.) sia in base al gusto.	Costi elevati di produzione soprattutto per i piccoli frantoi
Attenzione alla modernizzazione degli impianti	Ritardi negli investimenti.
Elevato numero di filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte.	Accesso difficoltoso ai finanziamenti soprattutto per gli impianti non collegati ad aziende agricole o non frantoi cooperativi
	Ruolo poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto
	Costo elevato del lavoro e della burocrazia
	Scarso impiego degli impianti rispetto ai potenziali
	Scarsa capacità di aggregazione
	Potere contrattuale limitato



PUNTI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL'INDUSTRIA



PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Know-how elevato e riconosciuto	Basso livello di integrazione dell'industria olearia con le fasi a monte della filiera nazionale e scarsa capacità di attuare politiche di aggregazione per raggiungere "massa critica"
Concentrazione degli operatori di grandi dimensioni	Dipendenza dall'import
Capacità elevata di segmentare il prodotto (Dop/Igp, bio, nuove classi merceologiche come ad esempio Alta qualità ecc.)	Eccessivo "nanismo" di larga parte delle imprese del settore e conseguente struttura finanziaria e commerciale poco adeguata ad affrontare la competizione sempre più allargata
Propensione all'export e capacità di acquisire quote nei mercati esteri anche grazie all'immagine del "made in Italy"	Scarsa percezione del surplus qualitativo delle produzioni DOP e IGP da parte del consumatore
Quote di mercato elevate nei paesi tradizionalmente consumatori	Mancanza di insegne italiane nella distribuzione estera.
Partecipazione attiva nella Ricerca e Sviluppo insieme ad organismi pubblici italiani ed internazionali	Dipendenza eccessiva dalle regole dettate dalla GDO.
	Poca attitudine degli operatori italiani a fare sistema
	Costi elevati del lavoro e della burocrazia
	Range di prezzo troppo ampio, e poco comprensibile, nella fase al consumo





OPPORTUNITA'

- Maggiore stabilizzazione del reddito degli agricoltori con il disaccoppiamento
- Tecniche colturali che permettono la stabilizzazione delle produzioni, riducendo il fenomeno dell'alternanza
- Nuova programmazione dei PSR
- Rinnovata coscienza della tutela e pianificazione del territorio
- Possibilità di ristrutturazione degli oliveti soprattutto per il loro valore ambientale e possibilità di investire in nuovi impianti meccanizzabili, anche parzialmente
- Filiera corta anche tramite accordi tra operatori
- Sensibilità crescente del consumatore verso le produzioni di qualità
- Buona immagine delle origini nazionali e regionali presso il consumatore nazionale e non

MINACCE

- Abbandono dell'olivicoltura soprattutto di quella non "professionale" o marginale da un punto di vista territoriale e erosione del territorio olivicolo
- Perdita di fondi per le difficoltà di accesso ai fondi Psr e al credito più in generale
- Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
- Ulteriore perdita di reddito
- Livellamento ai prezzi internazionali



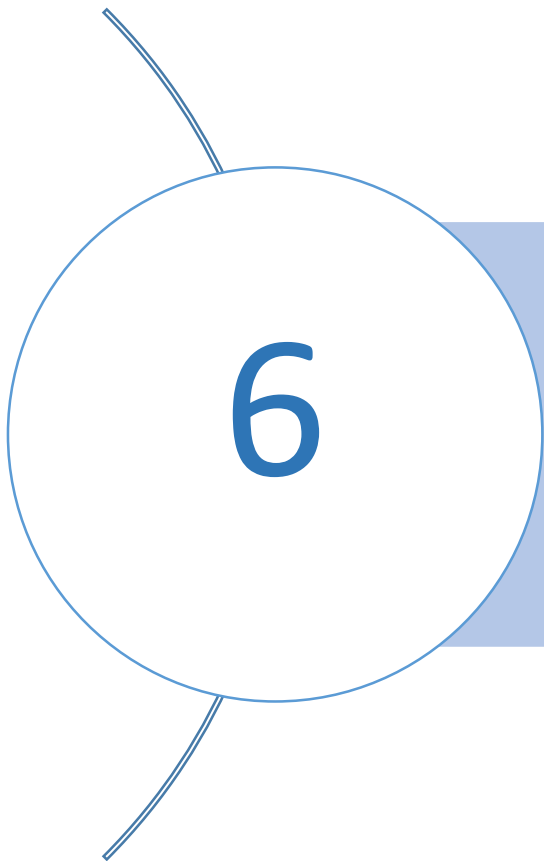
OPPORTUNITA'

- Filiera corta anche tramite accordi
- Sensibilità crescente del consumatore verso le produzioni di qualità
- Buona immagine delle origini nazionali e regionali presso il consumatore nazionale e non
- Produzione di volumi maggiori di prodotto italiano di qualità con la possibilità di un'ulteriore segmentazione del mercato
- Lento ma progressivo aumento dei consumi internazionali e maggiori opportunità di segmentazione del prodotto
- Promozione spinta dell'olio di oliva, extravergine in particolare, come parte caratterizzante della dieta mediterranea e del "made in Italy" agroalimentare
- Programmi comunitari con risorse a sostegno della promozione del consumo di olio
- Elevata considerazione salutistica del prodotto
- Margini di crescita nella ristorazione

MINACCE

- Crescita di investimenti per la produzione di oli di qualità presso i paesi concorrenti
- Competizione internazionale crescente sui costi di produzione
- Politiche aggressive di paesi concorrenti nell'acquisizione del controllo di aziende a marchio italiano
- Crisi economico-finanziaria vigente: induce una contrazione dei consumi soprattutto voluttuari
- I marchi italiani di proprietà spagnola potrebbero servire solo come biglietto da visita nei nuovi mercati internazionali senza, peraltro, commercializzare un prodotto italiano
- Potere decisionale in mano a pochi distributori finali





Strategie a medio termine





Ambiti di intervento

- **Incrementare la produzione nazionale** di olio extravergine di oliva, senza accrescere la pressione sulle risorse naturali, in modo particolare sulla risorsa idrica, attraverso la razionalizzazione della coltivazione degli oliveti tradizionali, il rinnovamento degli impianti e l'introduzione di nuovi sistemi colturali in grado di conciliare la sostenibilità ambientale con quella economica, anche con riferimento all'olivicoltura a valenza paesaggistica, di difesa del territorio e storica;
- **Sostenere e promuovere attività di ricerca** per accrescere e migliorare l'efficienza dell'olivicoltura italiana;
- **Sostenere iniziative di valorizzazione del made in Italy** relativamente alle classi merceologiche di qualità superiore certificate dell'olio extravergine di oliva italiano, anche attraverso l'attivazione i interventi per la promozione del prodotto sul mercato interno e su quelli internazionali;
- **Stimolare il recupero varietale delle cultivar nazionali di olive da mensa** in nuovi impianti olivicoli integralmente meccanizzabili;
- **Incentivare e sostenere l'aggregazione e l'organizzazione** economica degli operatori della filiera olivicola.

Fonte: Decreto Interministeriale 3048 del 22/7/2016



LE PROSPETTIVE FUTURE



Maggiore competitività internazionale

Nel medio periodo si stima una costante crescita delle produzioni

L'Italia punta su aumenti delle quantità e della qualità

Altri Paesi si affacciano nel panorama produttivo: Argentina, Cile, Australia con varietà spagnole e meno vincoli tecnologici

Ricerca costante di standard qualitativi elevati mantenendo un buon rapporto qualità prezzo

Aumento scambi internazionali e apertura nuovi mercati





Tiziana Sarnari
t.sarnari@isma.it

068556855

