

LA COMPETITIVITÀ DELLA FILIERA OLIVICOLA

Analisi della redditività e fattori determinanti





**Documento realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale
Nazionale 2014-20
Piano di azione biennale 2019-20
Scheda progetto Ismea 10.2 Competitività e filiere**

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Responsabile scientifico: Fabio Del Bravo

Coordinamento operativo: Antonella Finizia

Autori: Mario Cola, Tiziana Sarnari

Data: dicembre 2020

Impaginazione e grafica:

Roberta Ruberto e Mario Cariello



Indice

Introduzione	3
1. La situazione competitiva dell'Italia nel settore dell'olio di oliva.....	5
1.1 Le macro-variabili del settore olivicolo italiano.....	5
1.2 La posizione competitiva dell'Italia nel mercato mondiale	6
1.3 La necessità di una strategia di lungo termine e l'intervento delle politiche comunitarie e nazionali per accrescere la competitività	9
1.4 Una sintesi del 2020 del settore olio e l'effetto Covid.....	9
2. Le caratteristiche della filiera	10
3. La fase agricola	13
4. La fase di prima e seconda trasformazione	17
4.1 Il fatturato dell'industria olearia.....	17
4.2 Il sistema italiano dei frantoi	18
4.3 Sansifici e raffinerie.....	20
5. La produzione di olio d'oliva in Italia	20
5.1 La produzione nel medio periodo.....	20
5.2 Gli oli certificati: IG e Bio.....	22
5.3 L'andamento di mercato dell'olio d'oliva	24
6. Scambi con l'estero.....	26
6.1 Gli scambi mondiali.....	26
6.2 La bilancia commerciale italiana	28
7. La domanda nazionale	33
7.1 L'olio nei consumi degli italiani	33
7.2 Le vendite per aree e canali	36
7.3 Le vendite di oli certificati.....	37
8. I costi di produzione dell'olio extravergine d'oliva in Italia.....	40
8.1 L'impianto dell'indagine.....	40
8.2 Struttura della rilevazione dei dati.....	40
8.3 Caratteristiche del campione	41
8.4 Il conto culturale della campagna 2019/20	44
8.5 Modelli olivicoli economicamente sostenibili.....	58
Conclusioni	62
Appendice: la scheda rilevazione costi olio	65
Bibliografia	71
Risorse web e banche dati.....	72



Introduzione

Il settore dell'olio di oliva italiano sta attraversando, ormai da qualche tempo, difficoltà strutturali e commerciali nonostante la qualità delle sue produzioni. In tema di mercato l'Italia subisce la concorrenza della Spagna soprattutto per i prodotti di massa, mentre riesce a sganciarsi dalle dinamiche del mercato spagnolo sull'olio extravergine di maggiore qualità.

È indubbio che il settore necessiti di una nuova spinta che sposti il baricentro ancora di più verso la qualità delle produzioni, per migliorare la competitività, salvaguardando allo stesso tempo il ruolo dell'olivicoltura che rende unici alcuni territori italiani.

Alla vigilia di un'importante riforma delle politiche comunitarie per l'agricoltura e più in generale per il ruolo del settore primario in un contesto di sostenibilità economica, ambientale e sociale, è opportuno esaminare una serie di nodi irrisolti che caratterizzano l'olivicoltura nazionale. Questo in un quadro che vede l'Italia protagonista a tutto tondo nell'economia mondiale del settore, con un ruolo che non solo va consolidato ma, se possibile, accresciuto.

Nella graduatoria internazionale, infatti, l'Italia è il secondo paese produttore di olio di oliva, il secondo paese esportatore mentre è il primo importatore e il primo consumatore. Tale ruolo impone una profonda riflessione che può permettere di valorizzare al massimo i suoi punti di forza e lavorare, laddove possibile, per superare le sue debolezze.

Le caratteristiche del settore olivicolo oleario italiano e i possibili ambiti di intervento emergono in tutta la loro evidenza anche esaminando in sintesi le principali variabili macroeconomiche.

La produzione innanzi tutto. Volumi tendenzialmente in calo e un'eccessiva variabilità, mostrata soprattutto negli ultimi anni, rappresentano una notevole debolezza per il sistema perché l'industria di imbottigliamento, particolarmente importante in Italia, non può contare mai su disponibilità programmate o programmabili.

Il consumo nazionale resta, inoltre, costantemente superiore alla produzione, a dimostrazione che l'Italia non è autosufficiente e dipende dalle importazioni, che, oltre a coprire una fetta di mercato interno, servono anche ad alimentare l'export delle industrie italiane, da sempre apprezzate per il know-how nella composizione di blend di oli provenienti dai diversi paesi produttori.

Prima di individuare, quindi, una strategia che traghetti il settore fuori dalle problematiche strutturali e che permetta una rinnovata competitività, è necessario riepilogare quali sono appunto le caratteristiche strutturali del settore. In questo documento sono stati analizzati i processi evolutivi che stanno segnando il comparto e si evidenziano le tendenze recenti che stanno caratterizzando il panorama produttivo e quello degli scambi, approfondendo il tema della competitività in termini di efficiente gestione aziendale e contenimento dei costi di produzione. Lo studio di filiera, come quelli della stessa serie¹ realizzati nel corso di tre bienni di programmazione della scheda della Rete Rurale sul progetto "Competitività e Filiera Agroalimentari", si prefigge un duplice obiettivo:

- incrementare il grado di conoscenza degli operatori, finalizzato a una maggiore consapevolezza nelle scelte aziendali da adottare per competere sul mercato, in coerenza con uno degli obiettivi della RRN, ossia di favorire la cultura d'impresa;

¹ Gli altri studi realizzati in ordine cronologico di pubblicazione riguardano le filiere del bovino da carne, ovina, del frumento, degli agrumi e del suino.



- supportare le AdG nell'attività di programmazione e gestione delle risorse per le politiche settoriali.

Una delle carenze informative sul settore è quella relativa alla struttura dei costi, peraltro di difficile definizione proprio per la grande diversità delle aziende olivicole e dei numerosi modelli produttivi che caratterizzano il panorama nazionale. Con l'obiettivo di colmare tale carenza nell'ambito della Rete Rurale Nazionale è stata realizzata un'indagine specifica sui costi di produzione, con il coinvolgimento delle principali associazioni del settore Cia, Confagricoltura, Coldiretti, Unaprol, Italia Olivicola, e Unapol e FOOI.

Le 50 aziende del campione sono state individuate nelle regioni italiane più rappresentative per la produzione di olio d'oliva (Puglia, Sicilia, Calabria e Toscana) e tenendo conto della loro capacità di confrontarsi con il mercato, fissando una soglia minima dimensionale (2 ettari) ed escludendo, quindi, le realtà hobbistiche e quelle prevalentemente orientate all'autoconsumo, ancora numericamente molto rilevanti nel settore olivicolo italiano.

I risultati dell'indagine confermano la grande variabilità dell'olivicoltura nazionale anche sotto il profilo della redditività. A seconda dell'area geografica e dell'annata di "carica" o "scarica", infatti, i redditi operativi delle aziende olivicole possono essere soddisfacenti anche al netto dei contributi pubblici, come è stato osservato in diverse imprese ben strutturate ubicate in areali non svantaggiati del Meridione, o nettamente negativi, con i ricavi derivanti dalle vendite di olive e olio che non arrivano a coprire il totale dei costi fissi e variabili; è il caso delle aziende toscane del campione (nel Centro Nord il 2019 è stato un anno di "scarica") e di alcune realtà produttive situate in zone marginali della Calabria e della Sicilia.

In futuro si dovranno, quindi, orientare le scelte politiche supportando le aree olivicole più vocate per poter competere sul mercato globale e, parallelamente, evitare l'abbandono degli oliveti nelle aree più marginali, fenomeno peraltro in preoccupante espansione, dove l'olivo rappresenta una preziosa risorsa paesaggistica fondamentale per prevenire il dissesto idrogeologico.



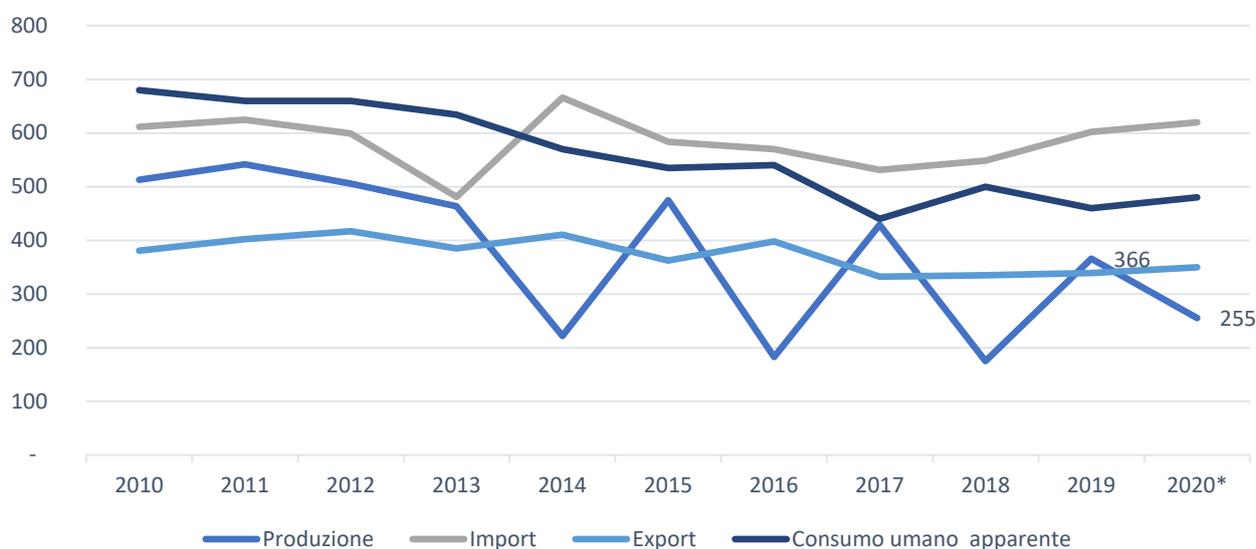
1. La situazione competitiva dell'Italia nel settore dell'olio di oliva

1.1 Le macro-variabili del settore olivicolo italiano

Alla vigilia di una importante riforma della PAC attraverso con la quale l'Italia conta di poter ottenere un pacchetto di misure specifiche per l'olivicoltura con un plafond finanziario adeguato alle necessità del settore, sembra opportuno interrogarsi su una serie di nodi irrisolti che caratterizzano l'olivicoltura nazionale. Questo in un contesto che vede l'Italia protagonista a tutto tondo nell'economia mondiale del settore, con un ruolo che non solo va consolidato ma, se possibile, accresciuto. L'Italia, infatti, si posiziona al secondo posto come paese produttore ed esportatore mentre è il primo sul fronte delle importazioni e del consumo.

Le caratteristiche del settore olivicolo oleario italiano e i possibili ambiti di intervento emergono in tutta la loro evidenza anche solo da una rapida sintesi delle principali variabili macroeconomiche: produzione, import export e consumi².

Fig 1. Dinamica delle principali variabili del settore oleario italiano (migliaia di tonnellate)



* Stima preliminare.

Fonte: Ismea su dati bilanci di approvvigionamento

- **La produzione** è caratterizzata negli ultimi anni da una variabilità che va oltre la tradizionale alternanza e che, anche a causa del cambiamento climatico, rischia di diventare una caratteristica quasi strutturale del sistema e questo rappresenta un problema per il mercato e per la stabilità economica dei produttori che dovranno sempre innalzare il grado di attenzione e professionalità e imprenditorialità nella gestione dell'oliveto.
- **Il consumo nazionale** resta, inoltre, costantemente superiore alla produzione, a dimostrazione che l'Italia non è autosufficiente e dipende dalle importazioni. In tema di consumo bisogna sottolineare

²Per le principali variabili del settore i dati considerano i 10 anni dal 2010 al 2019, ormai consolidati, e il 2020 che il più delle volte è una stima.



che oltre il 40% degli acquisti delle famiglie italiane avviene tramite la Grande distribuzione, canale con il quale la filiera ha rapporto da sempre difficile.

- **Le importazioni**, oltre a coprire una fetta di mercato interno servono anche ad alimentare l'export delle industrie italiane. Il prodotto viene importato essenzialmente sfuso per poi creare blend, imbottigliare e rifornire la distribuzione sia italiana, che estera.
- **Le esportazioni** rappresentano una voce fondamentale del bilancio oleicolo dell'Italia che è da sempre apprezzata per il know-how in termini di composizione di blend di prodotto proveniente dai diversi paesi produttori.

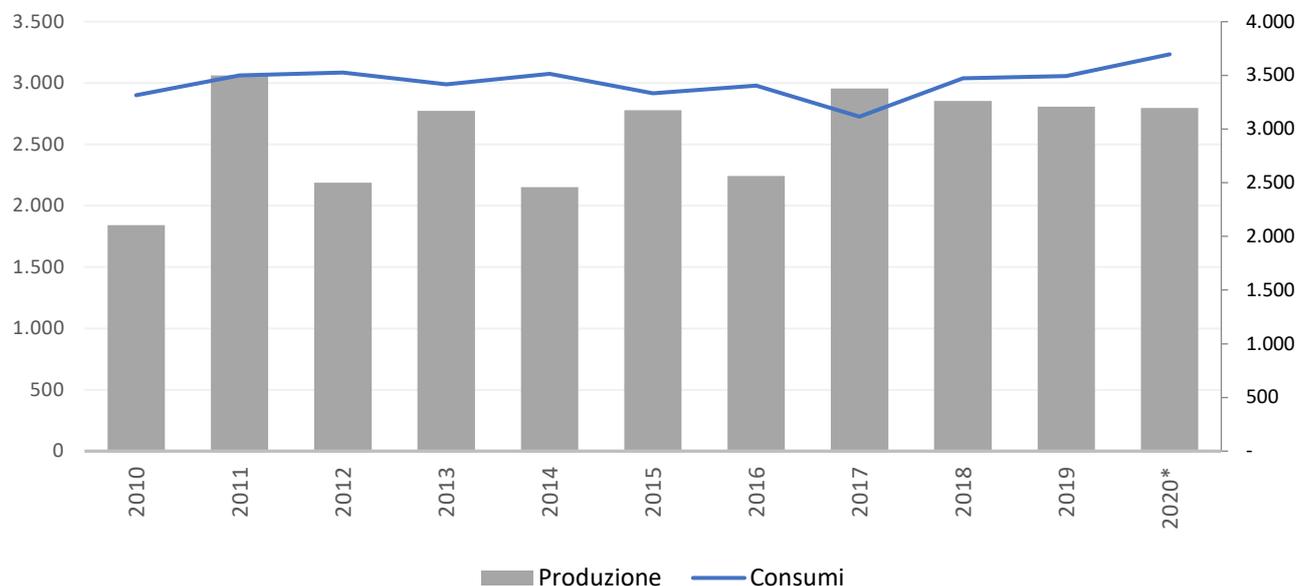
Queste variabili verranno analizzate più nel dettaglio nel proseguo del lavoro perché le loro caratteristiche strutturali sono anche alla base di alcune criticità del settore e determinano la struttura dei costi, oggetto di analisi e approfondimento.

1.2 La posizione competitiva dell'Italia nel mercato mondiale

1.2.1 Produzione, consumi e scambi

Con un settore così orientato all'export, soprattutto grazie all'industria di imbottigliamento, è importante tenere in considerazione anche il consumo alimentare mondiale di olio di oliva e i cambiamenti che stanno attraversando tale consumo, con modalità differenti a seconda che si tratti di mercati maturi o mercati emergenti. Ci sono, infatti, dei nuovi parametri di scelta che guidano gli acquisti delle famiglie e tra questi la maggior attenzione agli aspetti salutistici potrebbe essere un'importante leva sulla cui base promuovere il consumo di olio di oliva.

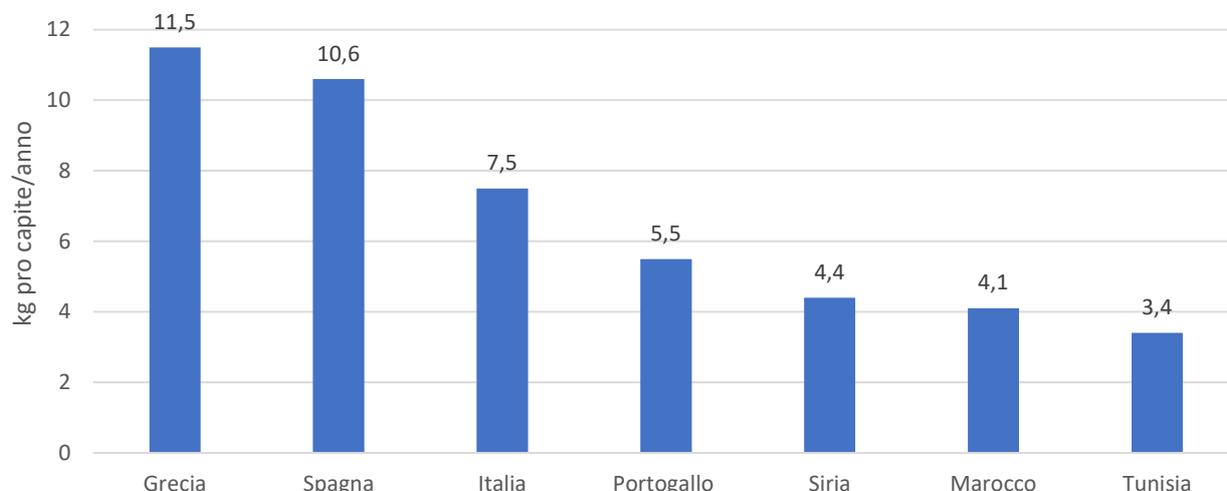
Fig 2. Dinamica di produzione e consumo mondiale (migliaia di tonnellate)



Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati COI; *stima



Fig 3. Consumo pro capite di olio d'oliva dei principali paesi (2019)



Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati COI

Il consumo mondiale è in lenta ma costante crescita, grazie al diffondersi della dieta mediterranea di cui l'olio di oliva è uno degli alimenti principe. L'incremento medio annuo, pari all'1%, è molto contenuto ma costante, e questo è un segnale molto positivo visto che i margini di miglioramento possono essere molto ampi. La diffusione, seppur lenta, della cultura dell'olio di oliva anche fuori dai confini dei paesi tradizionalmente consumatori, si deve a tanti fattori, tra cui la sempre maggiore "contaminazione" delle tradizioni culinarie a livello internazionale, nonché le campagne promozionali condotte su mercati sì lontani, ma altamente appetibili. 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.

Per quanto riguarda il consumo pro capite il primato spetta, invece, alla Grecia, in cui in media ogni persona consuma annualmente 11,5 chilogrammi d'olio d'oliva, seguita dalla Spagna (10,6 kg), dall'Italia (7,5 kg) e, a notevole distanza, dal Portogallo (5,5 kg) e dalla Siria (4,4 kg).

Il settore mostra quindi ampi margini di sviluppo con scambi internazionali che nel 2019 hanno superato i 2,4 milioni di tonnellate per un valore di oltre 7 miliardi, e con l'Italia che mantiene saldamente il secondo posto nel ranking mondiale degli esportatori sia in volume che in valore, dietro la Spagna ma con valori medi all'export più elevati proprio perché l'Italia esporta olio confezionato e importa sfuso. Resta saldo, peraltro, anche il primato nelle importazioni.

Questa struttura dell'import-export fa sì che la bilancia commerciale italiana sia quasi sempre in passivo, salvo qualche eccezione tra cui proprio il 2020, se le stime saranno confermate.

Tab 1. La bilancia commerciale italiana del settore dell'olio di oliva e sansa

	Migliaia di tonnellate			Milioni di euro		
	Import	Export	Saldo	Import	Export	Saldo
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



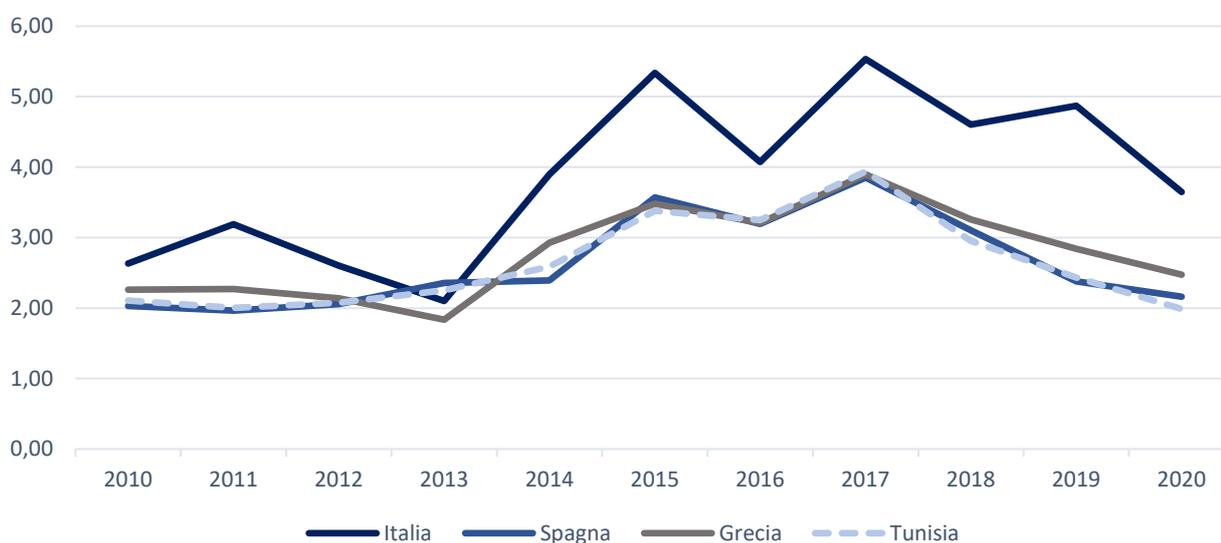
2015	583	362	-221	1.859	1.530	-329
2016	570	398	-172	1.791	1.618	-173
2017	531	332	-199	1.959	1.573	-386
2018	550	335	-215	1.641	1.495	-146
2019	602	339	-263	1.434	1.372	-62
2020*	631	411	-220	1.277	1.426	149
Var. % 20*/19	4,8%	21,4%	22,4%	-11,0%	3,9%	-57,5%

Fonte: Ismea su dati Istat; *stima

1.2.2 I prezzi internazionali

L'Italia subisce in qualche modo la forza produttiva e commerciale della Spagna a cui, di fatto, si aggancia il prezzo internazionale sia dell'olio extravergine, ma soprattutto del lampante. Quest'ultimo, infatti, rappresenta il vero e proprio indicatore di riferimento del mercato mondiale. In un'ottica italiana, invece, si evidenzia sicuramente una correlazione molto stretta con il prodotto iberico, sebbene i listini dell'extravergine italiano siano sempre più elevati rispetto a quelli degli altri paesi competitor, con un gap che aumenta soprattutto nelle fasi espansive del mercato. La curva dei prezzi di Grecia e soprattutto della Tunisia sono, invece, molto vicine a quella iberica. Per l'Italia si osserva la decisa variabilità del prezzo medio dell'extravergine in funzione dei volumi prodotti, mentre i prezzi di Grecia e Tunisia restano più simili agli andamenti spagnoli. Nel medio - lungo periodo i prezzi hanno comunque un trend crescente, si pensi che il prezzo dell'extravergine italiano calcolato in media 2019-2020 è superiore del 46% rispetto a quello della media di dieci anni prima (2010-2011), rispetto al +14% della Spagna, al +17% della Grecia e all'8% della Tunisia. C'è da notare, inoltre, che dopo l'aumento piuttosto consistente dei prezzi nel 2015, dovuto a una scarsissima produzione 2014, i listini, pur nei loro alti e bassi, non sono più tornati, mediamente almeno, al livello pre "shock", pertanto è come se il 2014, in qualche modo, avesse segnato una sorta di anno zero.

Fig 4. Dinamica del prezzo internazionale alla produzione dell'olio extravergine (euro/chilo)



Fonte: Ismea; prezzi alla produzione; prodotto sfuso, in cisterne, franco frantoio

Mantenere un livello di prezzo adeguato e soprattutto remunerativo, tenendo conto anche dei costi, è uno degli obiettivi principali della filiera, perché una giusta remuneratività permette al settore non solo di sopravvivere, ma, soprattutto di svilupparsi.



1.3 La necessità di una strategia di lungo termine e l'intervento delle politiche comunitarie e nazionali per accrescere la competitività

Il settore olivicolo oleario, dopo la riforma dell'OCM del 2004, nonostante una tendenza di fondo positiva, ha messo in evidenza difficoltà molto importanti che in qualche modo ne rallentano la competitività dovute a sempre più ampie variazioni della produzione e oscillazioni del mercato, caratteristiche strutturali differenziate con olivicoltura marginale e imprese strutturate, complessità di mantenere olivicoltura tradizionale e avere aumenti delle rese, difficili rapporti lungo la filiera, tutti aspetti che saranno meglio trattati nei prossimi capitoli.

Dalla prima analisi delle variabili settoriali risulta evidente la difficoltà che sta vivendo il settore che deve trovare il suo giusto equilibrio tra tradizione e innovazione, combinando insieme elementi più paesaggistici con quelli più strettamente economici che permettono alle aziende di sopravvivere sul mercato.

Altro elemento non trascurabile è quello relativo alla conflittualità tra produzione agricola e l'industria di imbottigliamento che per anni ha ingessato il settore senza una reale capacità di guardare al futuro in un'ottica di collaborazione e non di contrapposizione.

È mancata fino ad ora, peraltro, una cabina di regia che elaborasse una strategia condivisa di medio e lungo termine e che, dopo aver fissato alcuni obiettivi, potesse utilizzare al meglio gli strumenti messi a disposizione dalla PAC, sia nel I che nel II pilastro. Gran parte degli interventi suggeriti dal Piano nazionale di settore del 2015, infatti, sono presenti anche nelle misure relative all'OCM dell'olio di oliva e nei PSR regionali 2014-2020, senza che siano stati definiti chiaramente dei criteri di demarcazione per orientare i beneficiari in sede di istruttoria, né soprattutto che sia stata definita a monte una reale strategia e visione condivisa, inficiando l'efficienza e l'efficacia delle politiche messe in atto.

Sebbene i tempi del negoziato per la riforma della PAC post 2020 si siano allungati, rimandando l'avvio della nuova programmazione al 2023 e con le bozze dei regolamenti ancora in discussione nel trilogio, la novità della definizione di un Piano strategico nazionale, nel quale inserire organicamente gli interventi relativi ai pagamenti diretti, alle OCM settoriali e allo sviluppo rurale, rappresenta un'opportunità per ripensare e delineare le strategie complessive per l'agroalimentare e per le sue più importanti filiere.

È questo l'obiettivo del lavoro Ismea-RRN (2020) "Agenda per un'olivicoltura biodiversa e un olio identitario, di qualità e sostenibile" che la Rete Rurale ha realizzato come contributo alla stesura del PSN in vista della riforma della PAC. Questa riforma viene vista da tutto il settore come una grande opportunità che possa contribuire a traghettare il settore olivicolo-oleario verso una rinnovata competitività e sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Da considerare che, a seguito della Pandemia da Covid-19, non saranno solo i fondi PAC a dover trovare allocazione già nel periodo transitorio 2021-2022 ma anche le risorse aggiuntive messe a disposizione dello sviluppo rurale dall'Unione europea con il Programma Next Generation EU.

1.4 Una sintesi del 2020 del settore olio e l'effetto Covid

Il 2020 per il settore olivicolo italiano, ma più in generale per quello internazionale, è stato segnato più da problematiche endogene al settore che non dalla pandemia da Covid-19. Le stime del Coi per il 2020 indicano, ad esempio, un aumento del consumo mondiale del 6% rispetto all'anno precedente, aumento che va di pari passo con l'incremento degli scambi internazionali che secondo stime Ismea (su dati Trade Map) a fine anno potrebbero segnare un incremento a volume a due cifre a fronte di una stabilità del valore, dovuta ad una flessione generalizzata dei prezzi internazionali.



Tenendo conto che l'Italia è primo consumatore mondiale, primo importatore e secondo esportatore è chiaro che nel bilancio italiano tali variabili hanno avuto tutte un segno positivo a partire dal consumo. Il 2020 per il settore dell'olio di oliva italiano ha segnato un incremento della domanda sia interna che estera. Il *lockdown* ha aumentato le preparazioni dei pasti all'interno delle mura domestiche e questo ha determinato una forte crescita delle vendite dei format della GDO che si traduce in un +7% del volume accompagnato da una crescita meno che proporzionale della spesa, da collegare alla riduzione già nella fase a monte, della produzione quindi, dei prezzi medi internazionali.

È l'olio extravergine, che rappresenta l'87% dell'intero settore, ad aver segnato la performance migliore. In decisa progressione, comunque, anche le vendite degli oli di semi. Il dato finale dell'anno si compone, per la verità, di un primo semestre con crescite a due cifre dovute al *lockdown* totale che si è avuto nel Paese mentre con l'allentamento delle misure anti-Covid anche gli acquisti presso la GDO hanno cominciato, comunque, a rallentare.

A mostrare incrementi importanti non sono stati solo gli acquisti presso la GDO ma anche la domanda estera. I primi 10 mesi del 2020, infatti, hanno segnato anche un importante incremento delle esportazioni, che in volume sono schizzate crescendo del 21% mettendo a segno +4% in valore. L'import, nel frattempo è cresciuto del 6% in volume a fronte di una flessione del valore dovuta, appunto, alla riduzione generalizzata dei prezzi internazionali. Questo ha permesso alla bilancia commerciale del settore di stabilizzarsi su terreno positivo, evento piuttosto raro nel settore olivicolo.

La nota dolente arriva propria dalla produzione che ancora una volta presenta un'oscillazione negativa molto importante e che, come è tradizione degli ultimi anni, va oltre la fisiologica alternanza. Le stime Ismea di novembre 2020 fissano la riduzione al 30% che dovrebbe attestare i volumi a 255 mila tonnellate a fronte delle 366 mila della campagna precedente.

2. Le caratteristiche della filiera

Entrando nel dettaglio delle peculiarità della filiera olivicola nazionale, in sintesi, dall'analisi dei dati e dagli approfondimenti emerge che:

- **La fase agricola è molto frammentata**, con una dimensione aziendale pari a 1,8 ettari, nel 2016, contro i 9 ettari della media del complesso dell'agricoltura. Le ridotte dimensioni aziendali sono correlate anche alla scarsa imprenditorialità e propensione a innovare delle aziende, che soffrono del fenomeno dell'invecchiamento, più di ogni altro settore agricolo: solo il 4,6% dei capi delle aziende olivicole specializzate ha meno di 40 anni, mentre nel complesso dell'agricoltura questa percentuale sale al 7,9%. Il peso dell'olivicultura hobbistica e non orientata al mercato è evidente dal confronto tra il peso che il settore ha sul numero di aziende agricole e quello sul valore della produzione primaria: rispettivamente 50% e 4,5%.
- **Nella fase industriale convivono due anime molto diverse, quella produttiva e quella commerciale.** I frantoi attivi in Italia sono quasi 4.800, un numero enorme se si pensa che la Spagna, con una produzione tre volte superiore in media a quella italiana, ne conta meno di 1.700. Il ruolo dei frantoi in Italia sta cambiando molto rapidamente non solo per l'ammodernamento tecnologico, ma anche per le nuove forme contrattuali che stanno definendo i rapporti con gli olivicoltori.
- **La produzione italiana di olio d'oliva segue un trend flessivo nell'ultimo decennio** e ancor di più nell'ultimo quinquennio ha sofferto dell'eccessiva variabilità dei raccolti. Alcune importanti aree vocate si sono sempre più orientate verso la produzione di olio lampante più per difficoltà strutturali che per scelta economica (quasi il 30% totale prodotto). Le certificazioni di qualità ad oggi sono



ancora un'opportunità da sfruttare più che una realtà per il settore: gli oli riconosciuti dall'UE, 42 DOP e 6 IGP arrivano a una produzione intorno alla soglia delle 10 mila tonnellate, appena il 2-3% della produzione nazionale.

Tab 2. I numeri del settore in sintesi

	udm	2017	2018	2019	2020*	Var. % 2020/19
Struttura						
aziende agricole ¹	(n)	646.326	-	-	-	-
Superficie	(ha)	1.170.157	1.164.067	1.164.568,0	1.164.568,0	0,0
dimensione media	ha/az.	1,81	-	-	-	-
frantoi attivi ²	(n)	4.870,0	4.056,0	4.480,0	4.403,0	-1,7
imprese industriali ³	(n)	220,0	-	-	-	-
Offerta						
produzione ⁴	(t)	428.922	174.917	366.469	255.157	-30,4
peso denominazioni (Dop) ⁴	(% q.)	2,3	6,9	3,7	3,7	0,0
produzione/consumo apparente ⁴	(% q.)	97,5	35,0	79,7	53,2	-33,3
fatturato industria ⁵	(milioni di €)	3.310,4	3.320,0	3.200,0	3.296,0	3,0
peso sul fatturato ind. Alim. ⁵	(% v.)	2,5	2,5	2,2	2,3	4,2
Scambi con l'estero						
import ⁴	(milioni di €)	1.958,8	1.641,3	1.434	1.277	-11,0
import/consumi umani ⁸	(% in quantità)	120,6	109,9	130,8	131,5	0,5
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	4,3	3,7	3,2	3,2	0,0
export ⁴	(milioni di €)	1.573,1	1.495,4	1.372,4	1.425,9	3,9
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	3,8	3,5	3,1	3,1	0,0
export/produzione ⁴	(% in volume)	76,8	191,3	92,4	161,2	74,5
saldo ⁴	(milioni di €)	-385,7	-145,9	-62,0	149,3	-340,7
saldo normalizzato	(% valore)	-10,9	-4,7	-2,2	5,5	-350,0
Domanda						
consumo umano apparente ⁶	(t)	440.000	500.000	460.000	480.000	4,3
consumo pro capite apparente ⁷	(kg)	7,3	8,3	7,6	8,0	4,5
Mercato						
Indice dei prezzi alla produzione dell'olio di oliva ⁸	(100=2010)	208,7	170,2	170,2	130,2	-23,5
- Indice dei prezzi alla produzione dell'olio EVO	(100=2010)	215,6	179,6	189,9	142,5	-25,0
- Indice dei mezzi di produzione dell'olivicoltura	(100=2010)	108,6	111,3	113,1	109,6	-3,1

Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati 1) ISTAT SPA 2016; 2) Agea; 3) elaborazioni ISMEA-RRN su dati Censimento ISTAT dell'Industria 2011 e Assitol; 4) ISTAT; 5) Stime ISMEA/ASSITOL; 6) da bilancio di approvvigionamento; 7) ottenuto come rapporto tra il consumo apparente e la popolazione fonte ISTAT; 8) ISMEA; *2020 stime preliminari.

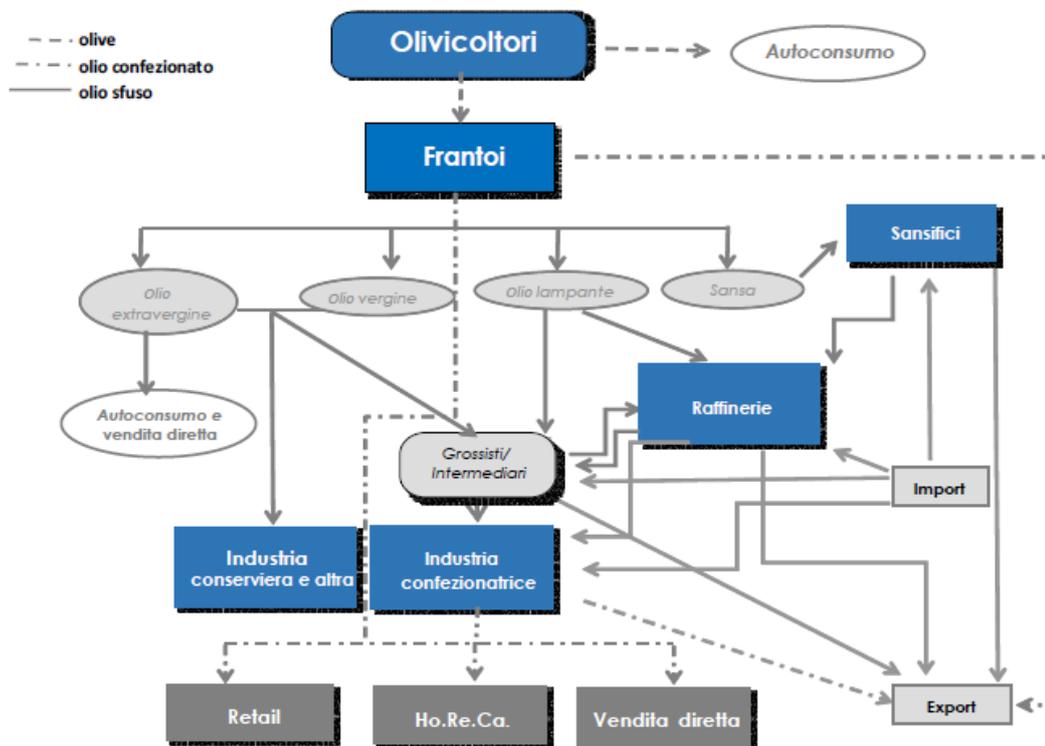
- **I volumi richiesti dal consumo interno superano di gran lunga le quantità prodotte ogni anno.** Malgrado il primato italiano sui consumi, quelli pro capite sono in calo strutturale. L'autoconsumo e



l'acquisto diretto delle famiglie in azienda o in frantoio è molto radicato e copre una buona fetta di consumo (30% circa della produzione). Si tratta di una peculiarità che salda il legame dell'olio con il territorio che lo produce. Dall'altra parte esiste poi l'olio standardizzato della grande industria italiana, orientata a quello di origine estera, ma che non ignora il prodotto di fascia alta *made in Italy*. Un fenomeno che influenza il mondo della produzione è l'utilizzo dell'olio extravergine di oliva come prodotto civetta da parte della GDO, con quote rilevanti di prodotto venduto in promozione.

- **Il saldo della bilancia commerciale è strutturalmente negativo** perché il flusso di importazioni sia in volume che in valore sono strutturalmente superiori alle esportazioni. Solo in alcuni anni particolari, come il 2020, la dinamica dei prezzi internazionali permette agli introiti da esportazioni di superare gli esborsi da importazioni.

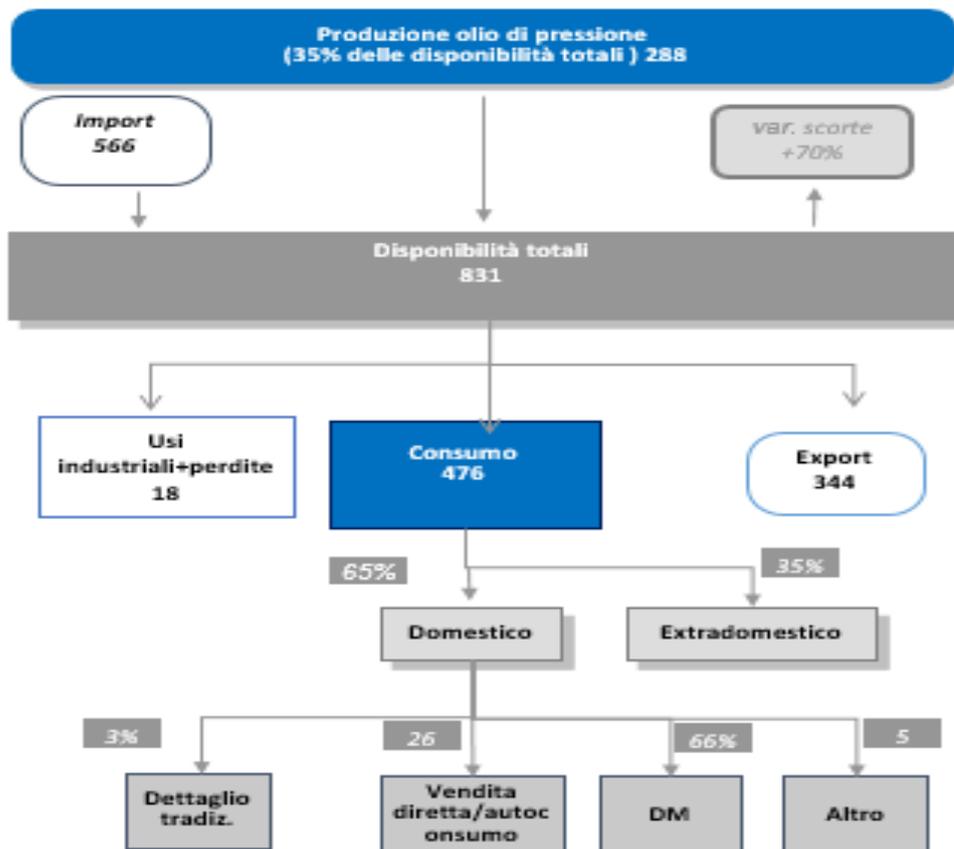
Fig 5. Gli attori della filiera



Fonte: ISMEA-RRN



Fig 6. I flussi di filiera media 2016/19 (tonnellate)



Fonte: ISMEA-RRN

3. La fase agricola

Secondo l'ultima indagine ISTAT sulla struttura e produzione delle aziende agricole (SPA 2016)³, con poco più di 1 milione di ettari l'olivicoltura rappresenta circa l'8% della SAU nazionale; a occuparsi di questa coltura è oltre la metà delle aziende agricole italiane, ben 646.326.

Tre sole regioni - Puglia, Sicilia e Calabria - concentrano il 55% delle aziende e il 65% della superficie olivetata; se a queste si aggiungono Campania, Lazio, Abruzzo e Toscana si arriva a spiegare l'82% delle aziende e l'88% della superficie.

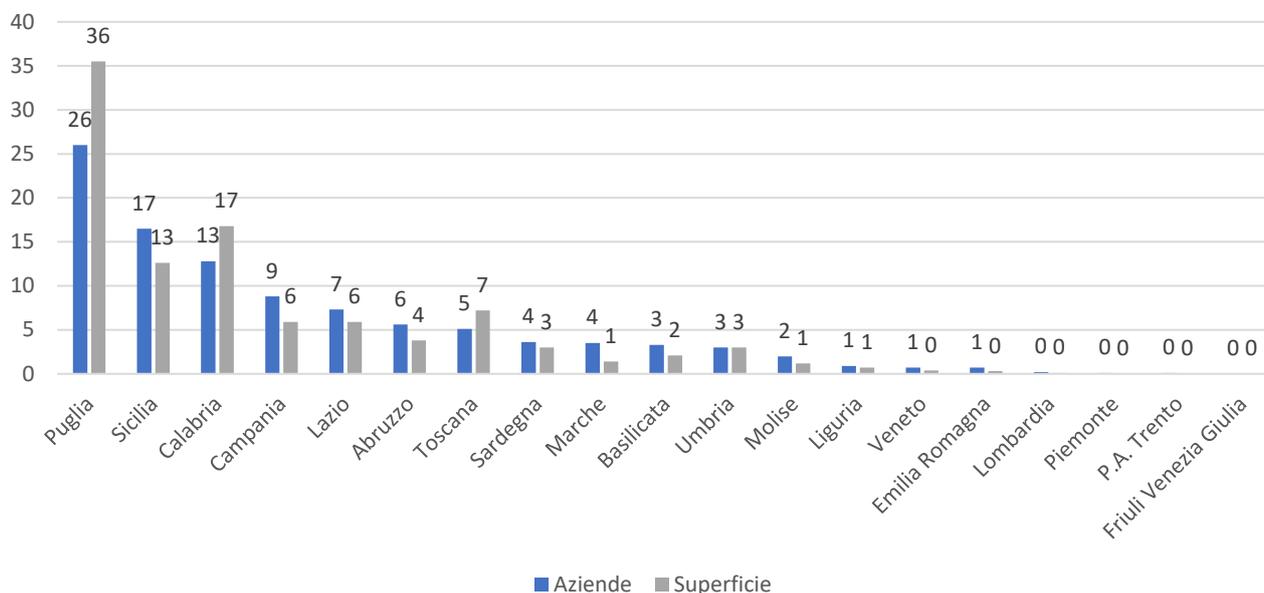
Proprio per questa grande diffusione, le dimensioni medie aziendali sono molto ridotte, raggiungendo appena 1,8 ettari per azienda. Da questo punto di vista non si riscontrano differenze significative tra le

³ I dati dell'indagine SPA 2016 si riferiscono al c.d. universo UE delle aziende agricole. Si tratta di un campionamento effettuato dall'ISTAT a partire dallo stesso universo del Censimento 2010, con la copertura definita nell'allegato II del Reg. (CE) 1166/2008, cioè: almeno 1 ettaro di SAU, oppure le soglie per le produzioni e i capi riportate in una tabella allegata allo stesso Regolamento, uniformi a livello nazionale. In tal modo, dall'universo si intendono escludere le unità più piccole che, complessivamente, rappresentano non più del 2% della SAU e non più del 2% del totale delle unità di bestiame.



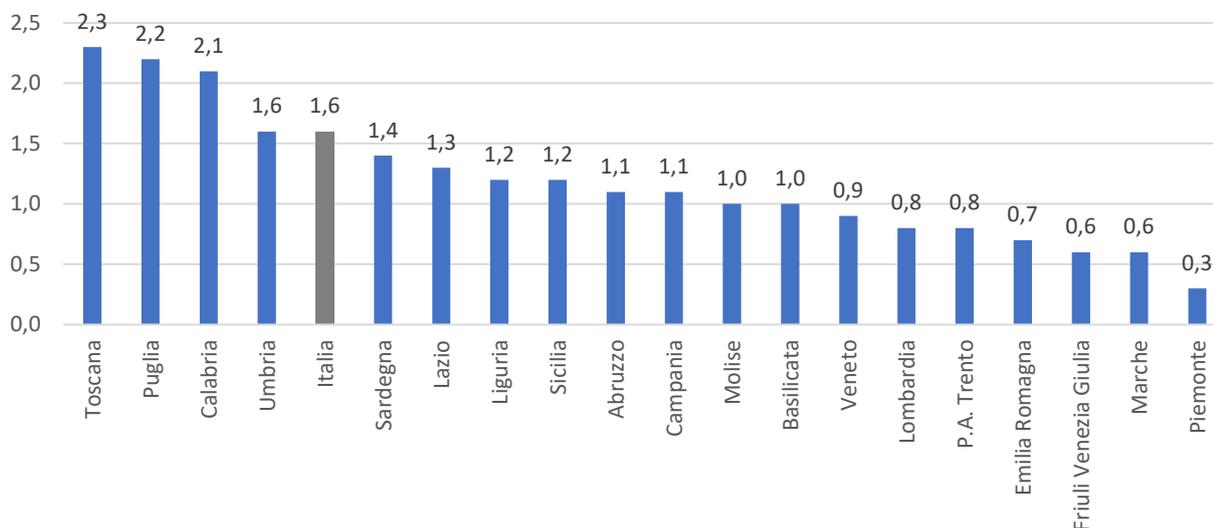
maggiori aree di produzione del Paese, in quanto le regioni che presentano le dimensioni medie più elevate (Toscana, Puglia e Calabria) superano di poco i 2 ha/azienda.

Fig 7. Distribuzione % delle aziende e della superficie olivetata per Regione – 2016



Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati ISTAT, SPA 2016

Fig 8. Dimensione media delle aziende olivicole (ha/azienda) - 2016



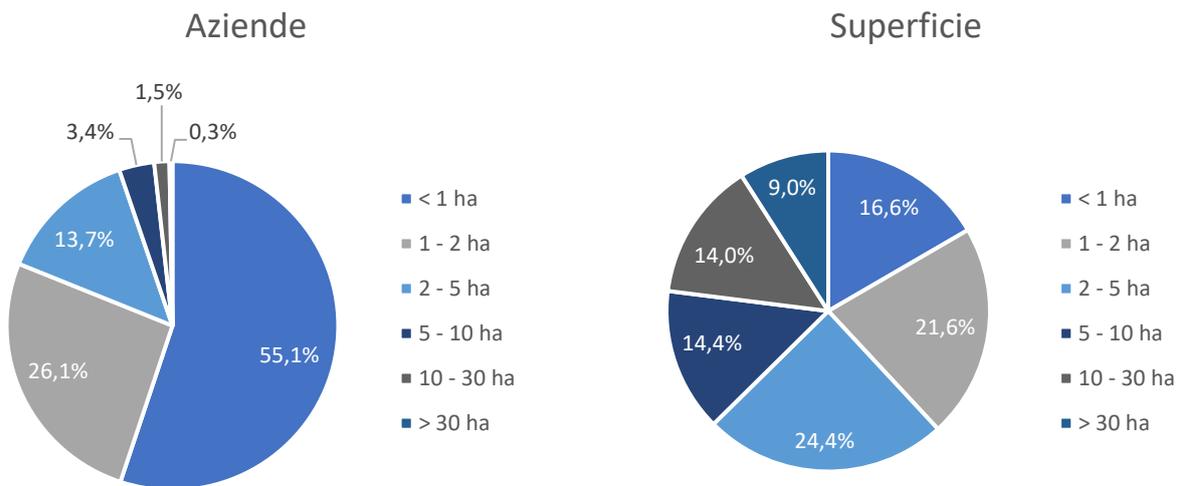
Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati ISTAT SPA 2016

Tale caratteristica è confermata dalla distribuzione delle aziende per classe di superficie olivetata. A livello nazionale, infatti, risulta che il 55% delle aziende ha una dimensione inferiore ad 1 ettaro e un ulteriore 26% ha una dimensione compresa tra 1 e 2 ettari. Solo lo 0,3% delle aziende ha una superficie superiore a 30 ettari. In termini di superficie, ovviamente, le prime due classi concentrano solo il 38% degli oliveti, mentre nelle classi superiori a 30 ettari ricade il 9% della superficie.

In Puglia, Calabria e Sicilia è localizzata oltre la metà delle aziende con dimensione inferiore a 2 ettari, mentre quelle pari o più grandi di 30 ettari sono maggiormente presenti in Puglia (48% del totale) e Calabria (27%).



Fig 9. Distribuzione % delle aziende e delle superfici per classe di superficie olivetata - 2016

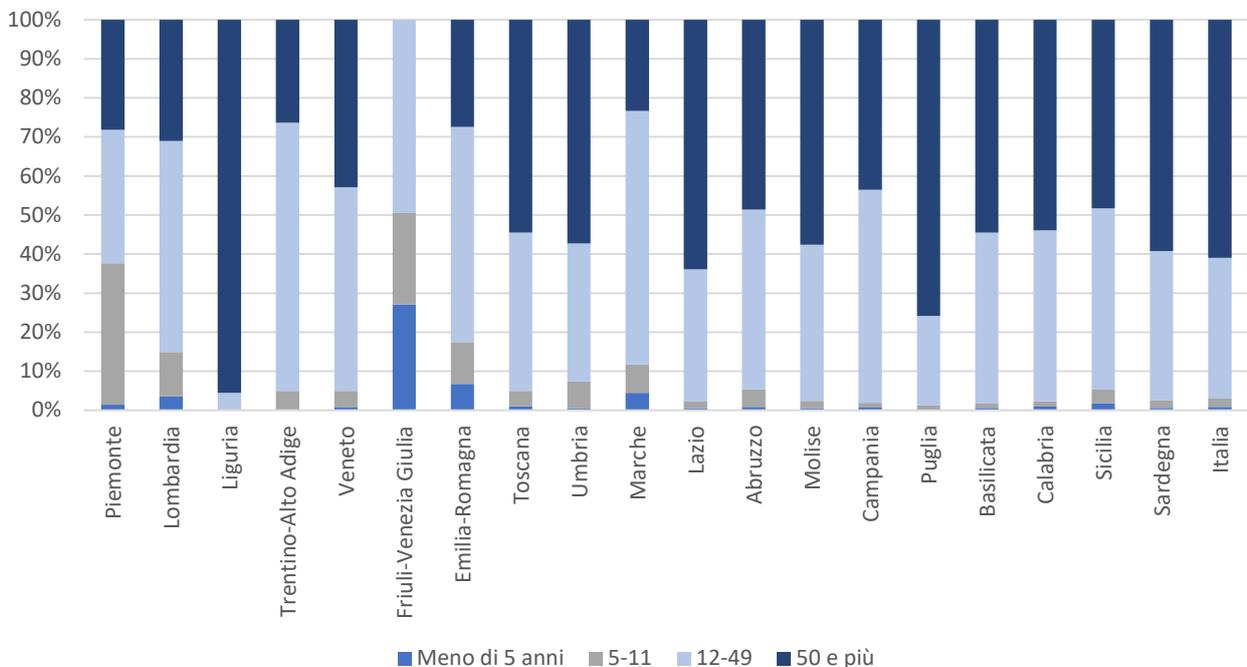


Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati ISTAT SPA 2016

A livello nazionale, la quasi totalità delle aziende (97%) assume la forma di azienda individuale. Tale percentuale, talvolta anche più elevata, viene osservata in quasi tutte le regioni del Centro-Sud, mentre nelle regioni settentrionali assumono una certa rilevanza le società, a testimonianza di una olivicoltura più imprenditoriale.

Nonostante le grandi opportunità offerte sia dalla politica che dal mercato, dalla stessa indagine risulta che solo il 7% delle aziende e il 18% della superficie è condotto con il metodo dell'agricoltura biologica. Inoltre, solo il 12% della superficie olivetata è irrigata.

Fig 10. Distribuzione % della superficie olivetata per classe di età delle piante, 2017

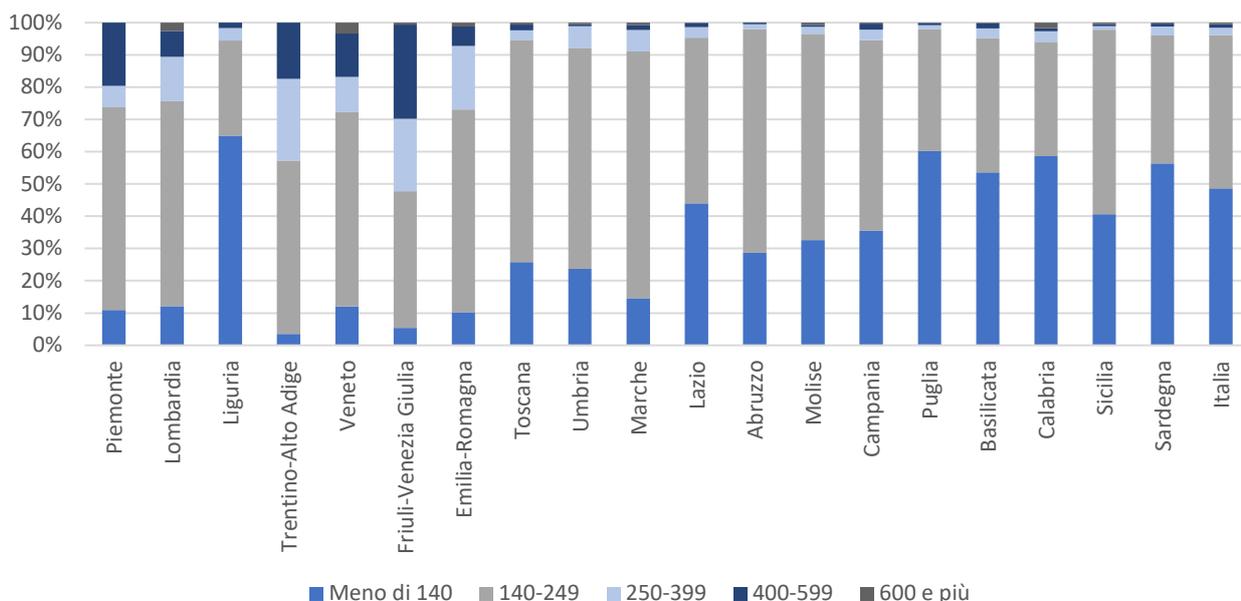


Fonte: RRN-Ismea su dati Istat: Indagine sulle coltivazioni legnose agrarie 2017



L'indagine sulle coltivazioni legnose agrarie dell'ISTAT relative al 2017 fa emergere un sistema olivicolo caratterizzato dalla massiccia presenza di ulivi "anziani" e con bassa densità di piante ad ettaro. Infatti, il 61% della superficie investita a ulivi, pari a oltre 652.000 ettari, ha un'età pari a 50 anni o più. All'opposto, solo il 3% della superficie investita a ulivi di età inferiore a 11 anni. Da questo quadro si discostano il Friuli-Venezia Giulia, che presenta un'olivicultura giovane visto che il 50% dei suoi ulivi ha meno di 11 anni di età e non sono presenti ulivi di più di 49 anni di età, il Piemonte, in cui il 38% ha meno di 11 anni e solo il 28% ha più di 50 anni, e l'Emilia-Romagna (18% e 28%, rispettivamente).

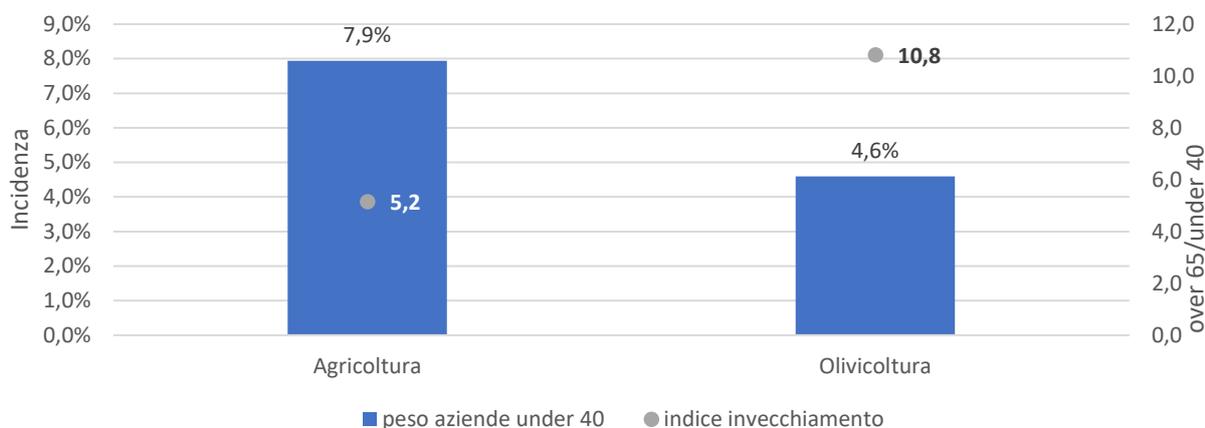
Fig 11. Distribuzione % della superficie olivetata per classe di densità delle piante ad ettaro, 2017



Fonte: RRN-Ismea su dati Istat: Indagine sulle coltivazioni legnose agrarie 2017

Dal punto di vista della densità delle piante, il 49% della superficie nazionale investita a ulivi ha meno di 140 piante ad ettaro e un altro 47% ha una densità compresa tra 140 e 249 piante ad ettaro.

Fig 12. Incidenza % delle imprese con capo azienda under 40 sul totale e indice d'invecchiamento (2016)



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati Eurostat SPA 2016

Si tratta, quindi, di un'olivicultura tradizionale, scarsamente meccanizzata e probabilmente difficilmente meccanizzabile, che caratterizza le regioni olivicole tradizionali. Maggiore presenza relativa di oliveti intensivi si riscontra soprattutto nelle regioni settentrionali; infatti, gli oliveti con un numero di piante superiore a 400



rappresentano il 30% della superficie regionale in Friuli-Venezia Giulia, il 20% in Piemonte, il 17% in Veneto e in Trentino-Alto Adige (di fatto riconducibile solo alla provincia di Trento), l'11% in Lombardia. Tuttavia, guardando all'incidenza della superficie olivetata regionale sul totale nazionale per classe di densità delle piante, risulta che la maggior parte degli oliveti intensivi italiani (45%) è localizzato in Calabria e Puglia.

Al fenomeno dell'invecchiamento degli oliveti si aggiunge quello dell'invecchiamento degli imprenditori che colpisce il settore olivicolo più di ogni altro.

Focalizzandosi sulle sole aziende olivicole specializzate, soltanto il 4,6% dei capi azienda ha meno di 40 anni, a fronte di un 8% circa nella media complessiva dell'agricoltura italiana. Allo stesso modo, l'indice d'invecchiamento, cioè il rapporto tra capi azienda con più di 65 anni e quelli con meno di 40, è pari a 11 nel caso del settore olivicolo, a fronte di 5 registrato nella media nazionale dell'agricoltura: questo vuol dire che per ogni giovane olivicoltore ce ne sono altri 11 over 65.

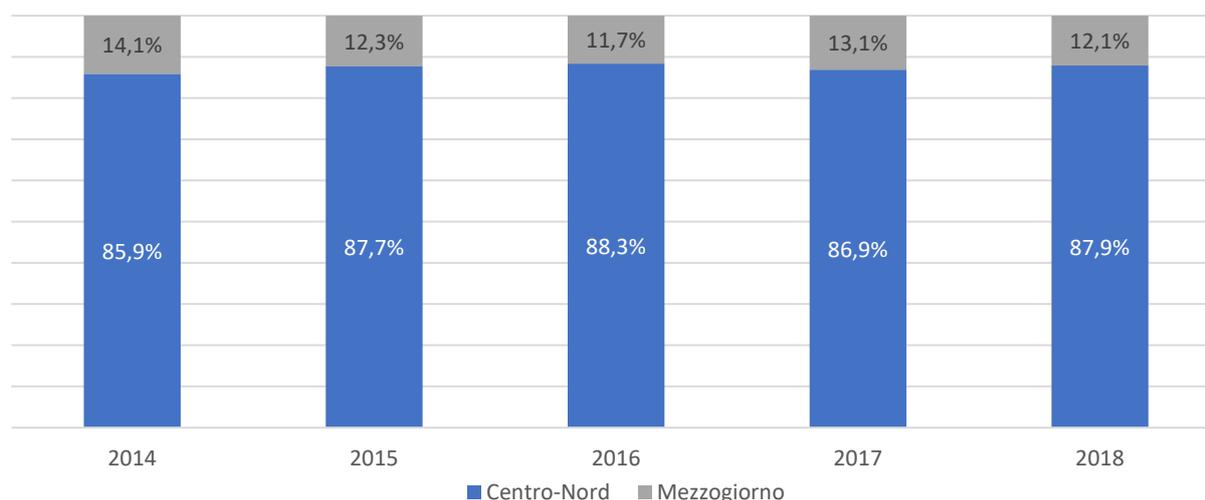
4. La fase di prima e seconda trasformazione

4.1 Il fatturato dell'industria olearia

L'industria olearia, che con un fatturato di oltre 3 miliardi di euro partecipa per il 3,2% al totale dell'industria alimentare italiana⁴, comprende la prima lavorazione delle imprese produttive, ossia quella dei frantoi, e la seconda lavorazione che, più in senso lato, include l'attività di imbottigliatori, sansifici e raffinerie.

Il settore oleario, di fatto, è caratterizzato da uno spiccato dualismo geografico, con industrie imbottigliatrici di grandi dimensioni concentrate nell'Italia centro-settentrionale, per lo più con sede in Umbria, Toscana e Liguria, e un'elevata numerosità di aziende presenti al Sud, che talvolta imbottigliano e che, nella stragrande maggioranza dei casi, hanno un fatturato inferiore ai 20 milioni di euro.

Fig 13. Distribuzione del fatturato dell'industria olearia italiana per area geografica



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati Aida BvD

⁴ ISMEA (2020), Rapporto sull'industria alimentare in Italia. Le performance delle imprese alla prova del Covid-19, ottobre 2020, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10917>



Esiste, quindi, un flusso rilevante di olio sfuso che dalle regioni di produzione del Sud viene spedito nel Centro-Nord per essere imbottigliato e commercializzato. La fase più prettamente industriale si caratterizza per l'approvvigionamento di olio in tutti i paesi produttori, generalmente del Bacino del Mediterraneo, attraverso un'accurata selezione del prodotto. Il prodotto finale generalmente è costituito da un blend di prodotto etichettato, secondo la normativa vigente, come "miscela di prodotto comunitario" o "miscela di prodotto comunitario e non comunitario". Il prodotto imbottigliato come 100% italiano è meno del 30%. Tra le imprese di dimensioni maggiori, inoltre, molte hanno una forte presenza di capitale straniero nell'assetto societario.

Un altro fenomeno diffuso nel settore dell'industria olearia è l'imbottigliamento per conto terzi, vale a dire aziende che imbottigliano prodotto di altri e non commercializzano con un marchio proprio, oppure combinano insieme queste due attività. Da tenere in considerazione anche il fatto che molte aziende non operano solo nel settore dell'olio di oliva, ma hanno un'attività differenziata che in molti casi si estende al settore dell'olio di semi e/o ad una serie di prodotti che utilizzano l'olio tra le materie prime, come sughi e salse pronte.

Nel settore dell'olio di oliva si riscontra, quindi, la convivenza di queste due realtà, quella più strettamente produttiva e quella a vocazione commerciale, tra le quali il dialogo spesso è difficile, con un risultato svantaggioso per tutta la filiera.

Un passo in avanti per ricomporre questo difficile rapporto è stato fatto a fine 2015, dopo mesi di trattative, quando i rappresentanti di olivicoltori, frantoiani, industria e commercio si sono impegnati "formalmente" a collaborare per una maggiore coesione nel settore. I termini dell'accordo prevedono anzitutto un adeguato sostegno al mondo olivicolo italiano: ai produttori in grado di fornire un olio di elevato livello qualitativo (ad esempio con una acidità non superiore a 0,4%), viene riconosciuto un premio di 40 centesimi al chilo in più rispetto al prezzo di mercato.

4.2 Il sistema italiano dei frantoi

Attualmente, in Italia, si stima che siano operativi meno di 5.000 frantoi, per il 70% localizzati al Sud. Dell'intera produzione nazionale, solo una quota pari circa al 20% è da attribuire a frantoi cooperativi, presenti soprattutto in Puglia ed in Toscana.

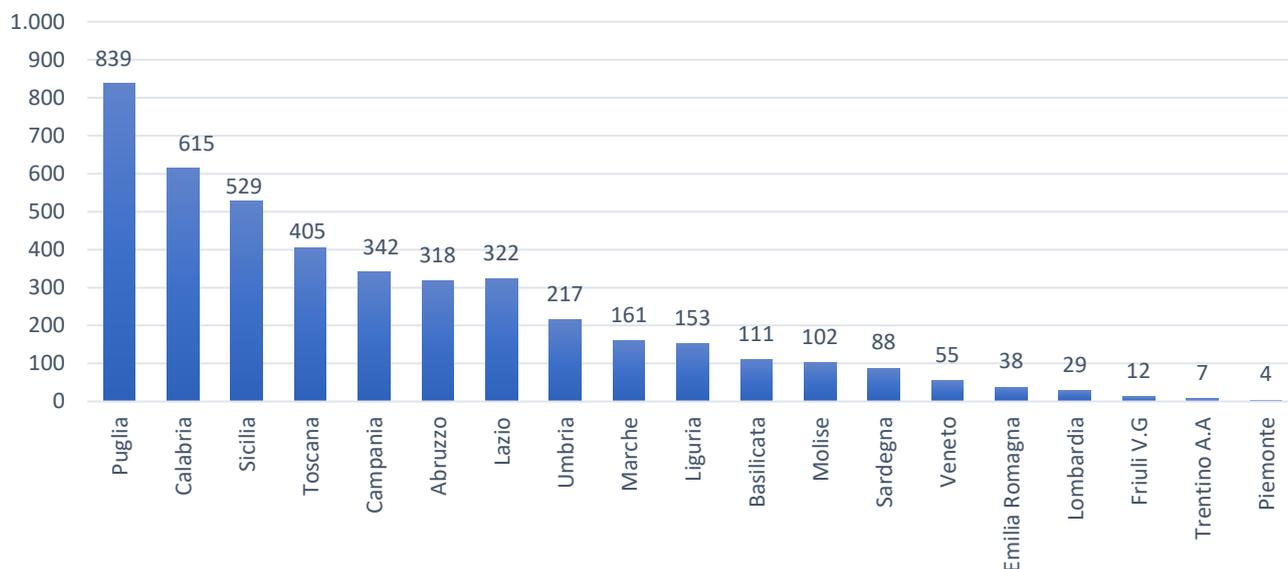
Molti frantoi di dimensioni medio-piccole, a volte proprietari anche degli oliveti, sono integrati verticalmente; diversamente le grandi aziende del settore presentano una spiccata specializzazione, tipica delle imprese industriali in senso stretto: acquistano olio, eventualmente lo miscelano, lo imbottigliano, di norma lontano dai luoghi in cui questo viene prodotto, per poi commercializzarlo. Esistono poi grandi imprese, presenti al Centro-Nord, che confezionano per lo più prodotto acquistato sul mercato, sia interno che estero, generalmente dai paesi produttori del bacino del Mediterraneo, per poi vendere oli confezionati direttamente al distributore finale. Alcune di queste imprese, peraltro, sono di proprietà straniera. A fronte di questo scenario si sottolinea il "saper fare" dell'industria di imbottigliamento nazionale, capace di imporsi con una spiccata personalità sui mercati internazionali come ambasciatrice dello stile alimentare italiano.

All'interno della categoria "frantoi" si trovano aziende con caratteristiche produttive piuttosto differenti. Molti frantoi, ad esempio, commercializzano solo olio sfuso, altri hanno impianti di confezionamento e vendono anche olio confezionato attraverso vari canali, compresa la vendita diretta. Parlando di frantoi non si può non fare un immediato confronto con la Spagna dove se ne contano meno di 1.700. Questo implica che a seguito di un semplice rapporto tra quantità prodotta e numero di impianti, la produzione media per frantoio è di poco più di 100 tonnellate in Italia e di oltre 900 in Spagna. Di contro, non si può non considerare che la vicinanza al luogo di raccolta del frantoio potrebbe essere un punto di forza nella produzione di olio di alta qualità, consentendo teoricamente di frangere le olive entro le fatiche 24 ore dalla raccolta, permettendo così ai parametri qualitativi dell'olio di essere prossimi al limite superiore. L'analisi dei dati



dichiarativi evidenzia, peraltro, la ridotta dimensione delle strutture nazionali: in un'annata normale, il 90% dei frantoi lavora meno di 1.000 tonnellate di olive pari al 44% della produzione di olio, con i frantoi di maggiori dimensioni localizzati in Puglia.

Fig 14. Distribuzione regionale dei frantoi attivi (media 2016-2019)



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati AGEA

Tab 3. Distribuzione dei frantoi attivi per volumi di olive lavorate (2016-2019)

Volume di olive molite	% frantoi	% olio	% di olive
< 100 t	29,6	2,5	2,4
100-300 t	32,8	12,1	12,5
300-500 t	14,0	10,5	11,0
500-1000 t	13,6	18,5	19,0
1.000-5.000 t	8,8	33,2	32,5
5.000-10.000 t	0,9	11,9	11,4
10.000-15.000t	0,1	3,3	3,5
15.000- 25.000 t	0,1	5,8	5,4
50.000-100.000 t	0,0	2,3	2,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati AGEA

I frantoi si trovano, infatti, sempre più al centro della filiera perché da loro dipende in prima battuta la qualità della produzione e perché fungono da fornitori per la grande impresa imbottigliatrice, quando non sono essi stessi degli imbottiglieri. Il frantoio ad oggi non offre solo un servizio, ma rappresenta uno snodo cruciale della filiera, per gli standard qualitativi che riesce a garantire grazie allo sforzo fatto con l'ammmodernamento degli impianti di molitura. La presenza spesso di altre e troppe figure intermedie lungo la filiera - come i mediatori di olive e di olio - tuttavia, aumenta i costi, riducendo i margini degli operatori medesimi.

Negli ultimi anni il ruolo dei frantoi all'interno della filiera è cambiato e sono mutati i rapporti anche economici tra i frantoiani e le aziende agricole. Questo implica:

- ✓ **Nuove forme contrattuali:** in una situazione di grande frammentazione della produzione agricola e di un evidente processo di invecchiamento dei conduttori agricoli è sempre più frequente l'intervento dei frantoiani anche nella fase più a monte della filiera. Alcuni frantoi, ad esempio, si occupano sempre più della conduzione di alcuni oliveti (con relativa assistenza anche alla



somministrazione di fitofarmaci ecc.) o solo della raccolta (contratti per l'acquisto di frutto pendente).

- ✓ **Nuove professionalità dei frantoi:** i frantoi oleari hanno subito un'evoluzione non solo tecnica e tecnologica, ma anche normativa. In virtù delle nuove disposizioni, infatti, i frantoi possono svolgere attività ulteriori e diversificate, dalla seconda estrazione dell'olio dalle sanse vergini, al recupero dalle sanse del nocciolino, riutilizzato poi nel ciclo produttivo come combustibile oppure venduto. Per lo svolgimento di tali attività i frantoi sono stati sollecitati ad un ammodernamento di ultima generazione (impianti a due fasi o impianti che lavorano in atmosfera controllata), che garantiscono non solo un livello qualitativo di eccellenza nella produzione degli oli extravergine di oliva, ma consentono allo stesso tempo di completare la filiera produttiva del comparto oleario.

4.3 Sansifici e raffinerie

I sansifici rientrano anch'essi nella fase industriale per un totale di poco più di venti impianti. Provvedono ad estrarre l'olio di sansa greggio dalle sanse vergini e, se dotati di impianto di raffinazione, possono anche trasformare l'olio di sansa greggio in olio di sansa raffinato.

L'industria di raffinazione ha il profilo di un'industria in senso stretto ed è rappresentata dalle aziende che operano prevalentemente nella raffinazione dell'olio lampante e dell'olio di sansa. I prodotti della raffinazione vengono poi miscelati con differenti percentuali di olio vergine per ottenere le categorie denominate commercialmente "olio di oliva" e "olio di sansa di oliva". Ad oggi si contano meno di 10 industrie di raffinazione.

5. La produzione di olio d'oliva in Italia

5.1 La produzione nel medio periodo

La produzione di olio di oliva è concentrata nelle regioni del Meridione, con la Puglia che da sola rappresenta oltre il 51% del totale. Seguono Calabria e Sicilia, rispettivamente con il 13% e il 10%.

Nelle ultime sei campagne si è scesi ben due volte sotto le 200.000 tonnellate prodotte e nel 2018, da elaborazioni su dati AGEA, è stato toccato il minimo storico di 175.000 tonnellate. Le 600.000 tonnellate auspiccate dal Piano di settore olivicolo sembrano, con le attuali condizioni, molto distanti e l'Italia risulta sempre più dipendente dall'import di olio estero.

La scarsa "imprenditorialità", inoltre, è un problema strettamente legato alla poca "economicità" degli oliveti, soprattutto in particolari areali, e al progressivo invecchiamento dei conduttori dei fondi.

L'olivo, infatti, di cui è indubbio il valore paesaggistico e culturale, deve anche essere appetibile da un punto di vista imprenditoriale, attrarre nuovi investimenti e, in sintesi, produrre reddito. Molto spesso, invece, a fronte di una bassa redditività, si è risposto con meno investimenti e scarso impegno nella produzione agricola (assenza di potatura, concimazioni, trattamenti, lavorazioni, ecc.) che inevitabilmente ha generato un'ulteriore riduzione delle rese e della redditività.

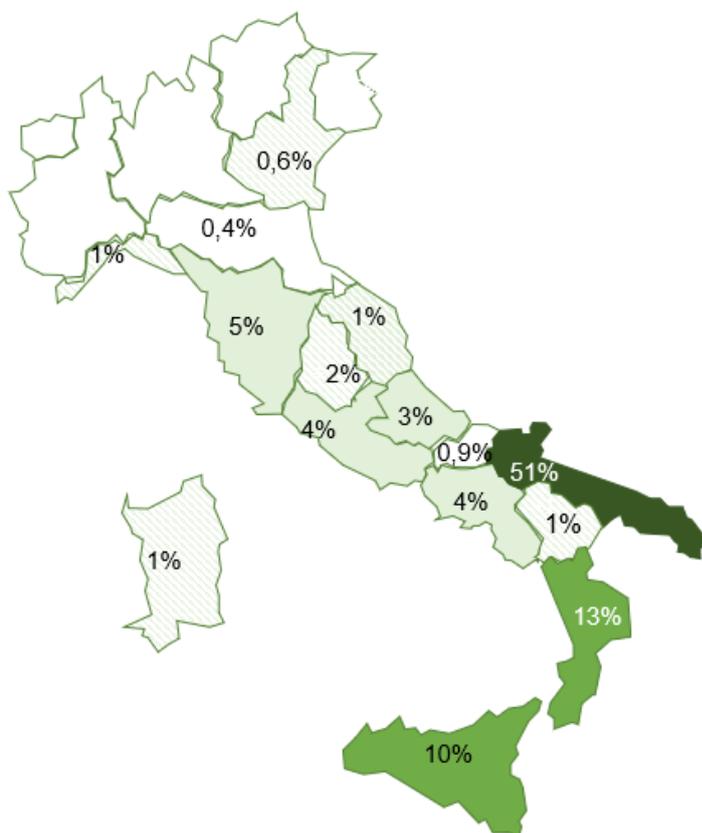
Per l'olio standard l'Italia compete a fatica con la Spagna che ha dei costi produttivi decisamente più bassi grazie a un territorio più esteso e geograficamente meno complesso di quello italiano.

L'ammodernamento degli impianti, chiaramente dove possibile, è una strada obbligata per mantenere la competitività a livello internazionale. Già alcune aree particolarmente vocate, come il nord della Puglia,



stanno attuando queste ristrutturazioni degli oliveti per incentivare la produzione e ridurre contemporaneamente i costi unitari.

Fig 15. Ripartizione regionale della produzione italiana: media campagne 2016-2019



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati AGEA

Nel contesto olivicolo nazionale, caratterizzato da realtà produttive anche molto differenziate a seconda dell'area geografica, risulterà fondamentale supportare i vari modelli imprenditoriali esistenti, ognuno dei quali necessita di una propria strategia e di una sua collocazione nel panorama economico del settore.

Del resto, nell'ampio panorama produttivo sono sempre più numerosi i casi di successo di grandi aziende che hanno puntato su produzioni su larga scala applicando degli standard qualitativi comunque elevati, che possono contare su una "filiera integrata" o su accordi di filiera. Dall'altro lato si possono osservare anche i successi di piccole e medie aziende che magari hanno puntato su un'olivicoltura di alta gamma, con prezzi decisamente sopra la media e destinata a una platea di consumatori più "esperta".

Tab 4. Produzione italiana di olio di oliva per regione nel periodo 2016-2020*(tonnellate)

Regione	2016	2017	2018	2019	2020*	Var 20/19
Piemonte	7	8	21	3	4	50%
Lombardia	745	572	1.481	123	307	150%
Trentino-Alto Adige	327	330	494	90	224	150%
Veneto	2.182	1.110	3.652	320	800	150%
Friuli-Venezia Giulia	118	105	155	57	86	50%
Liguria	1.644	4.165	5.245	1.448	2.895	100%
Emilia-Romagna	973	1.242	1.258	785	1.178	50%
Toscana	15.093	15.496	20.788	9.930	13.010	31%



Umbria	4.398	4.458	6.395	3.825	6.500	70%
Marche	1.607	5.453	2.220	2.424	2.800	15%
Lazio	11.025	18.574	8.746	10.906	11.823	8%
Abruzzo	3.488	14.464	7.146	8.928	6.923	-22%
Molise	1.665	3.601	2.391	2.877	2.215	-23%
Campania	4.321	16.414	6.776	15.556	13.689	-12%
Puglia	103.791	205.983	73.108	212.563	121.161	-43%
Basilicata	1.212	7.037	1.260	6.451	5.578	-14%
Calabria	12.345	71.157	14.011	51.455	32.005	-38%
Sicilia	13.941	52.381	18.109	34.353	29.200	-15%
Sardegna	3.443	6.370	1.661	4.375	4.760	9%
Italia	182.326	428.922	174.917	366.469	255.157	-30%

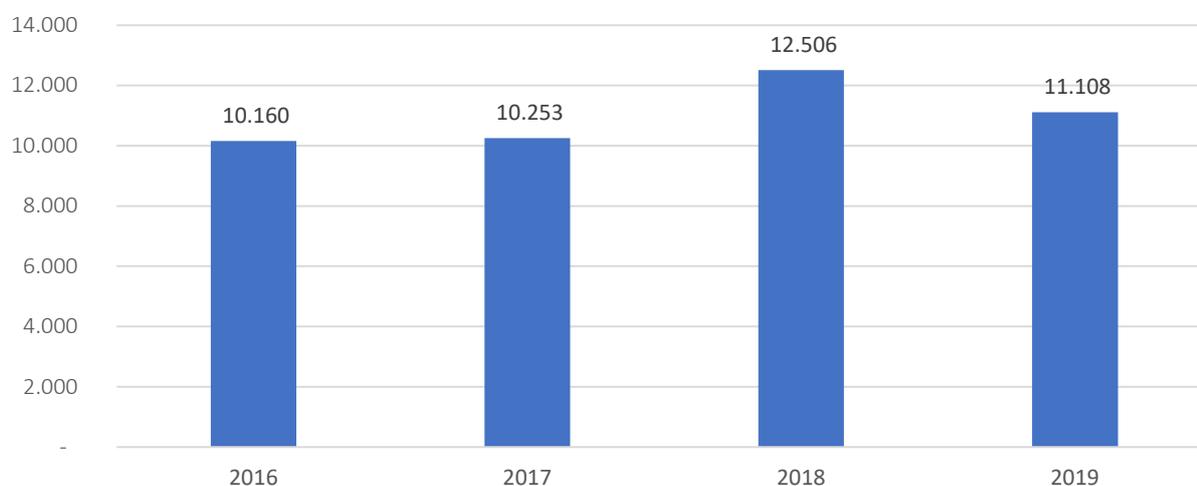
Fonte: elaborazioni ISMEA su dati AGEA; *stima

5.2 Gli oli certificati: IG e Bio

Il settore olivicolo italiano presenta comunque numerosi punti di forza, tra cui spicca l'enorme patrimonio varietale, costituito da oltre 500 cultivar, circa il 40% di quelle conosciute a livello mondiale. In seconda posizione si colloca la Spagna con meno di 200 cultivar censite, ma di fatto quelle realmente produttive sono poche decine.

Una così ampia biodiversità è dovuta alla complessità geografica del territorio nazionale, dove la coltivazione dell'olivo è storicamente presente in aree climatiche e territori estremamente diversificati che vanno dalle colline del Garda alla Sicilia e dalla montagna alle pianure litoranee.

Fig 16. La produzione certificata di olio IG (tonnellate)



Fonte: RRN-ISMEA su dati ODC

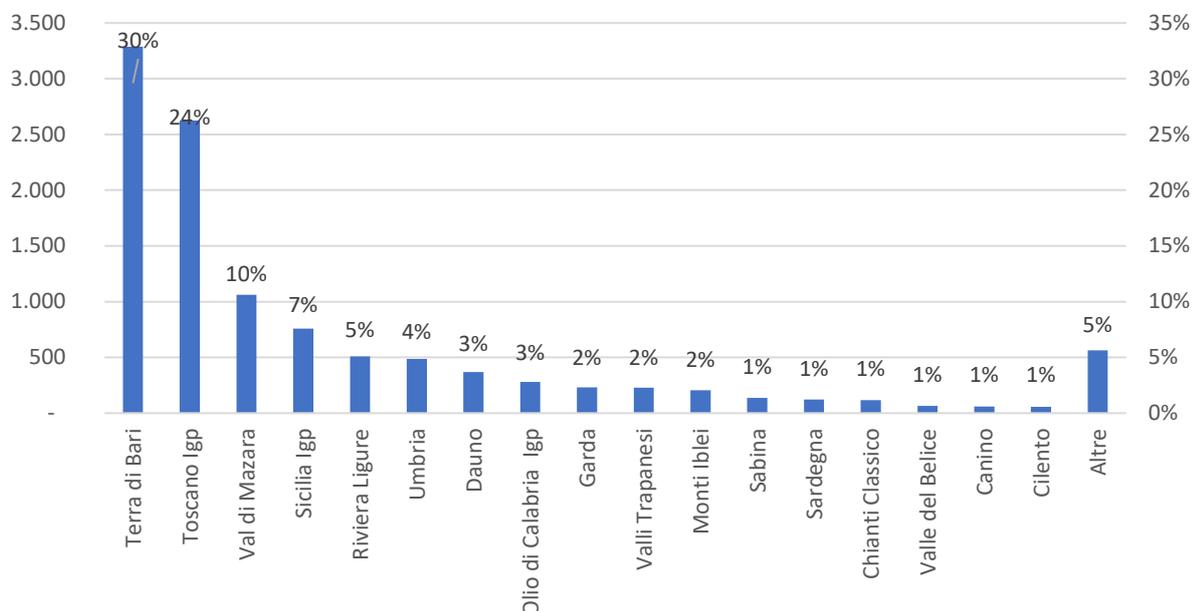
Questa ricchezza si estrinseca nell'alto numero di oli con riconoscimento comunitario di qualità (42 DOP e 6 IGP), che insieme rappresentano mediamente il 2-3% della produzione nazionale complessiva (nel 2019 11 mila tonnellate), percentuale che sale di alcuni punti se si ragiona in termini di valore. Il valore all'export nel 2019 è arrivato a 56 milioni di euro, mentre quello al consumo è stimato in 134 milioni di euro⁵.

⁵ ISMEA-Qualivita (2020), Rapporto 2020 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG, dicembre 2020, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11115>



È da sottolineare che, in molti areali, il prezzo del prodotto certificato non si discosta in modo significativo da quello “convenzionale” e questo scoraggia molti produttori che non vedono la convenienza economica a portare a termine l’iter della certificazione e a sostenere i relativi costi. Peraltro, i prezzi di vendita degli oli IG hanno una variabilità molto elevata la cui motivazione spesso sfugge al consumatore.

Fig 17. Le principali produzioni IG del 2019 (tonnellate e % sul totale Italia)



Fonte: RRR-ISMEA su dati ODC

Negli ultimi dieci anni, nonostante il grande numero di riconoscimenti e l’attenzione data ai prodotti IG per la loro qualità e per il forte legame con il territorio, i volumi certificati non sono cresciuti come auspicato.

Il recente riconoscimento dell’IGP Puglia potrebbe dare impulso al settore, visto che la regione è quella che somma la metà della produzione nazionale e che fino ad ora non aveva espresso una produzione certificata IG particolarmente elevata. Dopo il successo ormai ventennale della Igp Toscana, anche le regioni del Sud, a partire dalla Sicilia, hanno adottato questo percorso della IGP regionale che sta portando a buoni risultati sia di volumi sia di mercato.

La produzione, peraltro, resta ancora molto concentrata su poche denominazioni: le prime cinque assorbono, infatti, il 74% dell’intera produzione nazionale.

Un segmento produttivo che sta crescendo è quello del biologico. Le superfici nel 2019 hanno superato i 200 mila ettari a cui si aggiungono i 40 mila ettari in conversione, raggiungendo il 20% della superficie totale ad olive. La distribuzione regionale vede la Puglia con il 31%, seguita dal 28% della Calabria, dal 16% della Sicilia e dal 7% della Toscana. La produzione di olio biologico, invece, è stimata pari circa all’11% del totale nazionale, mentre in valore la quota sfiora il 15% grazie ai prezzi più remunerativi spuntati sul mercato.

Tab 5. Superficie olivicola biologica (ettari)

	2016	2017	2018	2019	Var.% 2019/18
Olivo totale	222.452	235.741	239.096	242.709	1,5%
da mensa	799	979	967	1.267	31,0%
da olio	221.653	234.762	238.129	241.442	1,4%

Fonte: RRR-ISMEA su dati Sinab 2020

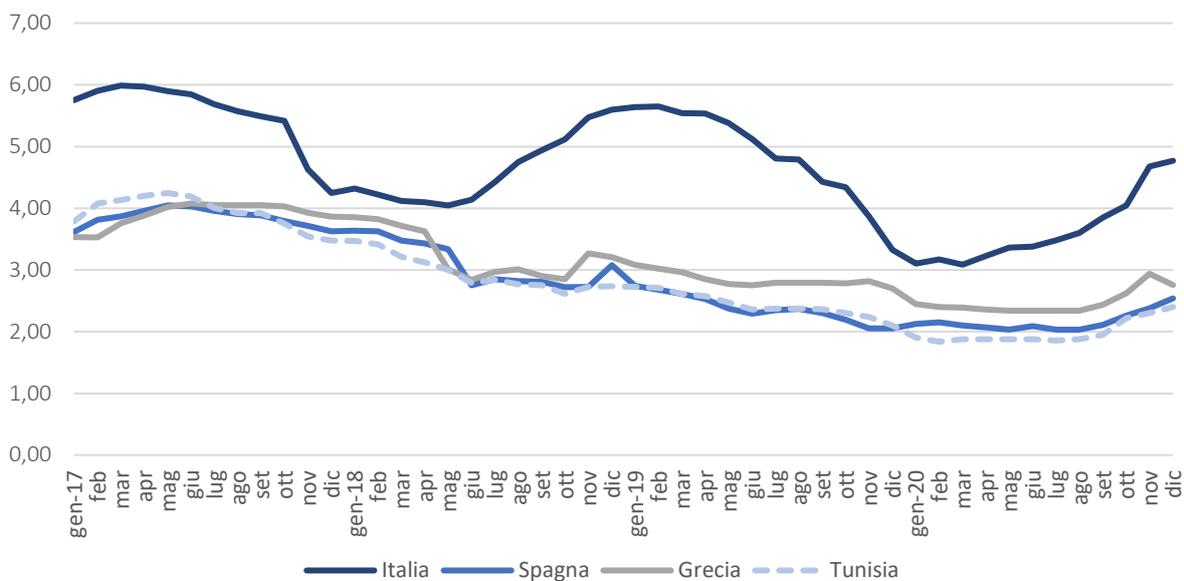


5.3 L'andamento di mercato dell'olio d'oliva

L'analisi puntuale dei prezzi alla produzione, che Ismea rileva settimanalmente presso i principali mercati alla produzione italiani ed esteri, indica essenzialmente tre cose:

- L'extravergine italiano, pur subendo la concorrenza iberica, ha dei livelli di prezzo ben più elevati ma con oscillazioni più ampie. La qualità del prodotto italiano viene comunque riconosciuta e premiata dal mercato.
- L'extravergine di origine greca e, soprattutto, quello di origine tunisina hanno un andamento dei prezzi molto più dipendente dal prezzo del prodotto iberico e anche il livello assoluto si avvicina a questo.
- Il mercato del lampante si comporta come quello di una vera e propria commodity e ha come benchmark il prodotto spagnolo. Il mercato del lampante italiano, a differenza di quello dell'extravergine, ha un andamento praticamente parallelo a quello iberico con la differenza che le migliori caratteristiche organolettiche di quest'ultimo lo posizionano sempre su un livello di prezzo superiore a quello nazionale.

Fig 18. Andamento mensile dei prezzi medi internazionali dell'olio extravergine (euro/chilo)

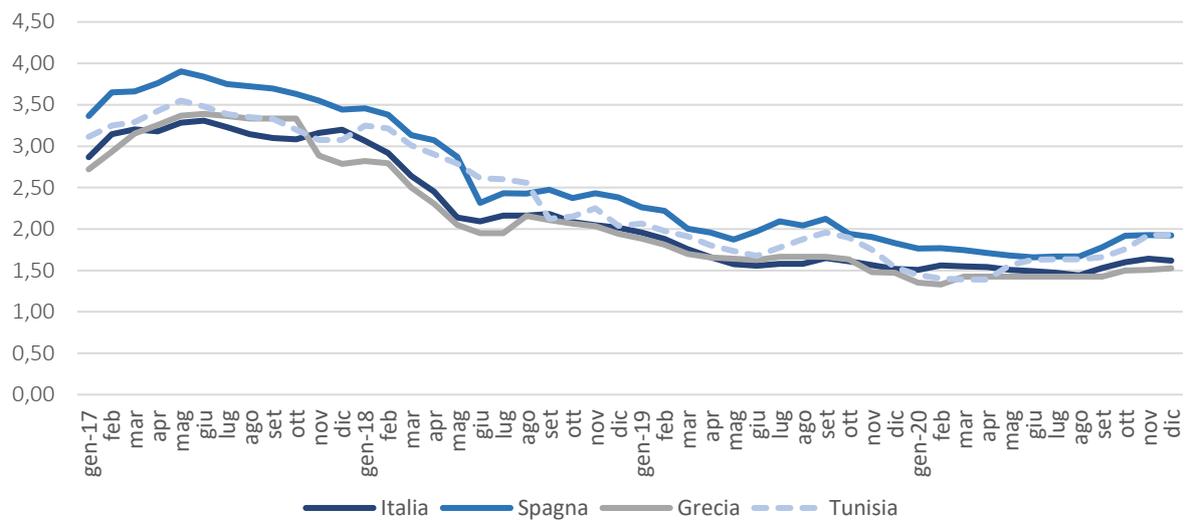


Prezzi alla produzione, franco frantoio, in cisterne, IVA esclusa.

Fonte: ISMEA



Fig 19. Andamento mensile dei prezzi medi internazionali dell'olio lampante (euro/chilo)



Prezzi alla produzione, franco frantoio, in cisterne, Iva esclusa.

Fonte: ISMEA

Sul fronte delle produzioni IG, non si rileva una tendenza univoca e soprattutto non sempre in linea con gli oli convenzionali. Gli oli IG del Centro-Nord garantiscono prezzi alla produzione più elevati di quelli del Sud. In Puglia, in particolar modo le IG locali registrano prezzi di poco superiori a quelli non IG degli stessi territori e soprattutto hanno una variabilità molto simile a questi ultimi. C'è quindi ancora un po' di difficoltà per questi prodotti ad affermarsi sul mercato con una propria identità, cosa che, invece, è più evidente negli oli siciliani che hanno trovato nella loro IGP regionale un prodotto molto apprezzato, così come altre DOP isolate i cui listini si avvicinano molto a quelli degli oli del Centro-Sud.

Tab 6. Prezzi medi degli oli extravergini IG (euro/chilo)

Denominazione	2017	2018	2019	2020
Aprutino pescarese	7,37	6,72	6,87	6,71
Brisighella	23,70	22,54	22,00	22,00
Bruzio	7,47	7,65	7,74	7,28
Canino	9,61	8,30	7,33	7,05
Chianti classico	9,91	11,49	11,69	13,02
Colline teatine	7,04	6,80	6,91	6,72
Dauno	5,70	4,70	5,20	3,52
Garda	13,78	16,13	17,00	17,00
Lametia	7,99	8,02	7,98	7,68
Monte Etna	8,78	7,98	7,51	6,10
Monti Iblei	8,77	8,33	9,87	8,06
Riviera dei fiori	11,75	11,19	10,86	11,26
Sabina	8,50	7,90	7,29	7,25
Terre di Bari	5,47	4,65	5,26	3,66
Umbria	9,34	9,99	8,51	8,28
Val di Mazara	6,92	5,68	6,84	4,68
Valli trapanesi	6,77	5,47	6,83	4,67
Toscano Igp	9,07	9,09	7,67	8,29
Sicilia Igp		5,45	6,67	4,73

Prezzi alla produzione, franco frantoio, in cisterne, IVA esclusa.

Fonte: ISMEA

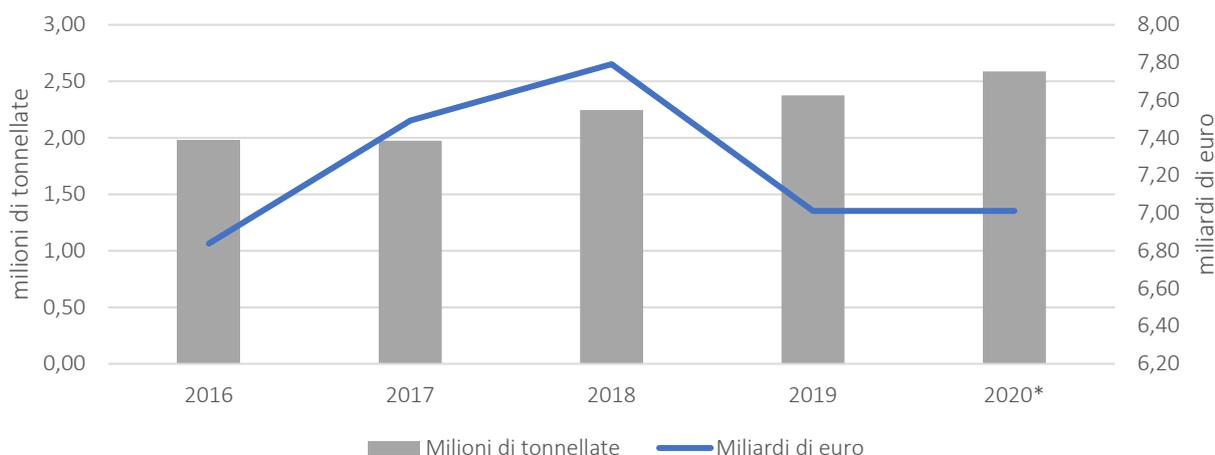


6. Scambi con l'estero

6.1 Gli scambi mondiali

Sul fronte dell'export il commercio mondiale dell'olio d'oliva e sansa è dominato da un ristretto gruppo di paesi, i principali produttori (Spagna, Italia, Tunisia, Grecia e Portogallo). Nel 2019 sono stati esportati complessivamente 2,37 milioni di tonnellate, sostanzialmente in crescita sia nel medio che nel lungo termine, mentre il valore che nel 2019 ha toccato 7 miliardi di euro, non mostra una tendenza univoca proprio per la forte oscillazione dei prezzi internazionali.

Fig 20. L'evoluzione degli scambi mondiali di olio di oliva e sansa



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade

Fig 21. I principali esportatori mondiali nel 2019: quote in volume e valore



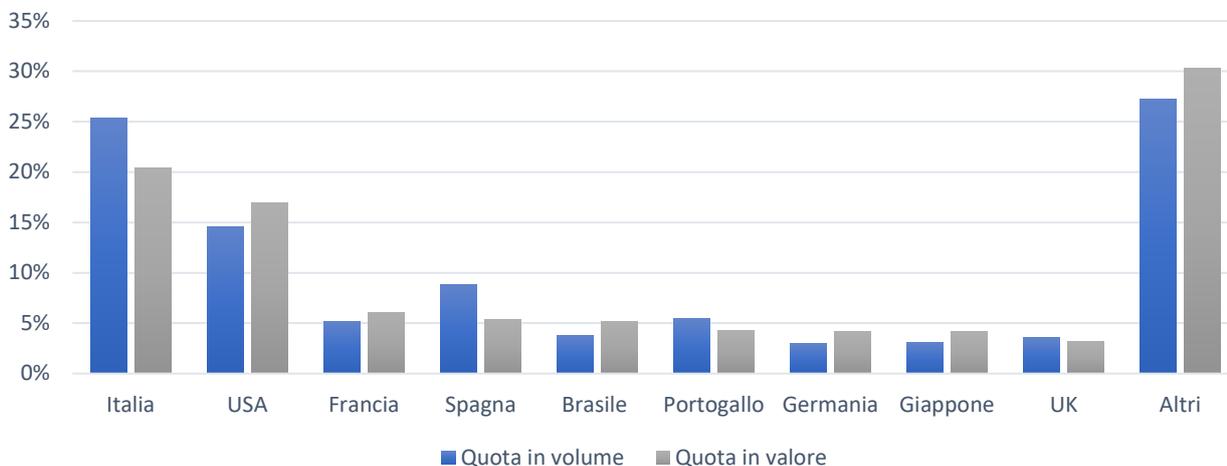
Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade

Concentrando l'analisi sull'olio d'oliva vergine ed extravergine si evince che i volumi scambiati nel 2019 sono ammontati a circa 1,7 milioni di tonnellate, a fronte di un valore di 5,2 miliardi di euro, oltre il 70% degli scambi mondiali sia in volume che in valore. Una tonnellata di olio su due movimentata a livello globale proviene dalla Spagna, cui seguono, a notevole distanza, Italia, Portogallo, Tunisia e Grecia.



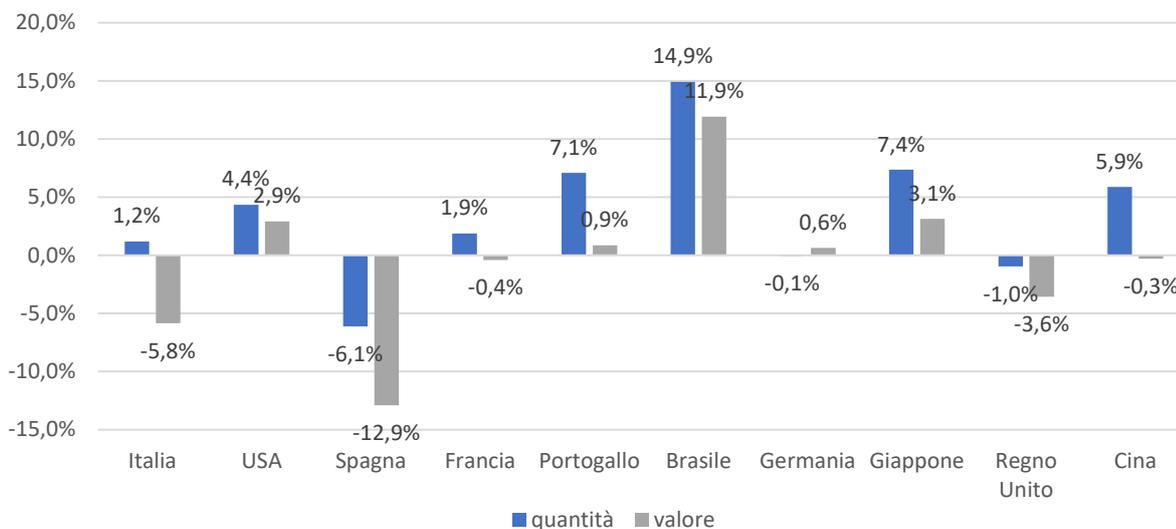
Come già sottolineato, oltre che secondo esportatore, l'Italia è anche il principale acquirente mondiale di olio di oliva, con una quota pari del 31% nel 2019, seguita da USA e Spagna. I primi 5 paesi concentrano il 60% delle importazioni mondiali espresse in valore e il 65% in quantità, quote che salgono all'80% se vengono considerati i primi 10 importatori.

Fig 22. I principali importatori mondiali nel 2019: quote in volume e valore



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade

Fig 23. Tasso di variazione medio annuo 2016-2019 dell'import di olio d'oliva per paese



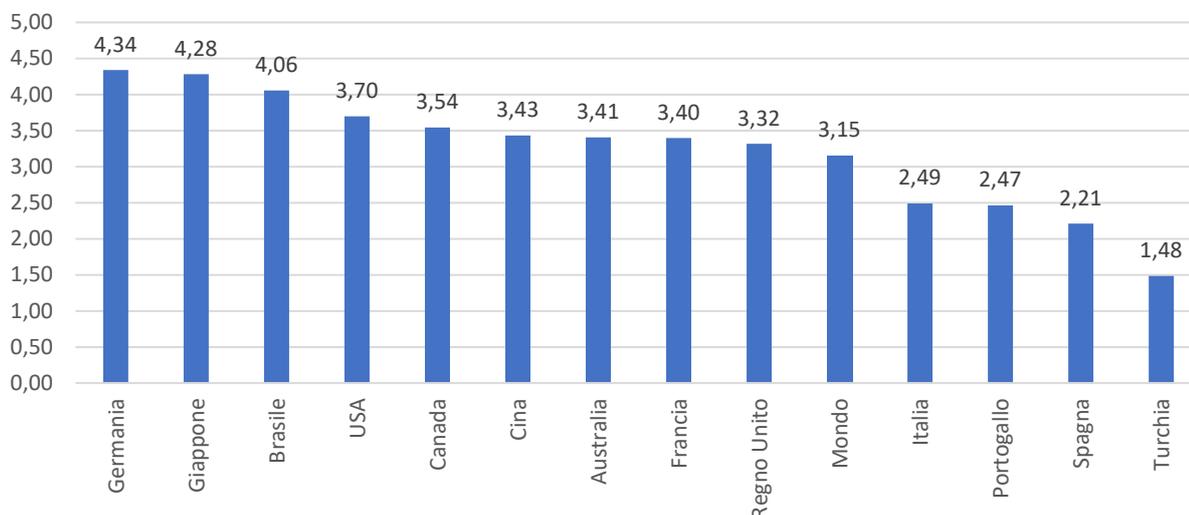
Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade

Negli ultimi quattro anni non solo si evidenzia una diversa evoluzione dei flussi complessivi in volume e in valore, ma anche tra i principali competitor del settore le differenze sono piuttosto marcate. Se, infatti, si confrontano Italia e Spagna, che importano soprattutto per riesportare, si osserva che: le importazioni italiane hanno perso in valore il 5,8% in media ogni anno, a fronte di un incremento dei volumi dell'1,2%; quelle della Spagna hanno avuto flessioni molto più marcate, sia in volume sia in valore; la domanda di olio d'oliva, al contrario, è stata molto dinamica negli USA, con un +4,4% in volume e un +2,9% in valore mediamente ogni anno.



Nel 2019 il prezzo medio all'import dell'olio d'oliva è stato di 3,15 euro/kg, in calo del 12% rispetto al livello del 2016. I paesi produttori del Mediterraneo (Italia, Spagna, Portogallo e Turchia) sono anche quelli che importano olio a un prezzo più conveniente, inferiore a 2,50 euro/kg.

Fig 24. Valore medio all'import dei principali paesi importatori di olio d'oliva nel 2019 (€/kg)

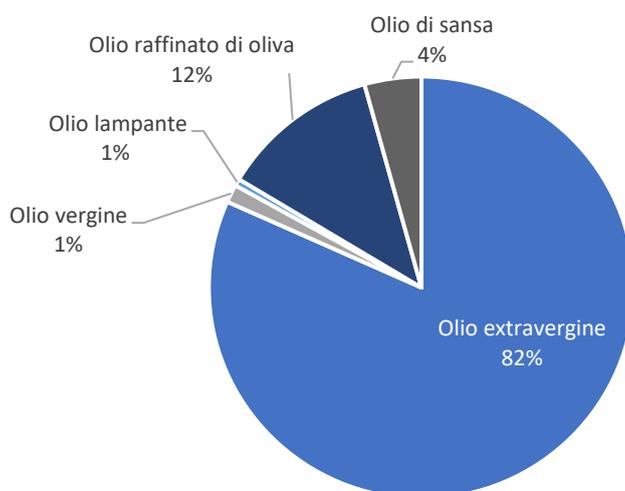


Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade (Codice NC 150910)

6.2 La bilancia commerciale italiana

L'Italia si configura come un importatore netto di olio d'oliva e sansa, con un disavanzo pari a 263.000 tonnellate e 62 milioni di euro nel 2019, proseguendo la riduzione registrata nell'ultimo triennio. A questo proposito, va sottolineato che proprio per il fatto che l'Italia acquista olio ad un prezzo più basso di quello medio mondiale e lo vende a un prezzo più alto, il disavanzo pesa il 28% sul volume complessivo di import-export italiano di olio d'oliva, ma appena per il 2% sul corrispondente valore dell'interscambio commerciale.

Fig 25. Composizione del valore dell'export italiano di olio di oliva e sansa per tipologia di prodotto nel 2019



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

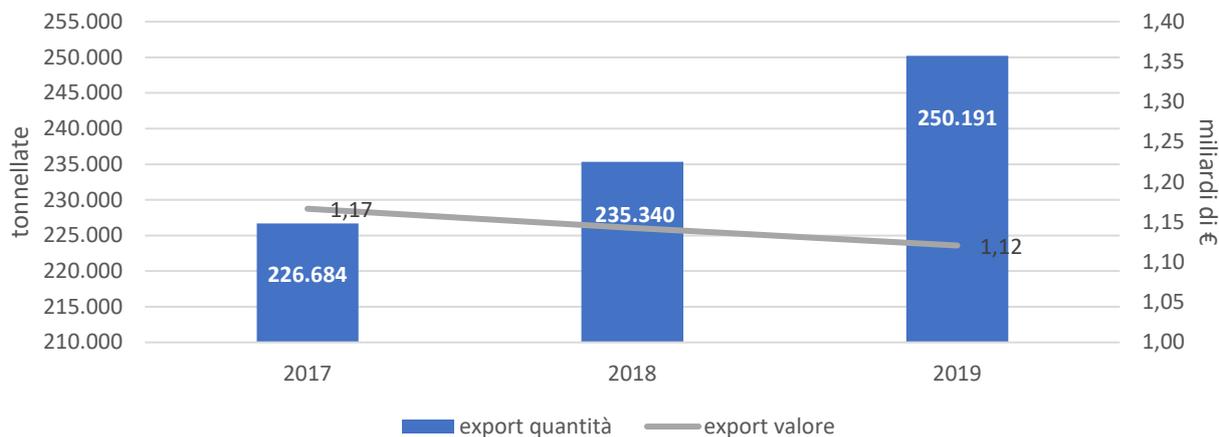
Tra il 2016 e il 2019 le esportazioni del settore sono diminuite del 6,6% in quantità e del 10,3% in valore, mentre le importazioni sono aumentate del 3,1% in volume, a fronte di un calo del valore molto consistente



(-22,8%). Queste dinamiche hanno portato a una riduzione del deficit in valore di ben 267 milioni di euro e di un aggravamento di quello in volume di 42 mila tonnellate.

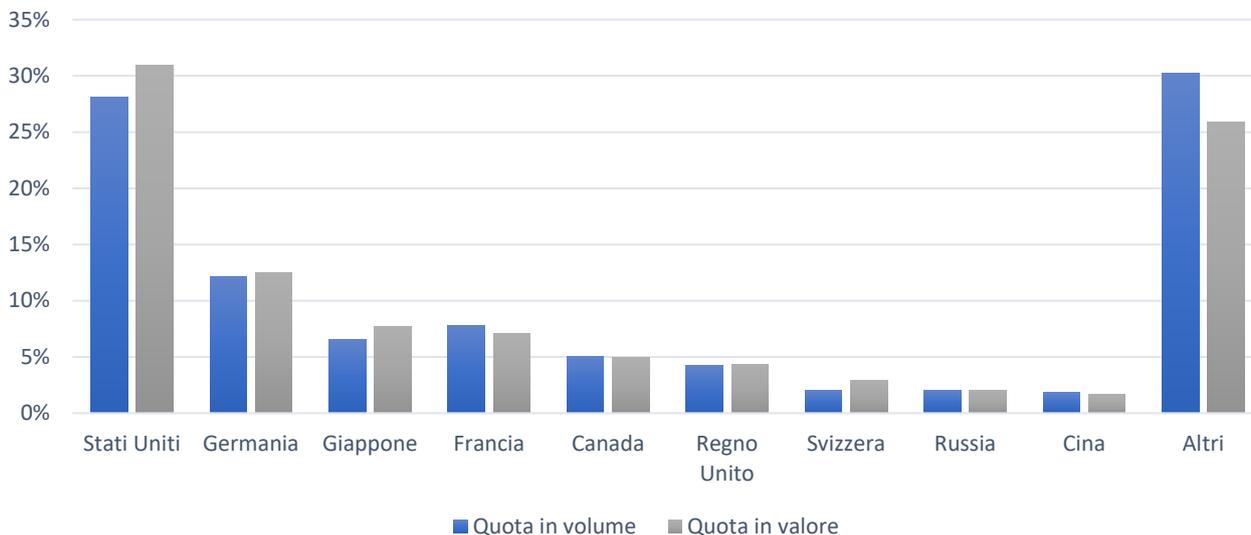
Il valore delle esportazioni di olio d'oliva e sansa rappresenta il 3,1% dell'export agroalimentare nel complesso, in diminuzione rispetto al 4,1% del 2015, e si attestano su quasi 1,4 miliardi di euro. L'82% del valore dell'export italiano del settore si deve all'olio extravergine di oliva, il 12% a quello raffinato di oliva, il 4% a quello di sansa, il restante 2% al vergine e al lampante.

Fig 26. Esportazioni italiane di olio extravergine di oliva in volume e valore



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Fig 27. I principali paesi clienti dell'olio di oliva italiano nel 2019: quote in volume e valore



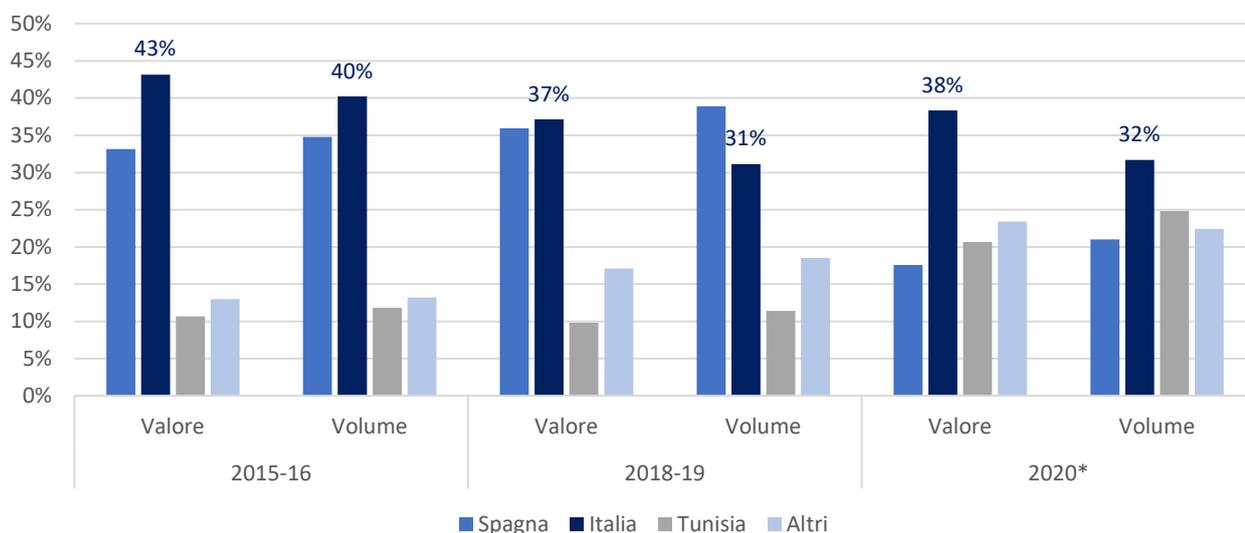
Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT



Tra il 2017⁶ e il 2019, le esportazioni di olio extravergine italiano, che coprono oltre l'80% del totale, sono cresciute del 10,4% in volume, oltrepassando le 250 mila tonnellate, a fronte di un calo del valore dell'export del 3,9%.

L'export, pur raggiungendo diversi paesi clienti, è comunque molto concentrato ed è soprattutto dipendente da due mercati: Stati Uniti e Germania, che da soli rappresentano oltre il 40% del totale esportato nel complesso. Peraltro, gli Stati Uniti negli ultimi anni hanno aumentato la propria domanda sia di olio spagnolo sia di quello tunisino, riducendo quindi la quota dell'Italia. Nel 2020, peraltro, la pandemia non ha interrotto il trend positivo della domanda statunitense che, invece, ha cambiato la composizione a causa dei dazi imposti dall'amministrazione Trump sull'olio spagnolo che ha perso quote rilevanti sia in volume che in valore. A guadagnare è stata invece la Tunisia, grazie anche ad una produzione dell'autunno 2019 particolarmente abbondante e il Portogallo (compreso nella voce altri) che, da una quota appena dell'1 o 2 per cento degli altri anni, è balzato al 10% circa sia in volume che in valore. L'Italia, di contro, ha aumentato in maniera molto lieve il proprio peso.

Fig 28. Evoluzione della posizione competitiva dell'Italia e dei principali competitor sul mercato USA (quote sulle importazioni totali statunitensi)

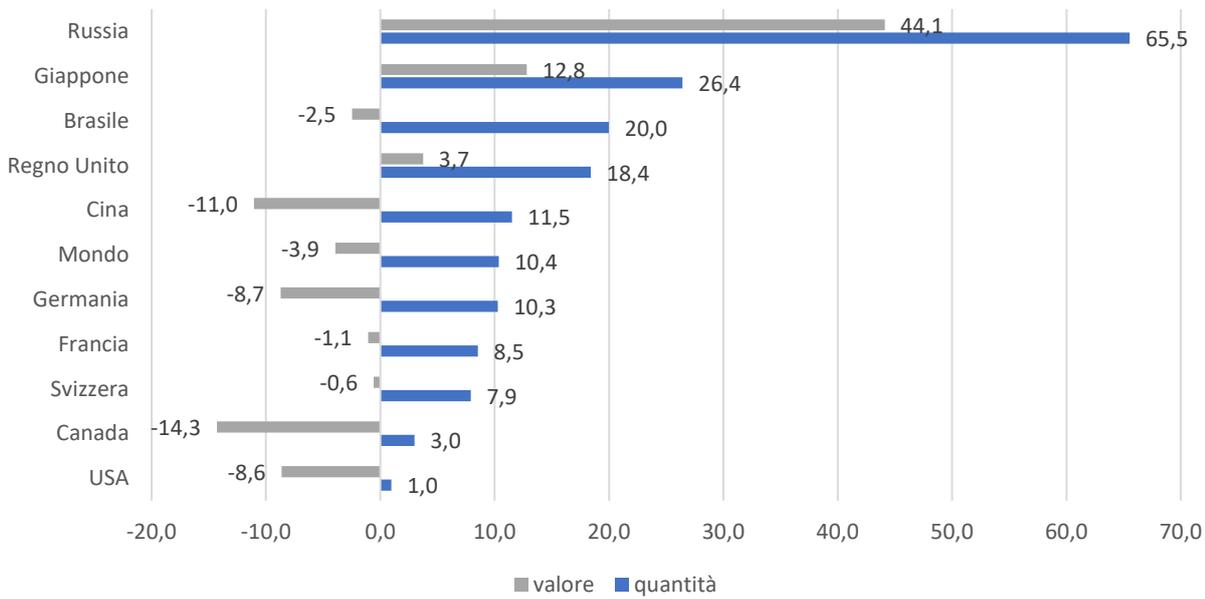


Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ITC UN Comtrade; *stima

⁶ I dati degli scambi commerciali con il dettaglio dell'olio extravergine sono disponibili dal 2017 per la creazione di un codice della nomenclatura combinata (NC8) ad hoc, in precedenza l'olio extravergine di oliva veniva considerato insieme all'olio vergine di oliva.

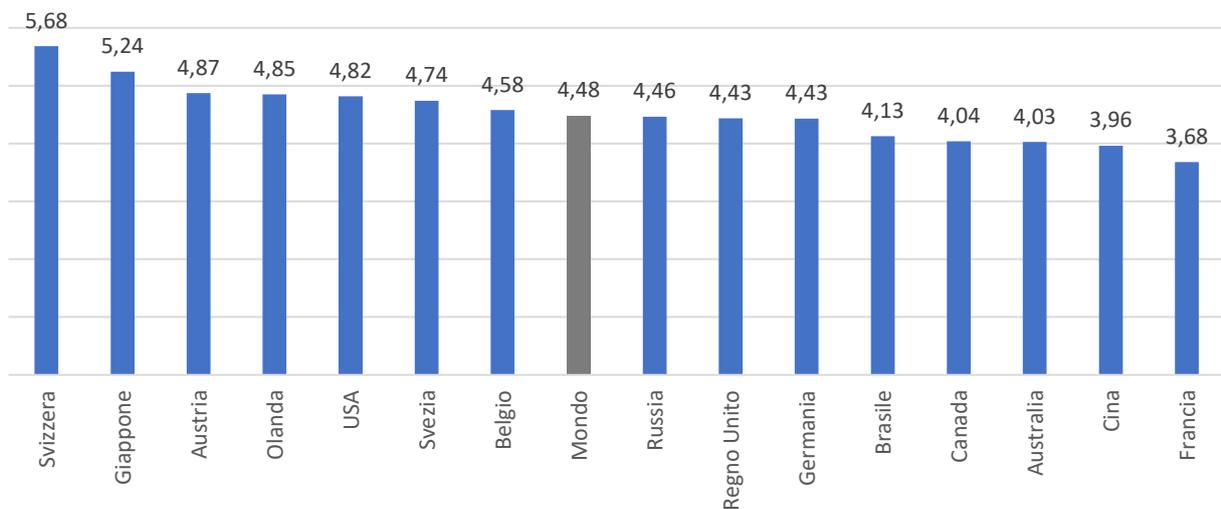


Fig 29. Variazione delle esportazioni italiane di olio di extravergine oliva nei principali paesi clienti: 2019 vs 2017



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Fig 30. Valori medi all'export dell'olio extravergine italiano per mercato di destinazione nel 2019 (€/kg)

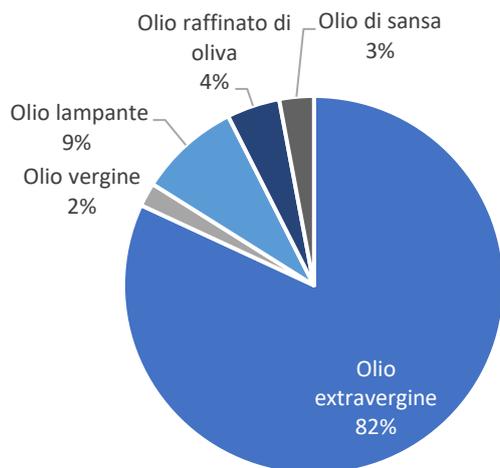


Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Sul fronte passivo della bilancia commerciale la concentrazione delle importazioni è molto più elevata con riferimento alla Spagna, che detiene una quota della domanda italiana costantemente superiore al 60% con punte vicino all'80%. Negli anni in cui la Spagna ha meno disponibilità, guadagnano quote del mercato italiano sia la Grecia che la Tunisia.

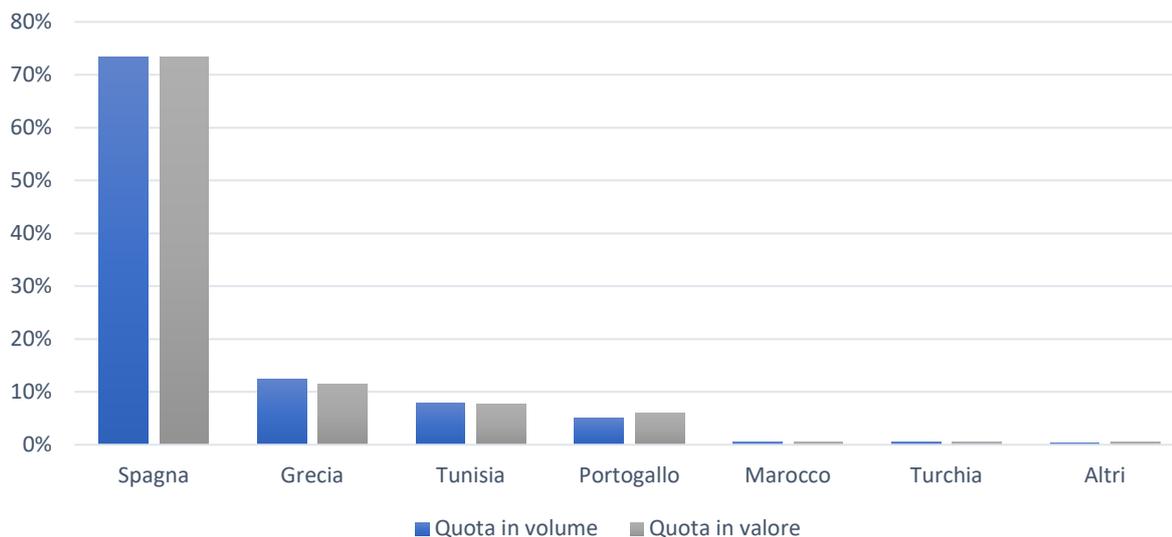


Fig 31. Composizione del valore dell'import italiano di olio di oliva e sansa per tipologia di prodotto nel 2019



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

Fig 32. I principali Paesi fornitori di olio di oliva dell'Italia: quota in volume e in valore



Fonte: elaborazioni RRN-ISMEA su dati ISTAT

A determinare le dinamiche future del commercio internazionale di olio d'oliva concorreranno numerosi fattori:

- la crescita del reddito pro capite, che è una delle principali determinanti della maggiore attenzione dei consumatori verso oli con attributi qualitativi di processo e di prodotto;
- le strategie dei paesi produttori, compresi quelli mediterranei non-Ue, che stanno investendo sul settore olivicolo-oleario, non solo in termini di nuovi impianti ma anche di moderne tecnologie di estrazione e strategie commerciali;
- le politiche commerciali sempre più aggressive che segnalano un possibile ritorno a politiche protezionistiche, come dimostrano i dazi statunitensi;
- il livello di conflittualità degli attori della filiera (particolarmente evidente in Italia) che rende difficile la costruzione e l'adozione di strategie nazionali di sviluppo del settore.

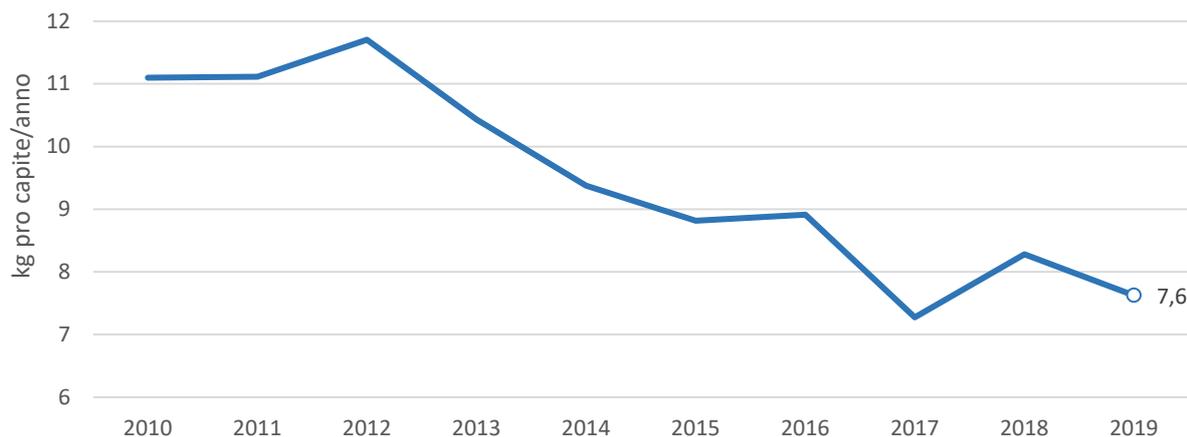


7. La domanda nazionale

7.1 L'olio nei consumi degli italiani

L'Italia ha il primato mondiale dei consumi di olio d'oliva, con circa 500 mila tonnellate annue. Così come la produzione, anche il consumo pro capite di olio di oliva in Italia segue un trend discendente nel lungo periodo. Secondo i dati del bilancio di approvvigionamento, il consumo pro capite è arrivato a 7,6 kg annui, dai circa 12 kg del 2012.

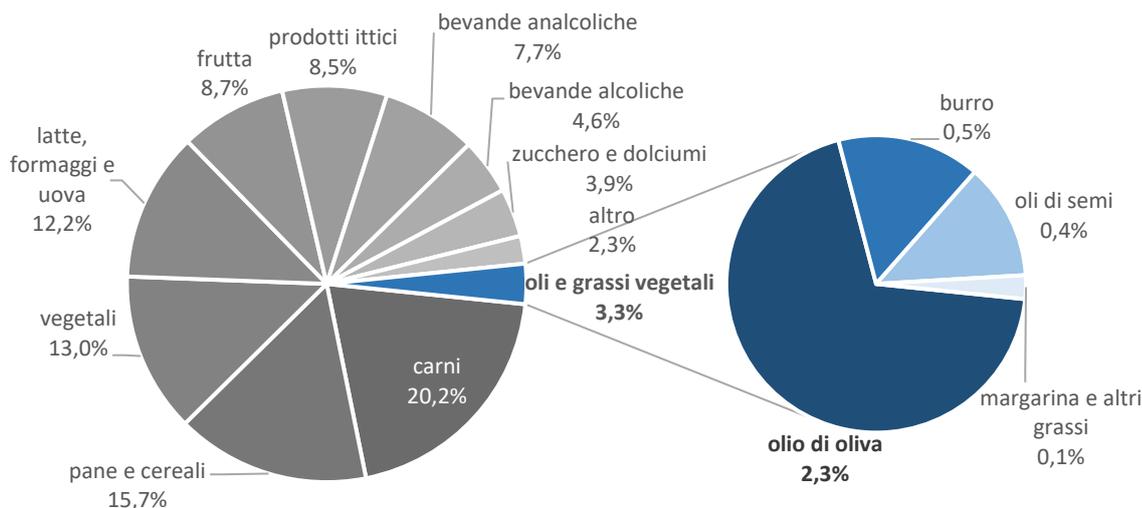
Fig 33. Consumo umano apparente di olio d'oliva pro capite in Italia



Fonte: RRN-ISMEA

Dall'analisi dei dati Istat sulla spesa delle famiglie emerge che mediamente gli Italiani destinano il 3,3% della spesa alimentare agli oli e grassi vegetali e animali. Il grasso maggiormente acquistato è l'olio d'oliva, che pesa per il 2,3% della spesa alimentare complessiva, seguito dal burro (0,5%), dagli oli di semi (0,4%), mentre la margarina e gli altri grassi animali e vegetali hanno un peso ancor meno rilevante (0,1%).

Fig 34. Composizione della spesa per alimentari e bevande analcoliche nel 2019



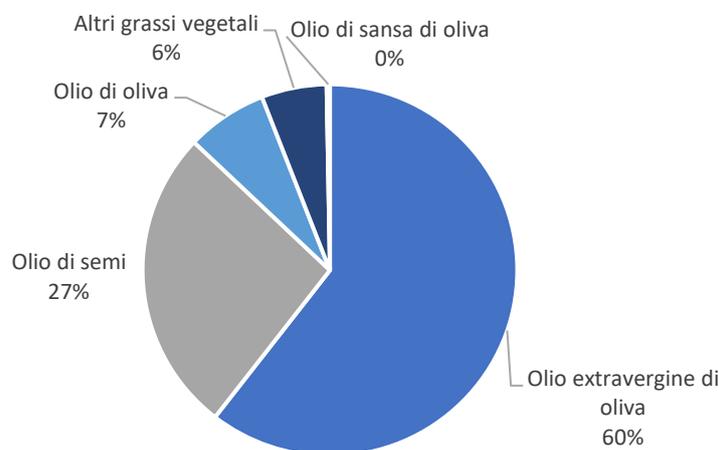
Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati Istat



Il consumo di olio di oliva avviene soprattutto all'interno delle mura domestiche, mentre il 30% viene consumato attraverso il canale Ho.re.ca. Se si considera il segmento dell'extravergine, il consumo entro le mura domestiche, secondo le stime Ismea, sfiora l'80%. Il monitoraggio delle vendite di olio in Italia è molto complesso, per la rilevanza che il prodotto sfuso ha sui consumi delle famiglie. Buona parte dei flussi di questa tipologia di prodotto sfuggono a qualsiasi rilevazione. Si tratta di autoproduzioni da parte delle famiglie o di acquisti presso i frantoi o direttamente presso le aziende agricole, che avvengono soprattutto nei territori dove tradizionalmente si coltiva l'olivo.

Di seguito vengono illustrate le principali informazioni sulle vendite al dettaglio presso la GDO degli oli confezionati, che essendo contraddistinti da un codice EAN beneficiano di un monitoraggio puntuale. Dall'analisi dei dati emerge che il 60% del valore di oli e grassi vegetali si deve all'olio extra-vergine di oliva, seguito dagli oli di semi (27%), dagli oli di oliva (7%), dagli altri grassi vegetali (6%), quali margarina e panne vegetali; infine, una percentuale ridottissima è rappresentata dall'acquisto di olio di sansa, che ormai sta sparendo dal carrello delle famiglie.

Fig 35. Composizione delle vendite di oli e grassi vegetali presso i punti vendita della GDO nel 2020 (gennaio-novembre)



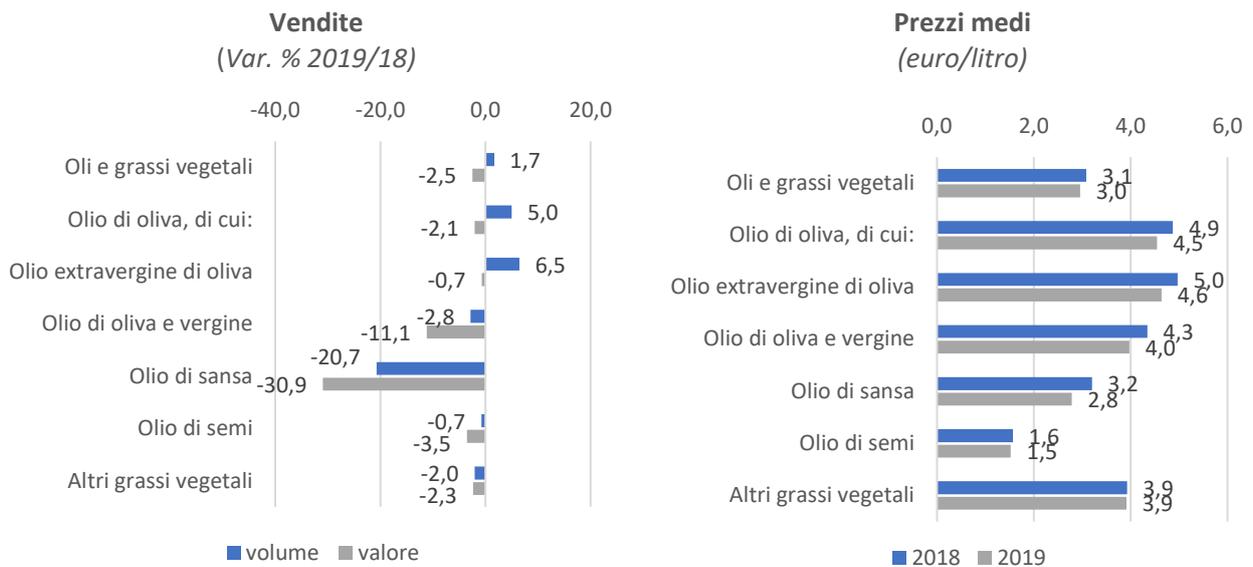
Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati Nielsen Market-Track

Le informazioni sulle vendite negli ultimi tre anni indicano innanzitutto una flessione dei prezzi medi al dettaglio tra il 2018 e il 2020. Nel 2019, i volumi di oli d'oliva venduti sono aumentati del 2,5%, a fronte di una flessione del valore del 2,1%. Questa generale dinamica di comparto deriva per lo più dall'olio extravergine d'oliva, i cui volumi sono aumentati del 6%, a fronte di un calo della spesa dello 0,7%, con un prezzo medio che è passato da 5 euro al litro nel 2018 a 4,6 nel 2019. Al contrario, tutti gli altri prodotti del comparto hanno subito una flessione delle vendite sia in volume sia in valore.

Nel corso del 2020 è proseguito il trend negativo dei prezzi degli oli d'oliva, con ad esempio l'extravergine che è passato da 4,7 euro al litro nel 2019, a 4,4 nel 2020. Il *lockdown* ha impresso una spinta positiva sia alla spesa sia ai volumi di extravergine, rispettivamente con un +2,5% e un +7,4%. Per l'olio di oliva e quello vergine, invece, c'è stato un importante incremento dei volumi (+5,9%), ma un calo della spesa (-1,3%). La riscoperta dei fornelli durante il *lockdown* ha dato impulso anche ai consumi degli altri prodotti della categoria, come gli oli di semi (+9,8% in volume e +12,2% in valore), ma soprattutto gli altri grassi vegetali - margarina e panne vegetali -, i cui acquisti sono aumentati del 21,8% in volume e del 20,7% in valore.

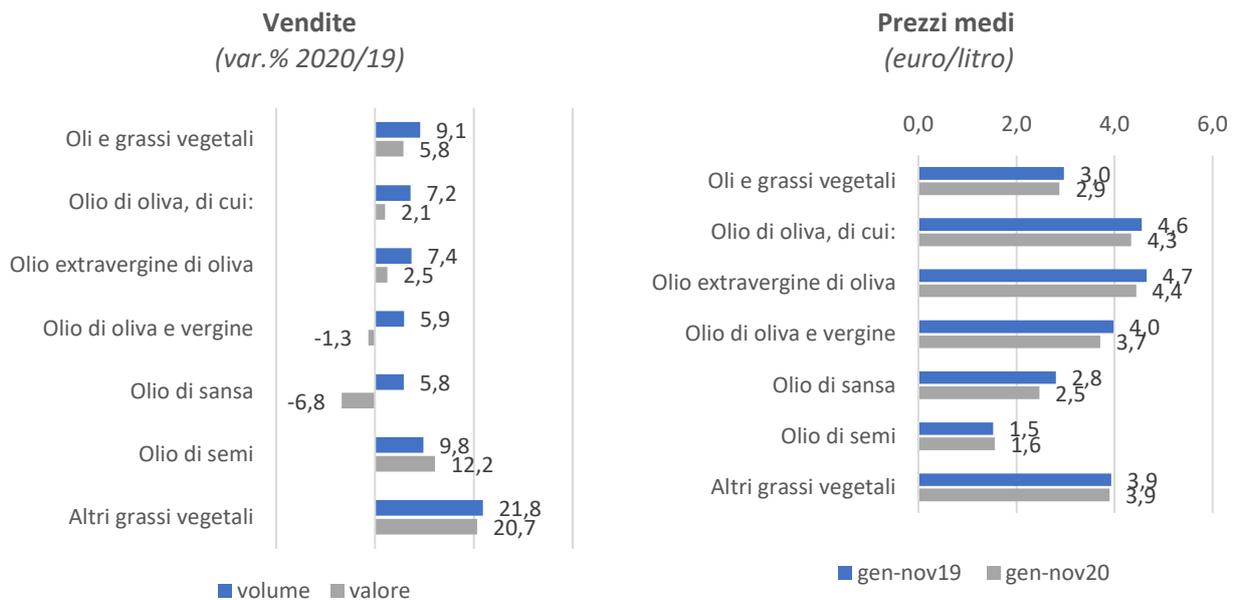


Fig 36. Dinamiche delle vendite e dei prezzi al dettaglio di oli e grassi vegetali nel 2019



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track

Fig 37. Dinamiche delle vendite e dei prezzi di oli e grassi vegetali nel 2020 (gennaio-novembre)



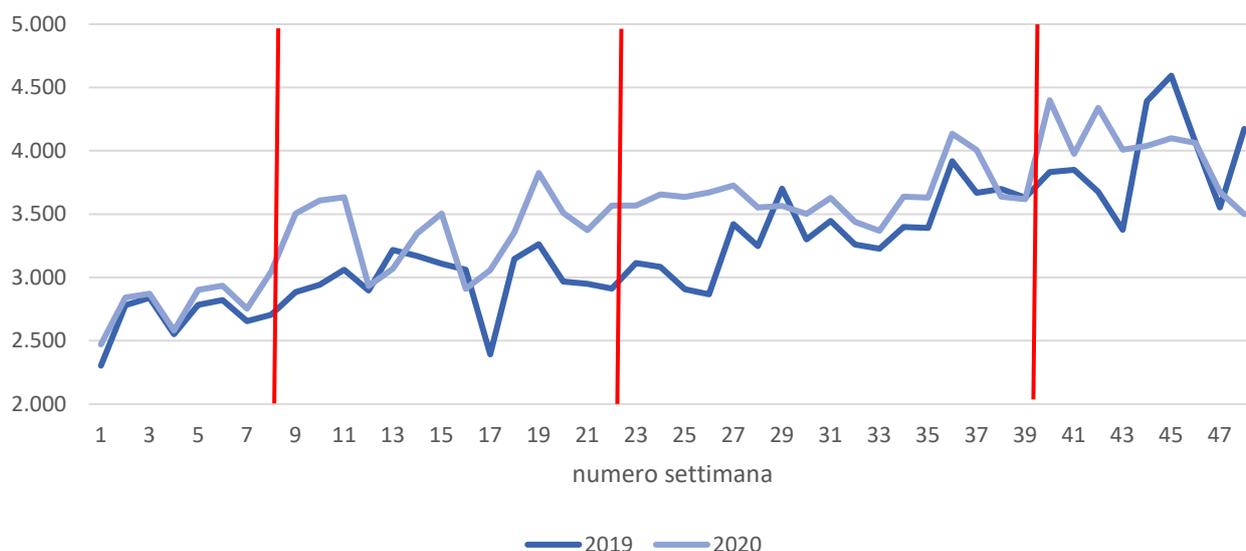
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track

Tornando alle vendite di extravergine, gli incrementi dei volumi più consistenti sono iniziate nella seconda metà di febbraio, quando già si paventava il rischio *lockdown* e, quindi, i consumatori sono corsi all'accaparramento di prodotti stoccabili per riempire le dispense.

Gli acquisti di extravergine sono stati sostenuti anche dopo il 4 maggio, a seguito della riapertura parziale delle attività, fino a tutto il mese di giugno. Una flessione delle vendite, che ha portato i volumi quasi sul livello dei corrispondenti periodi del 2019, c'è stata solo nel corso di luglio e agosto, quando le famiglie italiane sono tornate a una parvenza di normalità, grazie alla tregua concessa dall'andamento dei contagi e l'apertura di ristoranti e bar. A ottobre, con la risalita dei contagi e le parziali chiusure sono anche riprese le vendite dell'extravergine per il consumo domestico.



Fig 38. Vendite in volume settimanali di olio extravergine di oliva nel periodo gennaio-novembre 2019 e 2020 (tonnellate)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track; il periodo compreso tra le prime due righe rosse è il primo lockdown, mentre la terza riga rossa indica l'inizio della seconda fase pandemica

7.2 Le vendite per aree e canali

Le quote più elevate del valore delle vendite di olio extravergine di oliva confezionato presso la GDO spettano al Nord-Ovest (area Nielsen 1) e al Centro, inclusa Sardegna (area Nielsen 3), che coincidono con le zone più popolate del Paese. Nel 2019, i volumi di extravergine acquistato presso la GDO sono aumentati in tutte le aree, soprattutto nel Mezzogiorno dove si è osservata anche una crescita delle vendite in valore, mentre nelle altre aree la spesa ha avuto un andamento negativo o stagnante. Nel 2019 inoltre l'aumento degli acquisti rispetto al 2018 ha riguardato tutti i canali, in volume, mentre la spesa ha tenuto solo presso i supermercati.

Fig 39. Composizione delle vendite in valore di olio extravergine di oliva per area Nielsen e canale nel 2020



Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati Nielsen Market-Track

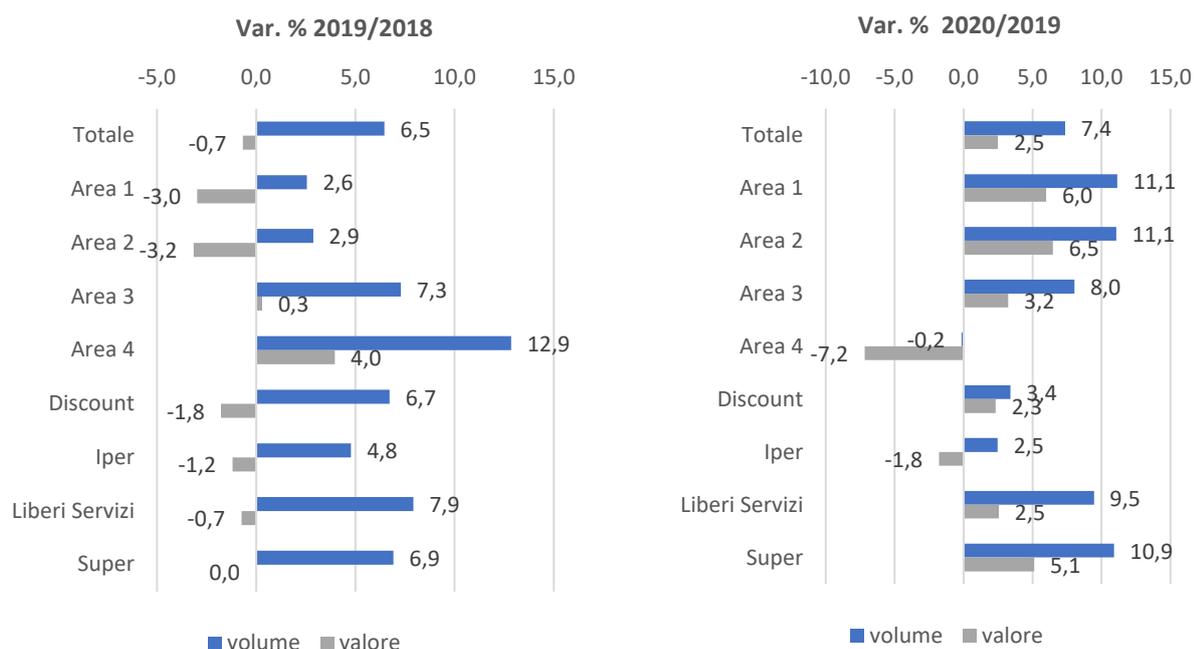
Al contrario, nel corso del 2020 gli acquisti di extravergine sono cresciuti ovunque sia in volume sia in valore, ad eccezione del Sud dove quasi a parità di volumi acquistati rispetto al 2019, la spesa è diminuita di oltre il 7%.

A livello di canali, nel 2020 il 47% delle vendite di questo prodotto è avvenuto all'interno dei supermercati, il 26% presso gli ipermercati, il 14% presso i discount e il 13% presso i negozi a libero servizio. Gli acquisti di



olio sono aumentati in qualsiasi tipologia di negozio, ad eccezione di un calo della spesa presso gli iper, il canale in cui probabilmente c'è stata la maggiore pressione promozionale. Peraltro, gli ipermercati rappresentano il canale più penalizzato dalle misure di contenimento del Covid-19, visto che buona parte di questi sono localizzati all'interno dei centri commerciali, in cui i negozi non essenziali sono rimasti chiusi durante il lockdown, provocando un calo dei flussi normali di persone. Le limitazioni sempre più stringenti degli spostamenti hanno favorito la spesa nei negozi di prossimità, come si evince dagli incrementi più consistenti di super, liberi servizi, ma anche di discount, che generalmente presentano superfici e ubicazioni simili.

Fig 40. Dinamica delle vendite di olio extravergine di oliva per area e per canale nel 2019 e nel 2020



Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati Nielsen Market-Track

7.3 Le vendite di oli certificati

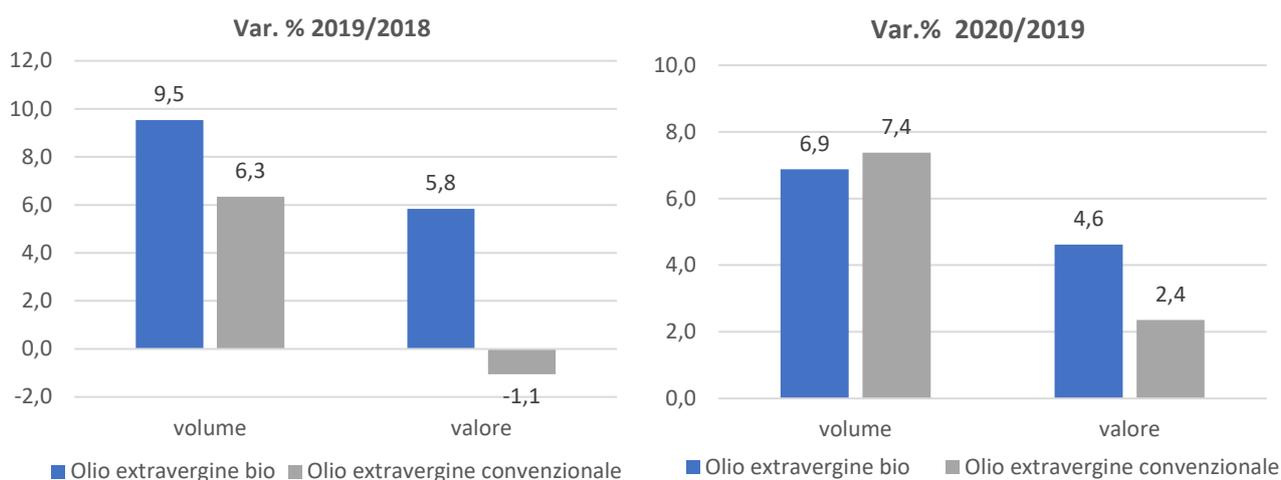
Passando ai consumi di oli certificati, le vendite di olio extravergine di oliva biologico rappresentano il 5,8% di quelle dell'intera categoria, mentre in volume il peso scende al 3,5%.

Il segmento bio si è dimostrato più dinamico del convenzionale: nel 2019, infatti, la crescita dei volumi di prodotto biologico è stata del 9,5%, mentre quella del prodotto convenzionale è stata del 6,3%; in valore, le vendite di olio bio sono aumentate del 5,8%, mentre per l'olio convenzionale c'è stata una flessione dell'1,1%, imputabile al calo dei prezzi. Nei primi undici mesi del 2020, le vendite in volume di olio convenzionale sono cresciute a un ritmo leggermente superiore rispetto a quelle del corrispondente prodotto bio (+7,4% a fronte di +6,9%); in valore, invece, l'incremento degli acquisti di olio biologico sono aumentati a un ritmo doppio rispetto al prodotto convenzionale (+4,6% a fronte di +2,4%).

Il prezzo al dettaglio dell'olio bio ha un differenziale di circa il 70% del prezzo convenzionale, rimasto costante tra il 2019 e il 2020.

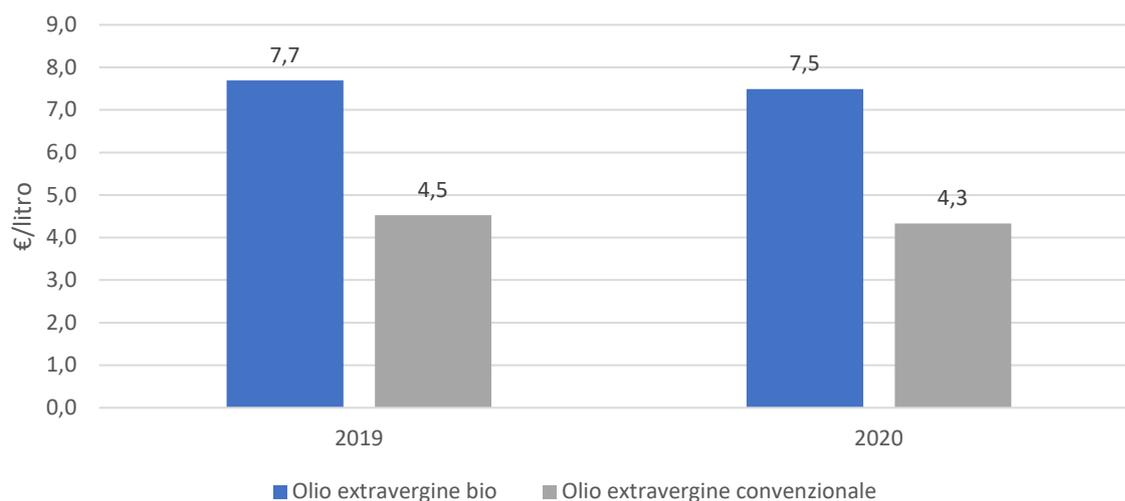


Fig 41. Vendite di olio extravergine di oliva bio e convenzionale a confronto



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track

Fig 42. Prezzi medi dell'olio extravergine di oliva bio e convenzionale



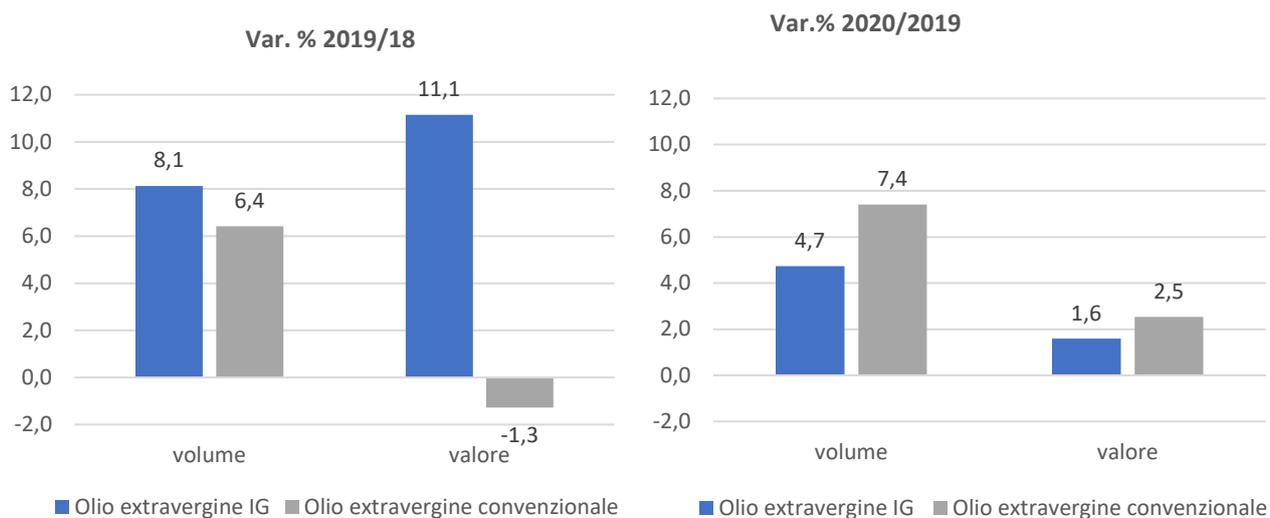
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track

Gli oli extravergini a Indicazione Geografica (IG) hanno un peso simile a quello del segmento bio sul valore della categoria, pari al 5,4%, a fronte di un'incidenza del 2% sul totale dei volumi di olio acquistati in Italia. Nel 2019 le vendite di oli IG sono state più dinamiche rispetto a quelle degli oli privi di indicazione geografica (+8,1% a fronte di +6,4% in volume e +11,1% a fronte di -1,3% in valore).

Situazione diversa nel 2020, quando gli acquisti di oli convenzionali sono aumentati in misura superiore rispetto a quelli IG (rispettivamente +7,4% e +4,7% in volume; +2,5% e +1,6% in valore). Il differenziale di prezzo tra l'olio IG e quello non IG è di gran lunga superiore rispetto a quello tra il bio e il convenzionale, oltre il 170% del prezzo del prodotto non certificato. Come già anticipato, va sottolineato che all'interno della categoria IG i prezzi medi delle diverse denominazioni sono molto vari, con differenziali minimi rispetto al corrispettivo olio convenzionale in alcune aree territoriali.

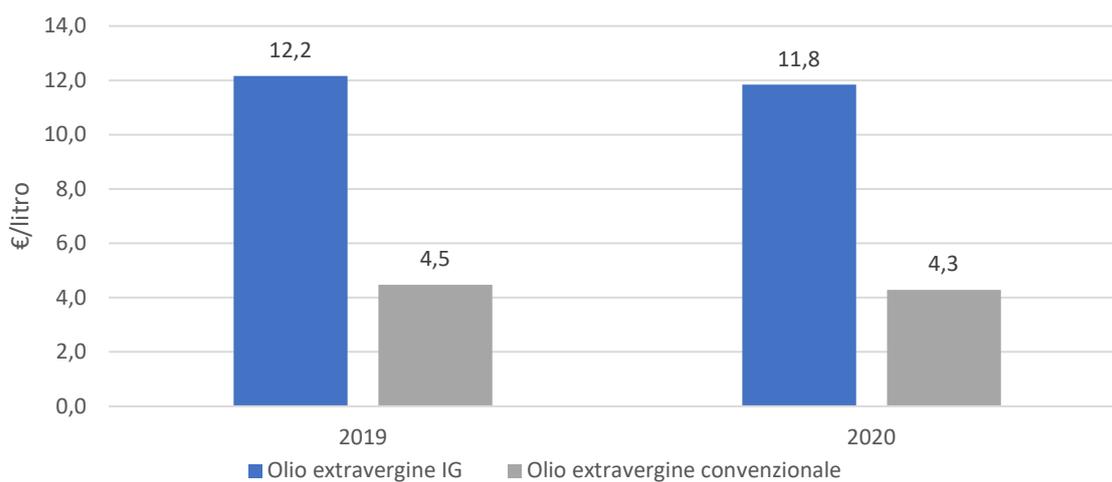


Fig 43. Vendite di olio extravergine di oliva IG e convenzionale a confronto



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track

Fig 44. Prezzi medi dell'olio extravergine di oliva IG e convenzionale



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Nielsen Market-Track



8. I costi di produzione dell'olio extravergine d'oliva in Italia

8.1 L'impianto dell'indagine

Nel corso del 2020, l'ISMEA, nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale, in particolare quelle della scheda "Competitività e Filiere Agroalimentari", ha realizzato un'indagine sui costi di produzione dell'olio extra vergine d'oliva, con l'obiettivo di colmare una carenza informativa su un tema molto rilevante per la competitività dell'olivicultura nazionale.

Al fine di poter avvicinare le aziende ed effettuare le interviste su un tema tendenzialmente considerato delicato, sono state coinvolte le principali associazioni del settore (Cia, Confagricoltura, Coldiretti, Unaprol, Italia Olivicola, e Unapol e FOOI), che hanno contribuito alla selezione delle aziende da includere nel campione e a mettere a disposizione alcuni rilevatori per le interviste.

Per quanto riguarda la localizzazione territoriale, le aziende sono state individuate nelle regioni italiane più rappresentative per la produzione di olio d'oliva, Puglia, Sicilia, Calabria e Toscana. L'analisi non è stata circoscritta esclusivamente a realtà specializzate nella produzione olivicola, ma sono state coinvolte anche aziende miste in cui l'olivicultura è comunque prevalente. In questi casi è stato necessario stimare la quota dei costi da attribuire all'attività olivicola.

Le unità produttive oggetto di indagine sono aziende in grado di confrontarsi con il mercato, escludendo quindi le realtà hobbistiche e quelle prevalentemente orientate all'autoconsumo, ancora numericamente molto rilevanti nel settore olivicolo italiano. Si è scelto quindi di fissare una soglia dimensionale minima pari a 2 ettari, in considerazione del fatto che le dimensioni medie aziendali sono pari a circa 1,6 ha/azienda. Da questo punto di vista non si riscontrano differenze significative tra i principali areali produttivi del paese, in quanto le regioni che presentano le dimensioni medie più elevate (Toscana, Puglia e Calabria) superano di poco i 2 ha/azienda.

8.2 Struttura della rilevazione dei dati

Nella prima fase dell'indagine è stato progettato il questionario, che successivamente è stato condiviso con le associazioni e con altri esperti di settore, prevedendo anche una fase di test su tre aziende olivicole (due del Centro Italia e una del Meridione) e una sessione di formazione dei rilevatori.

Il questionario ha rappresentato, quindi, lo strumento di rilevazione strutturato in tre sezioni:

- dati anagrafici e strutturali;
- ricavi e costi variabili 2019;
- costi fissi.

In particolare, la "scheda costi variabili", è stata costruita individuando:

- le operazioni colturali per l'olivo da olio;
- i fattori produttivi impiegati;
- il fabbisogno di manodopera (familiare, aziendale o contoterzismo);
- i livelli di impiego di ciascun fattore;
- i relativi prezzi;
- il costo complessivo colturale a ettaro.



La sezione anagrafica e strutturale contiene numerose informazioni di dettaglio, come le dimensioni aziendali, le caratteristiche degli impianti e delle zone altimetriche dove sono ubicati gli oliveti, il metodo di produzione (biologico, convenzionale), il tipo di produzione prevalente (olio o olive), il canale commerciale prevalente, l'eventuale presenza di un frantoio di proprietà e di impianti irrigui, il livello di meccanizzazione aziendale, oltre ad alcune indicazioni sul conduttore dell'azienda, come l'età.

La sezione dei ricavi e dei costi contiene le informazioni economiche sulla campagna 2019/2020, partendo dalle indicazioni dei dati (volumi e prezzo) sulle olive raccolte, sull'olio prodotto per categoria e tipologia di confezionamento, sugli eventuali sottoprodotti (legna da ardere e nocciolino). In questa sezione vengono richieste anche informazioni sui contributi e premi previsti dalla PAC ed eventuali risorse regionali. Oltre alle entrate derivanti dal pagamento unico, in alcune regioni è previsto il premio accoppiato, o contributi derivanti alle misure a superficie del PSR (biologico, indennità compensative, ecc.).

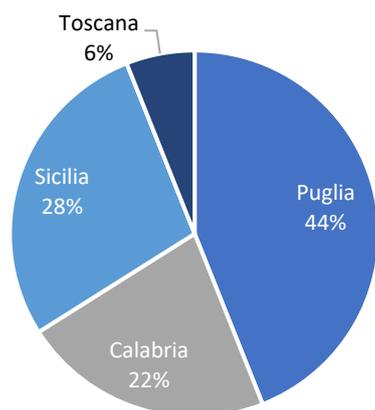
Le domande del questionario sviluppano anche una parte relativa a informazioni generali sul costo del gasolio, su quello della manodopera e sulla durata delle giornate lavorative. In seguito, con riferimento specifico all'annata 2019/2020 sono rilevati i dettagli in termini di gasolio, tempi e manodopera (operaio, operaio specializzato o contoterzismo) necessari per effettuare ciascuna operazione colturale, che deve essere elencata.

Nell'ultima parte della scheda sono stati inseriti i costi fissi, cioè quelli derivanti da ammortamenti di macchine, fabbricati, miglioramenti fondiari, impianti di irrigazione o impianti arborei e gli eventuali costi assicurativi, di manutenzione e finanziari; inoltre, in questa sezione sono indicate le eventuali spese fisse per servizi amministrativi e di assistenza fiscale, le quote associative e quelle di certificazione (biologico e IG).

8.3 Caratteristiche del campione

L'analisi ha riguardato complessivamente 50 aziende olivicole, distribuite territorialmente tenendo conto del peso delle singole regioni sulla produzione nazionale: 22 aziende in Puglia (44% del totale), 14 in Sicilia (28%), 11 in Calabria (22%) e 3 in Toscana (6%). L'indagine è stata realizzata nel primo semestre del 2020 mediante interviste dirette, compatibilmente alle problematiche legate all'emergenza Covid-19.

Fig 45. Distribuzione regionale delle aziende intervistate



Fonte: ISMEA-RRN

Dal punto di vista della dimensione e della tipologia di oliveto, la SAU media delle aziende intervistate è di circa 26 ettari, mentre la superficie olivetata media è pari a 14,5 ettari, ben superiore alla media nazionale delle statistiche ufficiali (1,6 ettari).

Disaggregando il campione, si evince che poco meno della metà delle aziende intervistate (46%) ha una superficie coltivata a olivo compresa tra i 2 e i 10 ettari, il 42% tra i 10 e i 30 ettari, il 12% oltre 30 ettari (solo



per le aziende pugliesi e calabresi). Soltanto il 12% delle imprese coltiva esclusivamente olivo, mentre la maggior parte delle aziende intervistate presenta anche altre colture. Le aziende esclusivamente olivicole, diffuse prevalentemente in Puglia, sono equamente suddivise tra le classi dimensionali 2-10 ettari (50%) e oltre 10 ettari (50%).

Per quanto riguarda la tipologia di oliveto, il 46% delle imprese ha un impianto intensivo, caratterizzato cioè da una densità superiore a 250 piante/ha, e il restante 54% di tipo tradizionale (meno di 200 piante/ha). Nel complesso, le aziende del campione hanno una densità media di impianto di 232 piante/ha.

Dall'analisi emerge che quasi metà delle imprese intervistate è certificata biologica, con una quota pari al 47% del totale a cui si aggiunge un 2% di aziende in fase conversione; in particolare, sono le imprese calabresi a essere più orientate verso il bio, probabilmente incentivate dai premi a superficie molto elevati previsti dal PSR.

A livello orografico, le imprese intervistate risultano equamente distribuite tra collina (46%) e pianura (54%). La maggior parte delle aziende (76%) si trova in zone non svantaggiate e la quota residua (24%) in aree svantaggiate. Solo in Calabria, la quota di aziende ubicate in aree svantaggiate è molto elevata (64%), in ragione della particolare orografia del territorio.

Tab 7. Distribuzione delle aziende intervistate per classe di SAU olivicola e metodo di produzione

Classe di SAU olivicola	%	Metodo di produzione	%
2-9,9 ha	46%	Convenzionale	51%
10-29,9 ha	42%	Biologico	47%
oltre 30 ha	12%	In conversione	2%
Totale	100%	Totale	100%

Fonte: ISMEA-RRN

Tab 8. Distribuzione delle aziende intervistate per zona altimetrica e tipologia d'impianto

Zona altimetrica	%	Tipologia impianto	%
Collina	46%	Intensivo (da 250 a 600 piante/ha)	46%
Pianura	54%	Tradizionale (<= 200 piante/ha)	54%
Totale	100%	Totale	100%

Fonte: ISMEA-RRN

All'interno del campione è abbastanza elevata la percentuale di aziende con raccolta completamente meccanizzata, pari al 38%, sebbene la maggioranza effettui la raccolta con strumenti agevolatori (60%). Residuale l'incidenza delle aziende che ancora praticano la raccolta manuale (2%). Nel 40% delle aziende intervistate gli oliveti sono irrigui, questa percentuale sale al 64% nel caso delle imprese pugliesi.

Per quanto riguarda la produzione, la maggior parte delle imprese coinvolte si occupa della commercializzazione dell'olio (65%), mentre il 35% si limita alla raccolta e alla vendita delle olive, senza seguire la fase di trasformazione. Anche quest'ultima pratica è molto diffusa in Puglia.

Tab 9. Distribuzione delle aziende intervistate per grado di meccanizzazione della raccolta

Meccanizzazione raccolta	%
Completa	38%
Con strumenti agevolatori	60%
Non meccanizzata	2%
Totale	100%

Fonte: ISMEA-RRN



Tab 10. Distribuzione delle aziende intervistate per tipologia di prodotto prevalente commercializzato

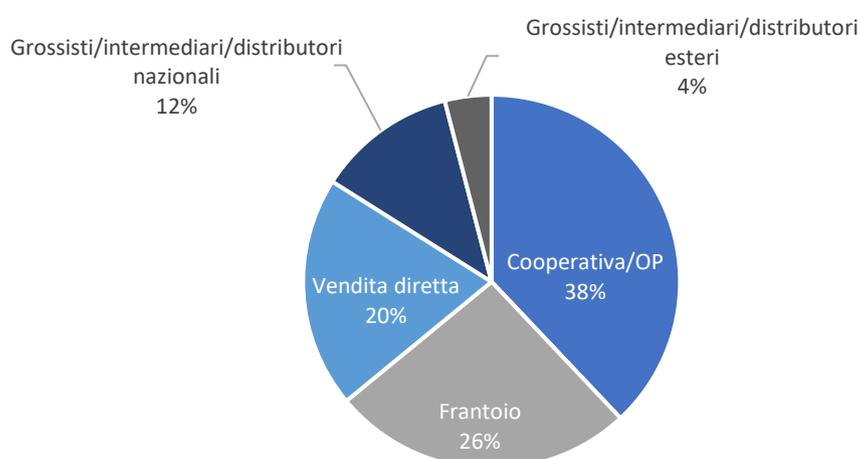
Produzione prevalente	Puglia	Calabria	Sicilia	Toscana	Italia
Prevalentemente olio	38%	91%	79%	100%	65%
Prevalentemente olive	62%	9%	21%	0%	35%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: ISMEA-RRN

Il canale di vendita prevalentemente utilizzato dalle imprese intervistate è la cooperativa/OP di appartenenza (38%), seguito dal frantoio (26%), dalla vendita diretta (20%), dai grossisti nazionali (12%) e, infine, da quelli esteri (4%). Solo il 12% degli imprenditori intervistati ha dichiarato di avere contratti pluriennali in essere, prevalentemente con frantoi, in un solo caso con un grossista.

Infine, soltanto il 12% delle aziende intervistate, nella maggior parte dei casi ubicate in Calabria, ha un frantoio di proprietà.

Fig 46. Canali commerciali prevalenti delle aziende intervistate



Fonte: ISMEA-RRN

Tra gli elementi che caratterizzano le aziende olivicole, di particolare interesse è la tipologia di manodopera impiegata e l'eventuale ricorso al conto terzi, anche in relazione all'elevato fabbisogno di manodopera per alcune operazioni colturali (in particolare raccolta e potatura). La maggior parte delle aziende intervistate (57%) dichiara di non avvalersi di manodopera familiare; le realtà produttive che invece utilizzano esclusivamente manodopera familiare, riuscendo quindi a svolgere tutte le operazioni colturali senza l'ausilio di salariati e/o contoterzismo, sono il 10% del campione. Da un'indagine simile svolta nel 2012⁷ emergeva uno scenario completamente diverso: la quota prevalente delle aziende (33%) era infatti gestita esclusivamente da manodopera familiare, mentre le imprese in cui tutte le operazioni colturali erano svolte da manodopera salariata e/o conto terzi rappresentavano solamente il 10% del totale. Questa notevole differenza si spiega considerando che nel 2012 il campione analizzato era caratterizzato dalla presenza di

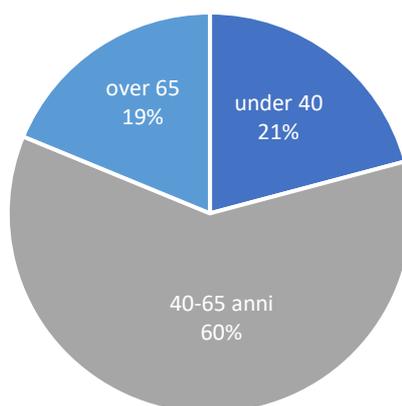
⁷ Cfr. ISMEA (2012), Indagine sui costi di produzione delle olive da olio, luglio, <http://www.pianidisetto.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/4%252F3%252Fa%252FD.970e9c7186c69083b691/P/BLOB%3AID%3D697>



diverse aziende di piccole dimensioni, più orientate all'autoconsumo, che in questa sede si è deciso di non considerare.

L'età media del conduttore nelle aziende analizzate è di 52 anni, e gli under 40 - età limite per essere considerato un giovane agricoltore -, rappresentano il 21% del totale (dai dati strutturali della SPA 2016 nel complesso delle aziende olivicole italiane questa percentuale si attesta al 4,6%). La fascia di età compresa tra 40 e 65 anni è la più numerosa con una quota del 60%, mentre gli over 65 sono il 19%.

Fig 47. Aziende intervistate per classe di età del capo azienda



Fonte: ISMEA-RRN

8.4 Il conto colturale della campagna 2019/20

8.4.1 La composizione dei ricavi aziendali

Prima di procedere all'analisi dei costi delle aziende olivicole è importante riprendere sinteticamente le dinamiche produttive e di mercato della campagna 2019/20, presa come riferimento per l'indagine. Come già detto, l'annata 2019/20 è stata positiva per il settore olivicolo, nonostante non possa essere considerata di "piena carica". Le regioni del Sud, infatti, hanno avuto una produzione di olio abbondante, ben superiore ai livelli bassissimi del 2018. Nelle regioni del Centro-Nord, invece, la produzione 2019 è stata particolarmente scarsa, soprattutto a causa di condizioni climatiche avverse. Malgrado la ripresa produttiva e in controtendenza con le dinamiche internazionali, i prezzi dell'olio extravergine di oliva sono aumentati nel 2019 rispetto al livello dell'anno precedente, sulla scia della scarsa disponibilità di prodotto del raccolto 2018.

Passando ai risultati dell'indagine, in termini di produttività, le aziende intervistate hanno registrato nella campagna 2019/20 una resa media per ettaro pari a 5.925 chilogrammi di olive, una resa media a pianta di 28 chilogrammi, e una resa in olio delle olive di circa il 16%. Il tempo medio a ettaro impiegato per la gestione complessiva dell'oliveto è di circa 31 giornate, considerando una giornata lavorativa da 6 ore e 30 minuti.

Il prezzo medio di vendita delle olive è 533 euro/tonnellata, con un range che va dai 310 ai 900 euro/tonnellata. Per quanto riguarda l'olio extravergine di oliva, invece, il prezzo medio di vendita è di 4.700 euro/tonnellata, con un valore minimo di 2,80 euro/chilogrammo osservato in un'azienda salentina e uno massimo di 15 euro/litro in Toscana.

Analizzando il conto colturale delle aziende intervistate emerge che i ricavi derivanti dalla vendita delle olive e/o dell'olio ammontano in media a 3.828 euro/ettaro. Scendendo nel dettaglio delle singole regioni - come ampiamente prevedibile - si è osservata una variabilità molto elevata. È la Toscana a registrare il livello di



ricavi più basso (mediamente 2.215 euro/ettaro), dato che la campagna produttiva è stata particolarmente penalizzante per quest'areale e quindi si sono avute basse rese ad ettaro. Dopo la Toscana seguono la Puglia (3.170 euro/ettaro), la Calabria (3.602 euro/ettaro), mentre le realtà produttive siciliane sono quelle che evidenziano i ricavi medi più elevati (5.383 euro/ettaro).

Il valore si modifica se nel conto colturale del campione si incorporano anche i contributi pubblici con il ricavo medio che cresce a 4.643 euro/ettaro. Anche in questo caso il valore più basso è osservato in Toscana (2.730 euro/ettaro), seguito dal dato relativo a Puglia (3.813 euro/ettaro), Calabria (4.865 euro/ettaro), sino a quello più elevato della Sicilia (6.183 euro/ettaro).

Tab 11. Conto colturale campagna olivicola 2019/2020 totale e per regione (euro/ettaro)

Voce	Calabria	Puglia	Sicilia	Toscana	Totale
Totale ricavi	4.865	3.813	6.183	2.730	4.643
Ricavi da vendite	3.602	3.170	5.384	2.215	3.828
Contributi	1.263	643	799	516	816
Totale costi variabili	2.577	1.819	4.275	1.329	2.644
Energia	194	233	514	81	294
Manodopera	1.535	1.254	2.974	768	1.768
Concimi	293	124	183	144	179
Fitofarmaci	184	86	123	21	114
Irrigazione	64	48	28	0	43
Conto Terzi	306	75	453	315	246
MOL con contributi	2.288	1.994	1.908	1.401	1.999
MOL senza contributi	1.025	1.351	1.109	885	1.183
Totale costi fissi	1.154	544	816	1.077	786
Ammortamenti	619	277	468	620	426
Manutenzione	200	60	97	239	112
Oneri assicurativi	41	16	57	5	33
Oneri finanziari	1	0	0	0	0
Servizi amministrativi	76	44	42	43	50
Assistenza fiscale	36	48	36	90	45
Certificazioni	72	21	83	19	49
Quote associative	30	5	0	8	9
Imposte e tasse	79	73	32	54	62
Reddito operativo con contributi	1.133	1.449	1.093	324	1.212
Reddito operativo senza contributi	-130	806	294	-192	397

Fonte: ISMEA-RRN

Sulla base alle dichiarazioni degli intervistati l'incidenza dei contributi per ettaro sui ricavi complessivi è molto differente a livello territoriale; se in Puglia e in Toscana l'incidenza è vicina a quella media nazionale, ossia al 18%, in Sicilia è di molto inferiore (13%), mentre in Calabria è molto superiore alla media (26%). Il livello di contributi superiore in Calabria deriva dal maggiore orientamento delle imprese verso il metodo di coltivazione biologico, dovuto principalmente a premi per ettaro più elevati rispetto alle altre regioni.

Inoltre, la naturale maggiore presenza di aziende ubicate in zone svantaggiate in Calabria fa sì che le stesse possano accedere anche alla misura 13 del PSR, ossia l'indennità a favore delle zone soggette a vincoli naturali o ad altri vincoli specifici. La misura prevede l'erogazione di un pagamento per ettaro di superficie in zona svantaggiata per compensare perdite di reddito e maggiori costi rispetto a un'azienda ubicata in zona non soggetta a vincoli.



Tab 12. Conto culturale campagna olivicola 2019/2020 per regione (% sui ricavi, contributi inclusi)

Voce	Calabria	Puglia	Sicilia	Toscana	Totale
Totale ricavi	100%	100%	100%	100%	100%
Ricavi da vendite	74%	83%	87%	81%	82%
Contributi	26%	17%	13%	19%	18%
Totale costi variabili	53%	48%	69%	49%	57%
Energia	4%	6%	8%	3%	6%
Manodopera	32%	33%	48%	28%	38%
Concimi	6%	3%	3%	5%	4%
Fitofarmaci	4%	2%	2%	1%	2%
Irrigazione	1%	1%	0%	0%	1%
Conto Terzi	6%	2%	7%	12%	5%
MOL	47%	52%	31%	51%	43%
Totale costi fissi	24%	14%	13%	39%	17%
Ammortamenti	13%	7%	8%	23%	9%
Manutenzione	4%	2%	2%	9%	2%
Oneri assicurativi	1%	0%	1%	0%	1%
Oneri finanziari	0%	0%	0%	0%	0%
Servizi amministrativi	2%	1%	1%	2%	1%
Assistenza fiscale	1%	1%	1%	3%	1%
Certificazioni	1%	1%	1%	1%	1%
Quote associative	1%	0%	0%	0%	0%
Imposte e tasse	2%	2%	1%	2%	1%
Reddito operativo	23%	38%	18%	12%	26%

Fonte: ISMEA-RRN

Tab 13. Conto culturale campagna olivicola 2019/2020 (% sui ricavi, contributi esclusi)

Voce	Calabria	Puglia	Sicilia	Toscana	Totale
Ricavi da vendite	100%	100%	100%	100%	100%
Totale costi variabili	72%	57%	79%	60%	69%
Energia	5%	7%	10%	4%	8%
Manodopera	43%	40%	55%	35%	46%
Concimi	8%	4%	3%	7%	5%
Fitofarmaci	5%	3%	2%	1%	3%
Irrigazione	2%	2%	1%	0%	1%
Conto Terzi	9%	2%	8%	14%	6%
MOL	28%	43%	21%	40%	31%
Totale costi fissi	32%	17%	15%	49%	21%
Ammortamenti	17%	9%	9%	28%	11%
Manutenzione	6%	2%	2%	11%	3%
Oneri assicurativi	1%	1%	1%	0%	1%
Oneri finanziari	0%	0%	0%	0%	0%
Servizi amministrativi	2%	1%	1%	2%	1%
Assistenza fiscale	1%	2%	1%	4%	1%
Certificazioni	2%	1%	2%	1%	1%
Quote associative	1%	0%	0%	0%	0%
Imposte e tasse	2%	2%	1%	2%	2%
Reddito operativo	-	25%	5%	-	10%

Fonte: ISMEA-RRN

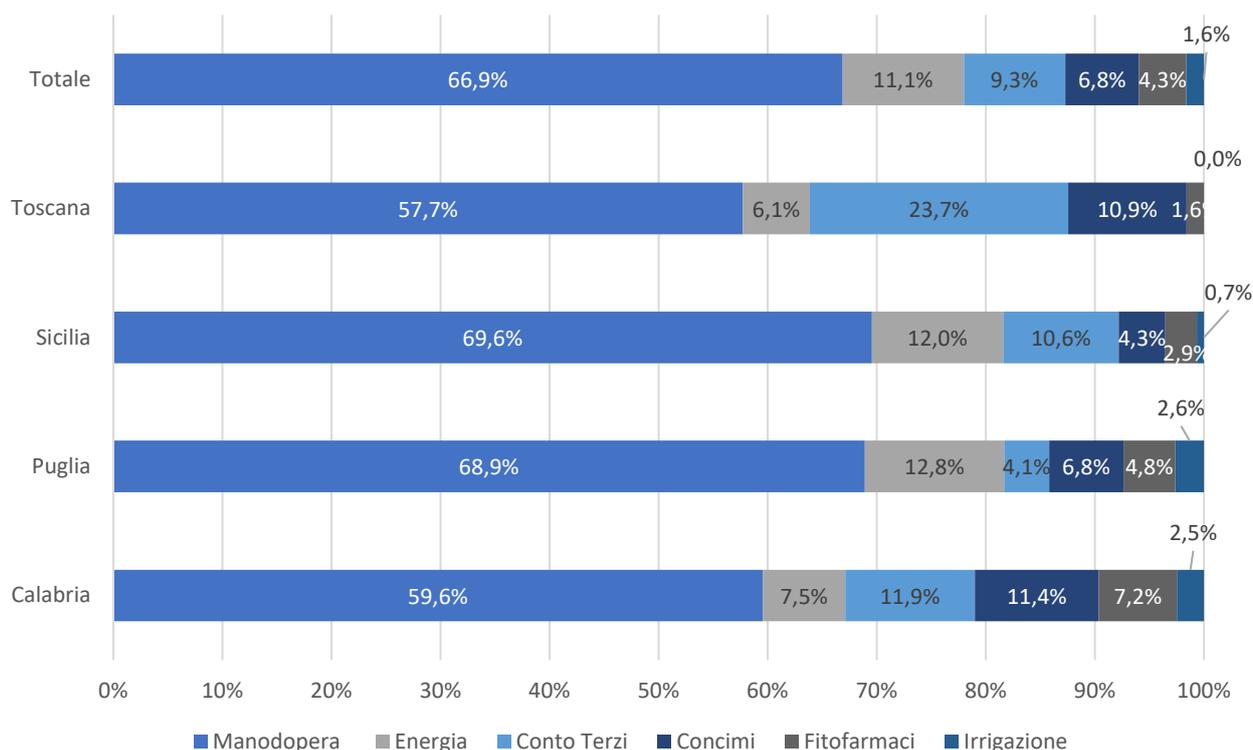


8.4.2 La struttura dei costi variabili

I costi variabili di produzione nelle imprese intervistate mediamente ammontano a 2.644 euro/ettaro e sono articolati in sei distinte categorie: **energia**, **manodopera**, **concimi**, **fitofarmaci**, **irrigazione** e **conto terzi**.

Le aziende siciliane sono quelle che hanno evidenziato i costi variabili più elevati, pari a 4.275 euro/ettaro. In seconda posizione si colloca la Calabria, con 2.577 euro/ettaro, seguita da Puglia (1.819 euro/ettaro) e Toscana (1.329 euro/ettaro).

Fig 48. Incidenza delle diverse categorie di costi variabili sul totale



Fonte: ISMEA-RRN

Il costo dell'**energia** deriva dal consumo di elettricità e di combustibili necessario per le diverse operazioni colturali, principalmente gasolio agricolo con quote residuali per la benzina, utilizzata in particolare nelle potature e nelle eventuali rifiniture con il decespugliatore nel diserbo meccanico. Nelle aziende analizzate il costo medio per l'energia rappresenta circa l'11% del totale dei costi variabili (294 euro/ettaro), ma ci sono notevoli differenze a livello regionale. Il valore assoluto più elevato è stato osservato in Sicilia (514 euro/ettaro, con un'incidenza sul dato complessivo dei costi variabili del 12%), dove molte aziende del campione dichiarano di eseguire più lavorazioni del terreno nel corso dell'anno con lo scopo di controllare lo sviluppo delle infestanti e di ridurre il rischio di incendi, in particolare durante la stagione estiva. Il costo per l'energia più basso è invece a carico delle aziende toscane, che in media spendono 81 euro/ettaro (6% del totale costi variabili); in queste realtà le lavorazioni del terreno si limitano ad una leggera erpicatura e alla trinciatura del cotico erboso. Nel mezzo si collocano Puglia e Calabria con un costo medio per l'energia rispettivamente di 233 euro/ettaro (incidenza del 13% sui costi variabili) e 194 euro/ettaro (8%).

Quella relativa alla **manodopera** è la voce che maggiormente incide sul bilancio delle aziende olivicole e nel campione in esame rappresenta in media il 67% dei costi variabili e copre il 46% dei ricavi di vendita, al netto quindi dei contributi pubblici. Va evidenziato che nell'analisi è stata considerato anche il lavoro svolto da manodopera familiare, al quale è stato attribuito lo stesso costo orario di quello salariato.



Anche per questa voce emergono rilevanti differenze tra le varie regioni; in Sicilia la manodopera rappresenta il 70% dei costi variabili e incide per il 55% sui ricavi delle vendite di olive e olio. Nelle aziende pugliesi queste percentuali sono rispettivamente del 69% e del 40%, in Calabria del 60% sui costi variabili e del 43% sui ricavi, in Toscana 58% e 35%.

Il costo medio dei **concimi** ammonta a 179 euro/ettaro, corrispondente ad una quota del 7% del totale dei costi variabili e con un'incidenza sui ricavi di vendita del 5%. A livello regionale è la Calabria a registrare la spesa più elevata in termini assoluti per i fertilizzanti, in media 293 euro/ettaro (11% del totale costi variabili). In seconda posizione si colloca la Sicilia con 183 euro/ettaro (4% dei costi variabili), seguita da Toscana (144 euro/ettaro, 11%) e Puglia (124 euro/ettaro, corrispondente al 7% dei costi variabili).

I **fitofarmaci** hanno invece un costo medio 114 euro/ettaro, che pesa il 4% sul dato complessivo dei costi variabili e il 3% sui ricavi derivanti dalla vendita di olive ed olio. Le aziende olivicole calabresi risultano quelle che mediamente spendono di più, 184 euro/ettaro che incidono per il 7% sul dato complessivo dei costi variabili e per il 5% sui ricavi di vendita.

Un ulteriore 6% dei ricavi delle vendite di olive e olio serve per coprire il costo del **lavoro conto terzi**. Questa voce incide per il 9,3% sul complesso dei costi variabili, con un'incidenza maggiore osservata per le aziende toscane (23,7% dei costi variabili). Al netto dei contributi pubblici, quindi, l'incidenza complessiva dei costi variabili sul ricavo medio del campione delle aziende è pari al 69%. Questo dato è più basso in Puglia e Toscana (rispettivamente 57% e 60%), superiore in Calabria (72%), ma soprattutto in Sicilia (79%) dove, come sottolineato in precedenza, la voce più cospicua è rappresentata dalla manodopera.

Conteggiando nei ricavi aziendali anche i contributi, l'incidenza media dei costi variabili cala al 57% dei ricavi complessivi. In questo caso i costi variabili rappresentano il 48% dei ricavi in Puglia, il 49% in Toscana, il 53% in Calabria e il 69% circa in Sicilia.

8.4.3 Il margine operativo lordo e il reddito operativo

Il **MOL (margine operativo lordo)**, dato dalla differenza tra i ricavi di vendita e i costi variabili) al netto dei contributi è in media di 1.183 euro/ettaro. A livello regionale, il MOL più elevato viene raggiunto dal sistema dell'olivicultura pugliese (1.351 euro/ettaro), seguito da quello siciliano (1.109 euro/ettaro), da quello calabrese (1.025 euro/ettaro) e da quello toscano (885 euro/ettaro). La maggiore redditività pugliese si deve al ricorso all'irrigazione che consente rese più elevate, a una maggiore spinta verso la meccanizzazione della raccolta che, unita a estensioni mediamente più elevate, facilita le economie di scala.

A premiare le aziende pugliesi è anche l'orientamento prevalente verso la produzione di olive, che mediamente consente un MOL più elevato (risparmio sui costi di molitura). Considerando nel conteggio anche i contributi pubblici il margine operativo lordo del campione cresce fino a 1.999 euro/ettaro.

Osservando le singole regioni emerge però una realtà molto diversificata, si va infatti dai redditi operativi "positivi" delle aziende pugliesi e siciliane (rispettivamente 620 euro/ettaro e 280 euro/ettaro), che evidenziano l'efficienza gestionale delle realtà produttive più strutturate di queste regioni, ai -195 euro/ettaro della Toscana e -214 euro/ettaro delle aziende calabresi. **In alcuni importanti areali produttivi nazionali si conferma, quindi, la fondamentale importanza del contributo pubblico per tutelare e preservare l'attività olivicola.**

L'analisi dei **costi fissi** delle aziende del campione restituisce ancor di più una fotografia della variegata olivicultura nazionale, anche tra le aziende di uno stesso areale produttivo.

Se nella media del campione i costi fissi ammontano a 786 euro/ettaro, per le aziende calabresi questa cifra sale a 1.154 euro/ettaro, seguite da quelle toscane (1.077 euro/ettaro), da quelle siciliane (816 euro/ettaro),

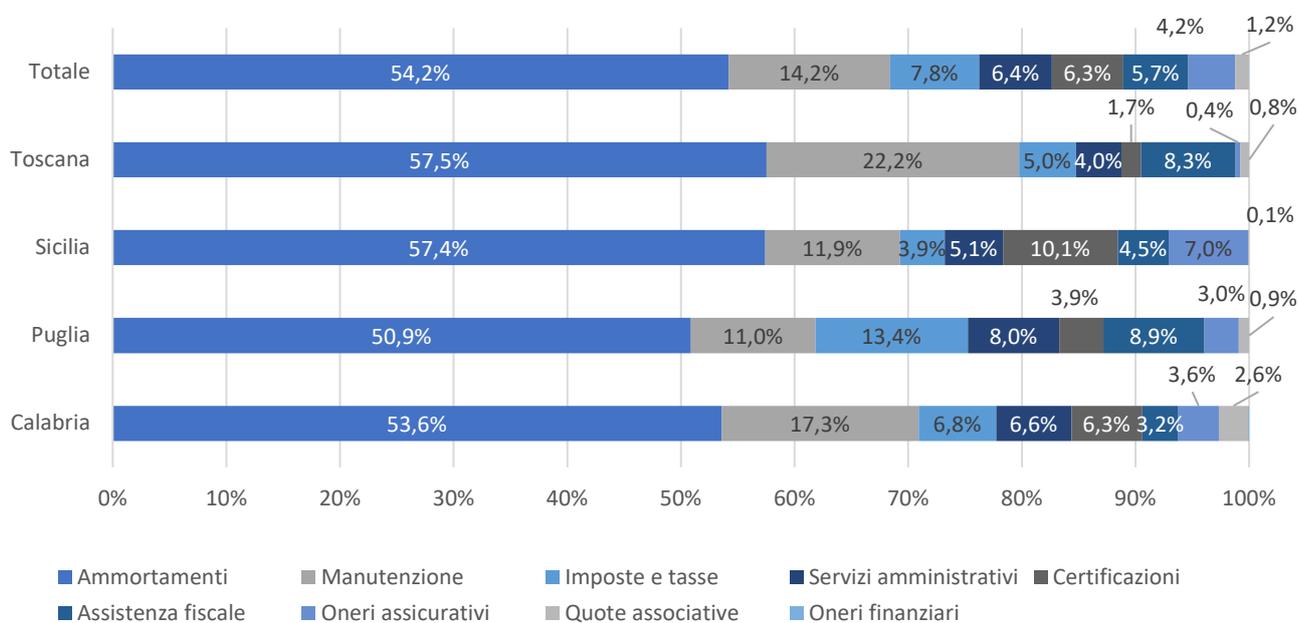


fino ad arrivare alla situazione più efficiente ed equilibrata delle aziende pugliesi, i cui costi fissi ammontano a 514 euro/ettaro.

Tra i costi fissi la voce principale di spesa è quella relativa agli **ammortamenti delle macchine e delle attrezzature** (54,2%), seguita dalle **spese di manutenzione** che rappresentano il 14,2% del totale dei costi fissi, e dal pagamento di imposte e tasse (7,8%). Il resto dei costi fissi è rappresentato da spese per servizi amministrativi (6,4%), per certificazioni (6,3%), per oneri assicurativi (4,2%) e quote associative (1,2%). Bassissima l'incidenza delle spese per oneri finanziari, a testimonianza dello scarso ricorso al credito da parte delle imprese olivicole.

A livello regionale, va evidenziata l'incidenza superiore alla media delle spese per ammortamenti nei bilanci delle aziende siciliane e toscane, alla quale si aggiunge quella per le spese di manutenzione limitatamente alle imprese toscane. Le imprese pugliesi si distinguono per un'incidenza superiore alla media delle spese per tasse e imposte (13,4% dei costi fissi a fronte di 7,8% della media del campione) e delle spese per assistenza fiscale (8,9% a fronte di 5,7%), ciò deriva dal maggiore ricorso alla manodopera richiesta dalle elevate estensioni aziendali.

Fig 49. Incidenza delle diverse categorie di costi fissi sul totale



Fonte: ISMEA-RRN

Il **reddito operativo, al netto dei contributi**, ottenibile sottraendo al MOL l'ammontare dei costi fissi è nella media del campione pari a 397 euro/ettaro. Anche in questo caso, a livello regionale il reddito operativo più elevato è raggiunto dalle aziende pugliesi che arrivano ad assicurare all'imprenditore 806 euro/ettaro, seguite da quelle siciliane (294 euro/ettaro). Per le imprese calabresi e toscane, considerare i costi fissi significa pervenire a un risultato operativo negativo, rispettivamente pari a -130 euro/ettaro e -192 euro/ettaro. Da tenere conto che per la Toscana la produzione 2019 non è stata particolarmente abbondante.

Per queste aziende, la presenza di contributi pubblici assicura un risultato positivo all'imprenditore, infatti, considerandoli, il reddito operativo delle aziende calabresi sale a 1.133 euro/ettaro, quello delle aziende toscane a 324 euro/ettaro; migliora anche il reddito operativo delle aziende pugliesi, salendo a 1.449 euro/ettaro e per quelle siciliane che arrivano a 1.093 euro/ettaro.



Con l'obiettivo di focalizzarsi sulle variabili fondamentali che influenzano la redditività è stata effettuata un'analisi incrociata dei costi variabili rispetto ad alcune caratteristiche aziendali, come:

- l'età del conduttore (in questo caso sono state fatte alcune considerazioni anche sui costi fissi),
- il metodo di coltivazione (biologico/convenzionale),
- la densità di impianto,
- il prodotto commercializzato (olive e/o olio),
- il livello di meccanizzazione,
- il grado di irrigazione degli impianti.

Età del conduttore

Analizzando il dato relativo all'anno di nascita del conduttore sono emerse alcune interessanti indicazioni sulla redditività in funzione dell'età anagrafica del responsabile dell'azienda olivicola. Il campione è stato diviso in due categorie, under 40 (considerati "giovani agricoltori") e over 40.

I conduttori under 40, che rappresentano il 21% del campione totale, dichiarano di aver ricavato dalla vendita di olive e olio in media 4.372 euro/ettaro, quasi il 19% in più del ricavo delle aziende guidate da un over 40 (3.681 euro/ettaro).

I costi variabili risultano leggermente più elevati per la categoria over 40, in media 2.643 euro/ettaro, +9% rispetto ai 2.419 euro/ettaro degli under 40.

Osservando le singole voci sembrerebbe che gli under 40 riescano a gestire razionalmente l'oliveto spendendo meno rispetto agli over 40 per energia (-14%), manodopera (-10%), concimi (-18%) e fitofarmaci (-68%). L'analisi dei dati relativi al costo dell'irrigazione evidenzia che le aziende dirette da un giovane agricoltore investono una cifra notevolmente più elevata per gli interventi irrigui rispetto alle realtà gestite da un over 40; circa 130 euro/ettaro contro soli 22 euro/ettaro. L'incidenza del lavoro conto terzi, che in gran parte delle aziende senza un frantoio di proprietà è rappresentato dal costo per la molitura delle olive, è molto simile; 247 euro/ettaro per gli under 40 e 241 euro/ettaro per gli over 40.

Tab 14. MOL campagna olivicola 2019/2020 delle aziende condotte da under 40 e over 40 (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro)

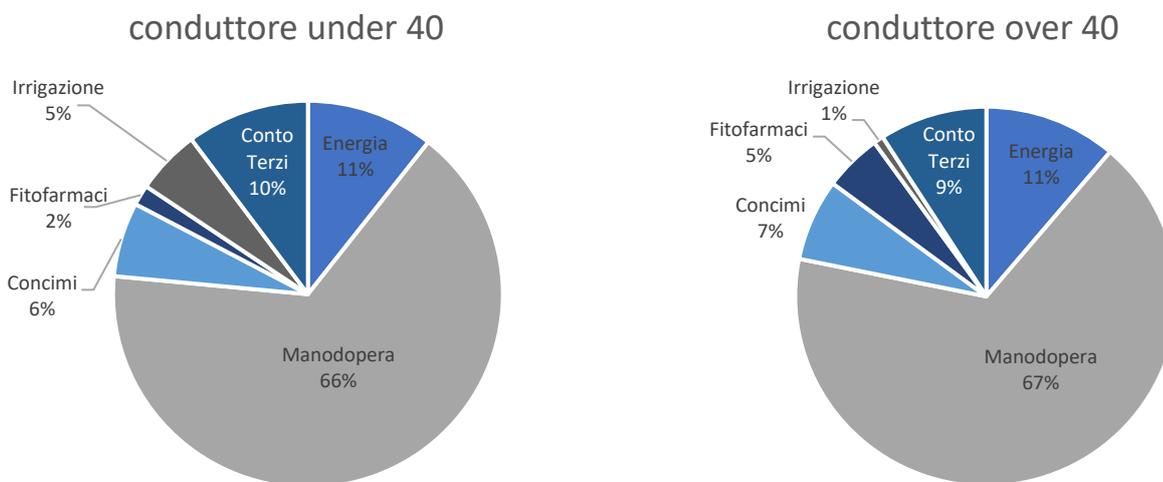
Voci	Euro/ettaro		%	
	under 40	over 40	under 40	over 40
Ricavi	4.372	3.681	100%	100%
Energia	256	296	6%	8%
Manodopera	1.594	1.770	36%	48%
Concimi	151	184	3%	5%
Fitofarmaci	41	129	1%	4%
Irrigazione	130	22	3%	1%
Conto Terzi	247	241	6%	7%
Totale costi variabili	2.419	2.643	55%	72%
Margine lordo	1.953	1.038	45%	28%

Fonte: ISMEA-RRN

L'incidenza complessiva dei costi variabili sul ricavo di vendita nelle aziende olivicole under 40 è pari al 55%, con un margine operativo lordo di circa 1.953 euro/ettaro. Nelle realtà produttive a guida over 40 i costi variabili pesano invece sui ricavi per il 72% e il MOL è pari a 1.038 euro/ettaro. Il differenziale tra i MOL è di 914,7 euro/ettaro a favore dei giovani olivicoltori.



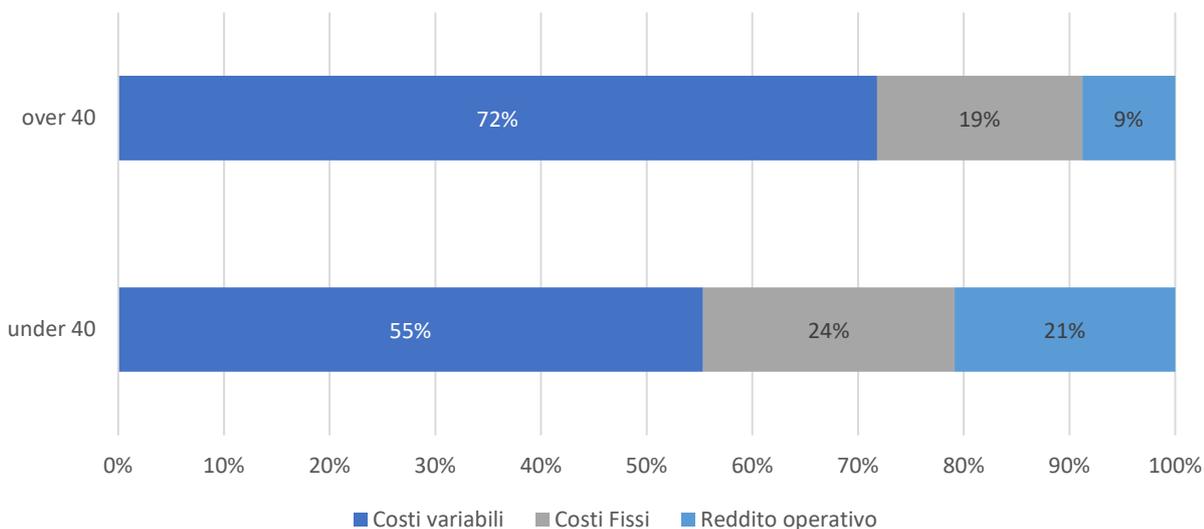
Fig 50. Incidenza delle diverse categorie di costi variabili sul totale per classe di età del conduttore



Fonte: ISMEA-RRN

Considerando anche i costi fissi sul bilancio aziendale, si conferma la maggiore qualità manageriale dei giovani olivicoltori. Gli under 40, infatti, sono più propensi a investire, come si evince dalla maggiore incidenza dei costi fissi sul totale dei ricavi (24%), rispetto alle aziende degli over 40 (19%). Detratti i costi variabili e i costi fissi, il reddito operativo ammonta al 21% per gli under 40, contro il 9% degli over 40.

Fig 51. Confronto del riepilogo del conto culturale campagna olivicola 2019/2020 delle aziende condotte da under 40 e over 40 (% sui ricavi, contributi esclusi)



Fonte: ISMEA-RRN

Metodo di coltivazione

Un'altra variabile che impatta sulla redditività è legata al **metodo di coltivazione** (convenzionale o biologico). Il campione è quasi equamente suddiviso tra aziende convenzionali e biologiche o in conversione (rispettivamente 26 e 24). Il ricavo medio dalla vendita di olive ed olio delle aziende certificate biologiche risulta pari a 4.059 euro/ettaro mentre lo stesso dato nelle realtà produttive convenzionali si ferma a 3.595 euro/ettaro (-11%).



Relativamente ai costi variabili, questi risultano più alti nelle aziende biologiche; 3.018 euro/ettaro contro i 2.268 euro/ettaro del metodo convenzionale. Coltivare in biologico determina un incremento dei costi in quasi tutte le voci considerate: energia +26%, manodopera +30%, concimi +34%, fitofarmaci +73%, lavoro conto terzi +74%. L'unico costo inferiore rispetto alla media delle aziende in convenzionale è quello relativo all'irrigazione (-49%).

Nel complesso i costi variabili pesano sui ricavi di vendita delle aziende olivicole biologiche per il 74%, determinando un margine operativo lordo di circa 1.041 euro/ettaro. Nelle imprese convenzionali, invece, il totale dei costi variabili incide sui ricavi per il 63% e il MOL è pari a 1.327 euro/ettaro. La minore redditività delle aziende biologiche è in parte compensata dai maggiori contributi pubblici, mentre il mercato sembra ancora poco propenso a remunerare maggiormente le olive e l'olio certificati bio. Sotto il profilo dei prezzi le aziende certificate bio mediamente vendono le olive a 0,53 euro/chilogrammo e l'olio extravergine sfuso a 5,02 euro/chilogrammo. Le realtà produttive convenzionali riescono invece a collocare le olive allo stesso prezzo del bio, mentre l'olio scende a 4,20 euro/chilogrammo. Può sorprendere che il prezzo medio delle olive certificate e non sia praticamente identico ma vanno considerate le notevoli differenze di prezzo nei diversi areali produttivi, ad esempio in Sicilia le olive sono remunerate tra 0,80-0,90 euro/chilogrammo mentre in Puglia il livello scende mediamente a 0,48 euro/chilogrammo.

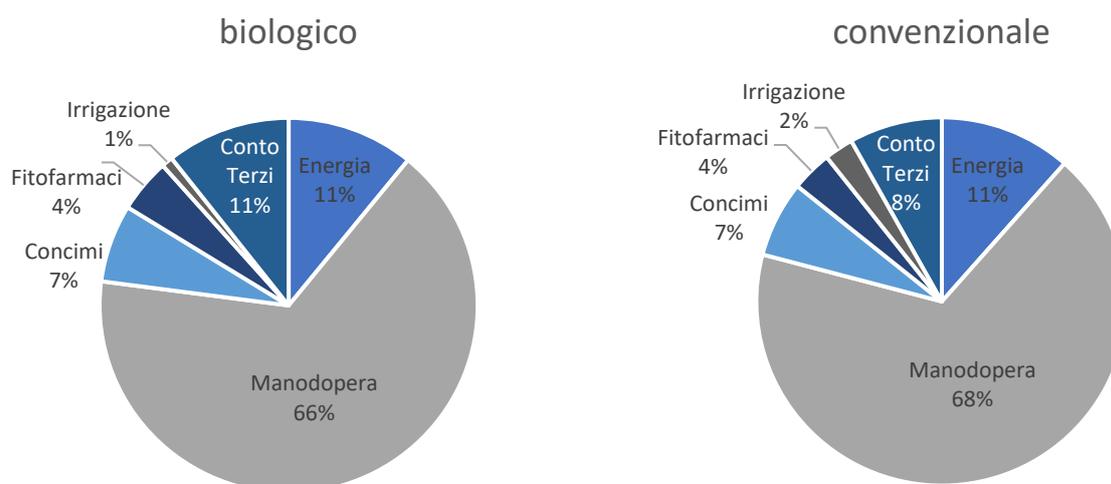
Tab 15. MOL campagna olivicola 2019/2020 delle aziende bio e convenzionali (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro % sui ricavi)

Voci	Euro/ettaro		%	
	bio	convenzionale	bio	convenzionale
Ricavi	4.058,6	3.594,8	100%	100%
Energia	328,7	261,0	8%	7%
Manodopera	1.997,0	1.533,4	49%	43%
Concimi	202,5	151,4	5%	4%
Fitofarmaci	139,6	80,7	3%	2%
Irrigazione	29,2	57,6	1%	2%
Conto Terzi	321,0	184,1	8%	5%
Totale costi variabili	3.017,9	2.268,3	74%	63%
Margine lordo	1.040,7	1.326,6	26%	37%

Fonte: ISMEA-RRN



Fig 52. Incidenza delle diverse voci di costi variabili sul totale per metodo di coltivazione



Fonte: ISMEA-RRN

Densità d'impianto

Anche la **densità d'impianto** impatta notevolmente sulla redditività delle aziende olivicole. In quest'analisi non sono stati volutamente presi in considerazione gli impianti di tipo super-intensivo (oliveti con una densità superiore a 800 piante/ha) che, pur essendo estremamente interessanti dal punto di vista economico, risultano ancora poco rappresentativi della realtà olivicola nazionale. Nel campione sono presenti 23 aziende con impianto di tipo intensivo, caratterizzato cioè da una densità di 250-600 piante/ha e 27 aziende con impianto tradizionale (meno di 200 piante/ha). Le aziende con impianto intensivo hanno un ricavo medio derivante dalla vendita delle olive e dell'olio di 4.413 euro/ettaro contro i 3.328 euro/ettaro degli impianti tradizionali (+33%).

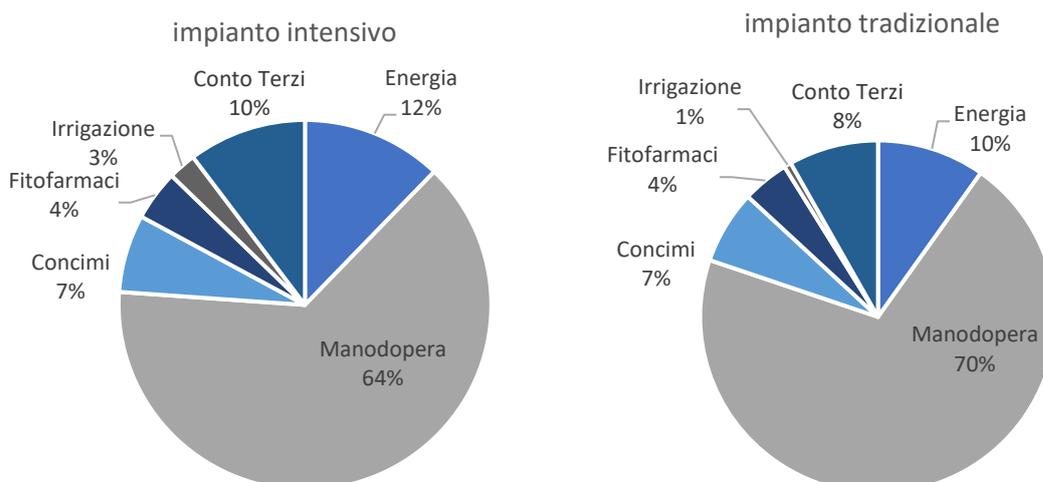
Tab 16. MOL campagna olivicola 2019/2020 delle aziende con impianti di tipo intensivo e tradizionale (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro % sui ricavi)

Voci	Euro/ettaro		%	
	Intensivo (da 250 a 600 piante/ha)	Tradizionale (<= 200 piante/ha)	Intensivo (da 250 a 600 piante/ha)	Tradizionale (<= 200 piante/ha)
Ricavi	4.413	3.328	100%	100%
Energia	383	182	9%	7%
Manodopera	2.004	1.567	45%	47%
Concimi	213	150	5%	4%
Fitofarmaci	137	95	3%	3%
Irrigazione	76	14	2%	0%
Conto Terzi	322	182	7%	5%
Totale costi variabili	3.135	2.226	71%	67%
Margine lordo	1.279	1.102	29%	33%

Fonte: ISMEA-RRN



Fig 53. Incidenza delle diverse voci di costi variabili sul totale per densità d'impianto



Fonte: ISMEA-RRN

I costi variabili sono più elevati per gli impianti intensivi, in media 3.135 euro/ettaro rispetto ai 2.226 degli impianti tradizionali, e le differenze più marcate si osservano per le voci di spesa relative a irrigazione (76 euro/ettaro contro 14 euro/ettaro), lavoro conto terzi (322 euro/ettaro contro 182 euro/ettaro) ed energia (383 euro/ettaro contro 218 euro/ettaro).

L'incidenza dei costi variabili sul ricavo di vendita nelle aziende olivicole con impianti intensivi è pari al 71% con un margine operativo lordo di circa 1.279 euro/ettaro. Con gli impianti di tipo tradizionale i costi variabili pesano invece sui ricavi per il 67% e il MOL è pari a 1.102 euro/ettaro, il differenziale tra i margini operativi lordi delle due tipologie aziendali è di 177 euro/ettaro a favore delle aziende con densità di impianto comprese tra 250 e 600 piante/ha.

Prodotto commercializzato: olio e/o olive

Nell'analisi è stata anche considerata l'influenza della **tipologia principale di prodotto venduto** (olive o olio) sul reddito delle aziende olivicole. In alcuni importanti areali produttivi nazionali, Puglia in particolare, è noto che la PLV a ettaro derivante dalla vendita delle olive è superiore rispetto a quella ottenibile dalla vendita dell'olio. Ciò deriva dal fatto che chi commercializza direttamente le olive, pur vendendo il prodotto a un prezzo notevolmente inferiore rispetto all'olio, non sostiene i costi relativi alla molitura. Altro aspetto positivo di questa modalità di commercializzazione è correlato ai flussi di cassa, che nel caso della vendita delle olive sono immediati, contestuali alla consegna del prodotto al frantoio. Per le imprese che commercializzano olio, al contrario, i ricavi possono essere incassati anche parecchi mesi dopo soprattutto nelle annate abbondanti, quando gli imprenditori tendono a stoccare il prodotto, con ulteriori spese, per spuntare un prezzo migliore. Questo vale soprattutto per le imprese meridionali, mentre al Centro, grazie a una migliore valorizzazione dell'olio (fino a 15 euro/litro per l'imbottigliato), risulta più conveniente trasformare le olive.

Tra le aziende intervistate ce ne sono 32 che vendono prevalentemente olio e 18 che commercializzano prevalentemente olive: le prime hanno un ricavo medio derivante dalle vendite di 4.125 euro/ettaro contro i 3.299 euro/ettaro delle unità produttive che vendono prevalentemente olive.

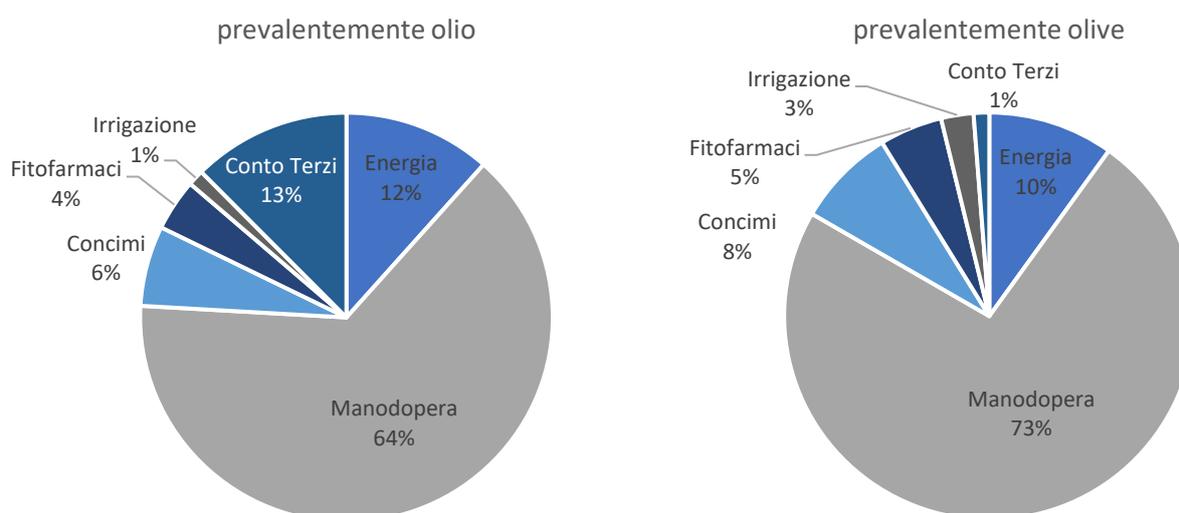


Tab 17. MOL campagna olivicola 2019/2020 delle aziende che vendono prevalentemente olio o prevalentemente olive (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro % sui ricavi)

Voci	Euro/ettaro		%	
	Prevalentemente olio	Prevalentemente olive	Prevalentemente olio	Prevalentemente olive
Ricavi	4.125	3.299	100%	100%
Energia	346	202	8%	6%
Manodopera	1.919	1.500	47%	45%
Concimi	189	161	5%	5%
Fitofarmaci	122	101	3%	3%
Irrigazione	38	52	1%	2%
Conto Terzi	370	25	9%	1%
Totale costi variabili	2.983	2.042	72%	62%
MOL	1.142	1.257	28%	38%

Fonte: ISMEA-RRN

Fig 54. Incidenza delle diverse voci di costi variabili sul totale per tipologia prevalente di prodotto venduto



Fonte: ISMEA-RRN

Relativamente ai costi variabili, questi sono nettamente più elevati nelle aziende che vendono olio, 2.983 euro/ettaro, a fronte di 2.042 euro/ettaro della categoria in cui prevale la vendita di olive. La differenza più marcata è per la voce del lavoro conto terzi (incidenza media sul totale costi variabili rispettivamente del 9% per aziende che vendono principalmente olio e dell'1% per quelle che vendono prevalentemente olive).

Il totale dei costi variabili incide sui ricavi di vendita delle aziende che commercializzano prevalentemente olio EVO per il 72%, determinando un margine operativo lordo di circa 1.142 euro/ettaro, mentre in quelle che vendono principalmente olive invece i costi variabili pesano sui ricavi per il 62% e il MOL è pari a 1.257 euro/ettaro.

Livello di meccanizzazione

Il **livello di meccanizzazione della raccolta** delle olive è un'altra variabile che incide pesantemente sulla redditività delle aziende agricole.



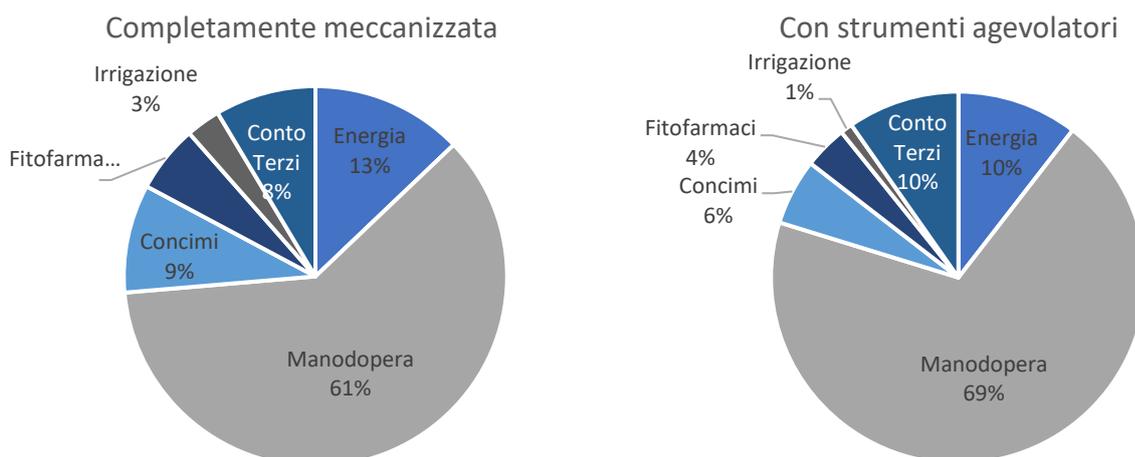
Nella precedente indagine del 2012, realizzata su un campione di 60 imprese, emergeva che ben il 19% effettuava ancora una raccolta di tipo manuale, il 59% una raccolta con strumenti agevolatori e il residuo 22% una raccolta completamente meccanizzata. Nel campione attuale si osserva una sola azienda (incidenza del 2%) in cui le olive vengono raccolte manualmente su piante ultrasecolari dove l'utilizzo di abbacchiatori risulta complesso. Il 60% delle aziende olivicole (30 aziende), dichiarano di effettuare una raccolta di tipo agevolato con l'ausilio di abbacchiatori, mentre nel restante 38% (19 aziende) la raccolta è completamente meccanizzata (scuotitori). Le imprese che effettuano una raccolta completamente meccanizzata in media ricavano dalla vendita di olive e olio 3.589 euro/ettaro, il 13% in meno del ricavo delle aziende che utilizzano strumenti agevolatori (4.103 euro/ettaro).

Tab 18. MOL campagna olivicola 2019/2020 delle aziende con raccolta completamente meccanizzata e con raccolta agevolata (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro % sui ricavi)

Voci	Euro/ettaro		%	
	Completamente meccanizzata	Con strumenti agevolatori	Completamente meccanizzata	Con strumenti agevolatori
Ricavi	3.589	4.103	100%	100%
Energia	278	323	8%	8%
Manodopera	1.319	2.146	37%	52%
Concimi	200	178	6%	4%
Fitofarmaci	124	116	3%	3%
Irrigazione	63	32	2%	1%
Conto Terzi	185	299	5%	7%
Totale costi variabili	2.169	3.094	60%	75%
Margine lordo	1.421	1.009	40%	25%

Fonte: ISMEA-RRN

Fig 55. Incidenza delle diverse categorie di costi variabili sul totale con raccolta completamente meccanizzata e agevolata



Fonte: ISMEA-RRN

Tuttavia, i costi variabili sono molto più alti per le imprese che effettuano la raccolta agevolata, in media 3.094 euro/ettaro rispetto ai 2.169 euro/ettaro per la raccolta completamente meccanizzata. Osservando le singole voci è la manodopera che differenzia maggiormente le due tipologie aziendali, con un costo medio di 1.319 euro/ettaro per la raccolta meccanizzata e 2.146 euro/ettaro per quella agevolata



Il peso totale dei costi variabili sui ricavi di vendita nelle realtà produttive che attuano una raccolta completamente meccanizzata è del 60%, con un margine operativo lordo medio di 1.421 euro/ettaro. Nelle aziende che effettuano la raccolta con l'ausilio di abbacchiatori i costi variabili incidono, invece, sui ricavi per il 75% e il MOL è pari a 1.009 euro/ettaro. La forbice tra i MOL è di circa 411 euro/ettaro a favore della raccolta meccanizzata.

Grado di irrigazione degli impianti

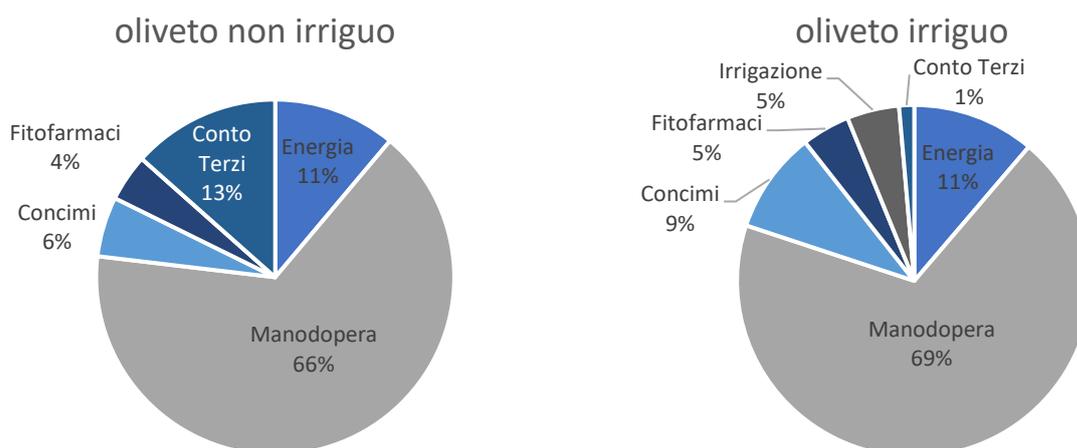
Un'altra variabile in grado di influenzare notevolmente la redditività delle aziende agricole è l'**irrigazione**. Tra le imprese intervistate il 60% non dispone di un impianto irriguo. Le aziende irrigue dichiarano un ricavo medio derivante dalla vendita delle olive e dell'olio di 3.968 euro/ettaro, mentre le imprese che non effettuano l'irrigazione dichiarano ricavi lievemente inferiori, pari in media a 3.617 euro/ettaro.

Tab 19. MOL campagna olivicola 2019/2020 non irriguo e irriguo (contributi esclusi, solo costi variabili - euro/ettaro % sui ricavi)

Voci	Euro/ettaro		%	
	oliveto non irriguo	oliveto irriguo	oliveto non irriguo	oliveto irriguo
Ricavi	3.968	3.617	100%	100%
Energia	322	251	8%	7%
Manodopera	1.916	1.547	48%	43%
Concimi	159	209	4%	6%
Fitofarmaci	124	99	3%	3%
Irrigazione	0	107	0%	3%
Conto Terzi	390	31	10%	1%
Totale costi variabili	2.911	2.244	73%	62%
Margine lordo	1.058	1.372	27%	38%

Fonte: ISMEA-RRN

Fig 56. Incidenza delle diverse categorie di costi variabili sul totale con raccolta completamente meccanizzata e agevolata



Fonte: ISMEA-RRN

Negli oliveti non irrigui i costi variabili ammontano in media a 2.911 euro/ettaro, contro i 2.244 euro/ettaro di quelli irrigui. Questa differenza si spiega principalmente con due variabili, la fertirrigazione e il contoterzismo: molte delle aziende irrigue nel campione effettuano la fertirrigazione con un evidente risparmio per lo spandimento dei concimi; inoltre, tra le aziende che irrigano gli impianti, c'è una forte prevalenza di realtà che vendono olive, riducendo notevolmente la spesa per il lavoro conto terzi, che è



rappresentata prevalentemente dalla molitura. Nelle realtà produttive che non irrigano l'incidenza media dei costi variabili sui ricavi è del 73% e il MOL di 1.058 euro/ettaro. Il peso dei costi variabili sui ricavi di vendita scende al 62% nelle aziende che hanno un impianto irriguo, mentre il margine operativo lordo sale 1.372 euro/ettaro. Il differenziale tra i MOL di un oliveto non irriguo e irriguo è quindi di 314 euro/ettaro.

8.5 Modelli olivicoli economicamente sostenibili

Nel corso dell'attività di raccolta dati è stata anche intervistata un'azienda olivicola pugliese, non inserita nel campione analizzato a causa di una struttura aziendale non riconducibile a un cluster rappresentativo dell'olivicoltura né nazionale né regionale.

Il fatto di essere un'azienda *outlier* ha delle ricadute importanti sui risultati economici che si discostano dalle aziende più rappresentative della realtà italiana.

Quest'azienda pur se non rappresentativa potrebbe comunque servire da modello per un'olivicoltura italiana avanzata e sostenibile in ambito economico, sociale e ambientale, delineando una realtà produttiva in grado di competere sui mercati internazionali, senza l'obbligo di dover seguire esempi di gestione dell'oliveto sviluppati all'estero, indubbiamente interessanti ma non sempre replicabili con successo in una realtà complessa come quella italiana.

L'azienda in questione ha una SAU olivicola di circa 34 ettari, con impianti di tipo intensivo (250-600 piante/ha) coltivati secondo il metodo biologico e un impianto irriguo a goccia per la fertirrigazione alimentato da pozzi propri.

La raccolta è completamente meccanizzata con l'utilizzo di scuotitori e le olive non vengono trasformate ma vendute direttamente al frantoio. Durante l'intervista il conduttore ha sottolineato che grazie a un'attenta gestione dell'oliveto l'alternanza produttiva è molto contenuta.

Analizzando il conto colturale di questa realtà produttiva emerge che i ricavi derivanti dalla vendita nella campagna 2019/20 ammontano a 10.588 euro/ettaro contro i 3.828 euro/ettaro della media del campione intervistato. Volendo considerare nel conto colturale anche i contributi pubblici, il ricavo medio cresce rispettivamente a 11.471 euro/ettaro e a 4.643 euro/ettaro; l'incidenza dei contributi sul ricavo complessivo è inferiore all'8% per l'azienda modello e superiore al 17% nella media del campione. La redditività dell'azienda modello è superiore anche rispetto a quella delle altre aziende che commercializzano prevalentemente olive.

I costi variabili nell'azienda modello risultano nettamente superiori rispetto alla media delle imprese agricole intervistate (+31%) e ammontano a 3.467 euro/ettaro e la spesa relativamente elevata è dovuta ad una razionale gestione degli impianti, con potature annuali e un maggiore incidenza della spesa per concimi e fitofarmaci. Anche il costo per l'energia risulta più alto di quello del campione, 518 euro/ettaro contro 294 euro/ettaro.

Se non si considerano i contributi pubblici, l'incidenza complessiva dei costi variabili sul ricavo derivante dalle vendite dell'azienda modello è pari al 33%, mentre nella media del campione si attesta al 69%. Conteggiando nei ricavi aziendali anche i contributi, il peso dei costi variabili cala al 30% dei ricavi complessivi per l'azienda modello e al 57% per il campione oggetto di analisi.

Il margine operativo lordo al netto dei contributi dell'azienda modello è pari a 7.121 euro/ettaro, mentre per le unità produttive del campione è in media di 1.183 euro/ettaro. Includendo nel conteggio anche i contributi il MOL dell'azienda modello cresce fino a 8.003 euro/ettaro e quello del campione a 1.999 euro/ettaro.



I costi fissi dell'azienda modello, in termini assoluti, risultano più elevati di quelli della media del campione (1.854 euro/ettaro contro 786 euro/ettaro), principalmente per una maggiore incidenza della spesa per gli ammortamenti e le manutenzioni.

La gestione oculata dell'oliveto è certamente più costosa, ma permette di avere delle rese superiori, di ridurre al minimo le oscillazioni produttive e la qualità del prodotto ottenuto e certificato biologico, spunta sui mercati prezzi decisamente più alti della media.

Tab 20. Conto culturale campagna olivicola 2019/2020 azienda modello e media aziende del campione (euro/ettaro)

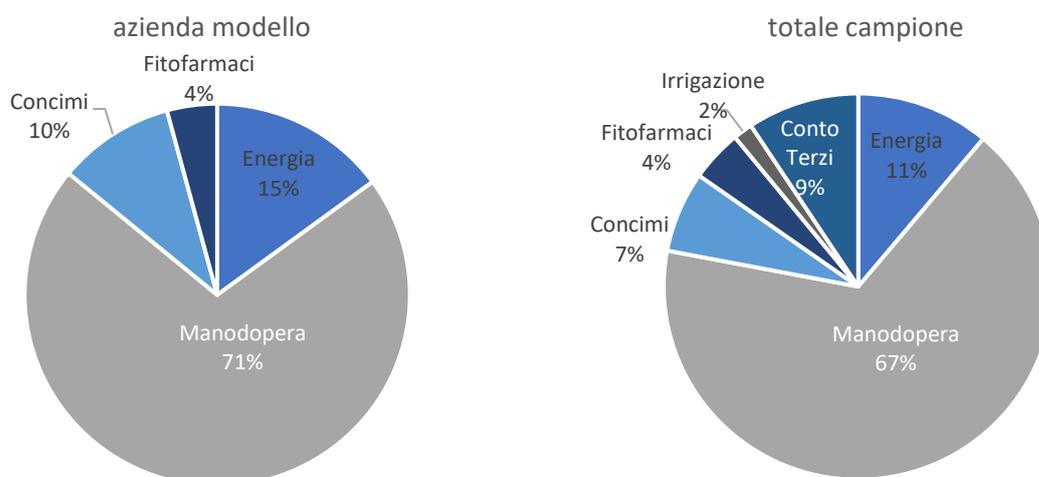
Voce	azienda modello	media campione 50 aziende
Totale ricavi	11.471	4.643
Ricavi da vendite	10.588	3.828
Contributi	882	816
Totale costi variabili	3.467	2.644
Energia	518	294
Manodopera	2.463	1.768
Concimi	341	179
Fitofarmaci	146	114
Irrigazione		43
Conto Terzi		246
MOL con contributi	8.003	1.999
MOL senza contributi	7.121	1.183
Totale costi fissi	1.854	786
Ammortamenti	865	426
Manutenzione	409	112
Oneri assicurativi	26	33
Oneri finanziari	0	0
Servizi amministrativi	44	50
Assistenza fiscale	0	45
Certificazioni	47	49
Quote associative	21	9
Imposte e tasse	441	62
Reddito operativo con contributi	6.150	1.212
Reddito operativo senza contributi	5.267	397

Fonte: ISMEA-RRN

Nello stesso areale sono state raccolte anche alcune indicazioni relative a un'azienda olivicola che ha deciso di investire in impianti super-intensivi utilizzando la cultivar italiana fs-17 Favolosa. Questa cultivar, oltre a una spiccata idoneità per l'olivicoltura ad alta densità, è particolarmente interessante in quanto ha mostrato una buona tolleranza al batterio Xylella Fastidiosa. Secondo l'imprenditore intervistato la produzione è molto regolare e ammonta a circa 100-140 quintali per ettaro, con una densità di 800 piante/ha (5x2,5 metri). La piena produzione si raggiunge a partire dal quinto anno ma è possibile raccogliere i primi frutti già dal secondo. I costi variabili si aggirerebbero attorno a 1.000 euro/ettaro nei primissimi anni d'impianto, per poi stabilizzarsi a circa 1.600-1.700 euro/ettaro dal quinto anno in poi. Tale cifra risulta inferiore rispetto all'azienda modello grazie in particolare all'ottimizzazione della raccolta meccanizzata, che viene effettuata con una macchina scavallatrice, che mediamente impiega due ore a ettaro.



Fig 57. Incidenza delle diverse categorie di costi variabili sul totale azienda modello e media aziende del campione



Fonte: ISMEA-RRN

Tab 21. Conto culturale campagna olivicola 2019/2020 azienda modello e media aziende del campione (% sui ricavi, contributi esclusi)

Voce	azienda modello	media campione 50 aziende
Ricavi da vendite	100%	100%
Totale costi variabili	33%	69%
Energia	5%	8%
Manodopera	23%	46%
Concimi	3%	5%
Fitofarmaci	1%	3%
Irrigazione	0%	1%
Conto Terzi	0%	6%
MOL	67%	31%
Totale Costi fissi	18%	21%
Ammortamenti	8%	11%
Manutenzione	4%	3%
Oneri assicurativi	0%	1%
Oneri finanziari	0%	0%
Servizi amministrativi	0%	1%
Assistenza fiscale	0%	1%
Certificazioni	0%	1%
Quote associative	0%	0%
Imposte e tasse	4%	2%
Reddito operativo senza contributi	50%	10%

Fonte: ISMEA-RRN

Tab 22. Conto culturale campagna olivicola 2019/2020 azienda modello e aziende che commercializzano prevalentemente olive (euro/ettaro)



Voce	azienda modello	prevalentemente olive
Totale ricavi	11.471	3.985
Ricavi da vendite	10.588	3.299
Contributi	882	686
Totale costi variabili	3.467	2.042
Energia	518	202
Manodopera	2.463	1.500
Concimi	341	161
Fitofarmaci	146	101
Irrigazione		52
Conto Terzi		25
MOL con contributi	8.003	1.943
MOL senza contributi	7.121	1.257
Totale costi fissi	1.854	542
Ammortamenti	865	285
Manutenzione	409	65
Oneri assicurativi	26	17
Oneri finanziari	0	0
Servizi amministrativi	44	31
Assistenza fiscale	0	38
Certificazioni	47	26
Quote associative	21	3
Imposte e tasse	441	77
Reddito operativo con contributi	6.150	1.401
Reddito operativo senza contributi	5.267	715

Fonte: ISMEA-RRN



Conclusioni

Le analisi condotte restituiscono l'immagine del settore olivicolo italiano molto composito. L'Italia ha comunque un ruolo di primo piano nello scenario mondiale, essendo al primo posto nel consumo e nelle importazioni, mentre è secondo nella produzione e nell'export. Il mantenimento di tale ruolo, e possibilmente il rafforzamento di esso, impone quindi una forte attenzione alle varie fasi della filiera a partire da quelle agricole che ha al suo interno caratteristiche e problematiche alquanto diverse. Proprio per questo non si può parlare dell'olivicoltura italiana ma delle olivicolture italiane che danno vita a modelli produttivi diversi e differenti approcci al mercato. C'è un'olivicoltura più professionale, condotta in maniera imprenditoriale e rivolta al mercato e un'altra più hobbistica che per sua natura è maggiormente orientata all'autoconsumo o alla vendita diretta.

Entrambe queste due olivicolture, peraltro, rivestono una grande importanza rispetto a paesaggio e ambiente e sono caratterizzanti di molti territori italiani. Se da un lato le caratteristiche di ogni segmento sono legate ad una identità locale non si può disconoscere che l'olivo e l'olio hanno una esplicita connotazione nazionale: il made in Italy, la dieta mediterranea ha come epicentro l'olio di oliva. È proprio questa, quindi, la leva su cui puntare per rendere il settore sempre più competitivo a livello internazionale, mentre sul fronte interno necessita di una maggior informazione presso il consumatore finale.

La riforma della PAC che porterà alla modulazione della nuova programmazione 2023-2027 potrebbe essere il momento ideale per mettere nel giusto ordine i punti di forza e di debolezza del settore e nel contempo comporre una strategia complessiva per il settore nell'ottica di una sostenibilità globale: economica, ambientale e sociale.

I dati analizzati nei capitoli precedenti mettono in evidenza molti punti di forza a partire da una biodiversità varietale, con oltre 500 cultivar che, unita alle caratteristiche pedoclimatiche dei diversi territori offre una gamma di profili aromatici unica nel panorama mondiale. D'altro lato i punti di debolezza del settore si concentrano proprio nella fase agricola, particolarmente frammentata, con oliveti che necessitano di essere rinnovati e con uno scarso ricambio generazionale anche per la poca appetibilità economica del settore. I prossimi interventi nel settore dovranno quindi colmare anche il gap in termini di investimento sia in campo che in termini di infrastrutture digitali che permettano al settore di tenersi maggiormente al passo con i tempi. Anche le fasi successive della filiera presentano punti di forza e debolezza che limitano la competitività del settore. Se da un lato, infatti, la capillare presenza dei frantoi nelle aree olivicole vocate è una maggior garanzia di qualità, dall'altra la forte frammentazione anche nella prima trasformazione non consente di raggiungere le masse critiche di prodotto necessarie agli imbottiglieri che dal canto loro, pur importando molto del prodotto lavorato, rappresentano comunque un importante punto di forza della filiera grazie a un *know how* elevato e riconosciuto dai consumatori mondiali. Una maggior coesione e collaborazione tra la parte più prettamente agricola e quella industriale potrebbe diventare un plus per il settore olivicolo italiano, dopo anni di contrapposizioni.

Uno dei punti più controversi e discussi è stato quello relativo ai costi di produzione italiani che, secondo alcuni, avrebbero in qualche modo orientato all'estero gli acquisti dell'industria di imbottigliamento. Di fatto nel corso del report si è ripetuto in più punti che la necessità di approvvigionamento all'estero non è solo una scelta ma una necessità perché soprattutto negli ultimi anni la produzione italiana non soddisfa neanche la domanda interna e se a questa si aggiunge quella estera, non resta alternativa alle importazioni.

L'analisi dei costi resta comunque fondamentale per comprendere la redditività del settore ed anche per mettere in relazione le diverse olivicolture italiane che coesistono in segmenti diversi di mercati: alcuni più



di nicchia, con qualità medio alta, e altri più rivolti a prodotti più indifferenziati senza però rinunciare alla qualità del *made in Italy*.

L'indagine sui costi di produzione dell'olivicoltura nazionale effettuata su un numero non trascurabile di aziende agricole che "stanno sul mercato" ha messo in evidenza sostanziali differenze tra i livelli di redditività delle stesse. I fattori che incidono maggiormente su queste differenze sono riassumibili in:

- Localizzazione geografica e caratteristiche orografiche del territorio;
- Organizzazione e capacità di management delle imprese agricole;
- Tipologia di prodotto commercializzato.

A ciò vanno aggiunti i **fattori climatici**, che influenzano fortemente le rese produttive; l'indagine ha riguardato un'annata buona per l'olivicoltura nazionale (in particolare al Sud), mentre in un'annata di scarica i risultati porterebbero a livelli di redditività inferiori anche se i prezzi di vendita potrebbero essere più elevati.

Un ulteriore fattore che si è rivelato fondamentale per alcune tipologie d'impresa è il livello di **contributi** comunitari e non.

Le aziende collocate in **pianura e in media collina** sono avvantaggiate rispetto a quelle delle zone collinari più complesse, dove altre produzioni sarebbero probabilmente ancor meno redditizie. La presenza di contributi continua a essere fondamentale per garantire la sopravvivenza di queste imprese e il presidio del territorio che le ospita.

Si conferma la **minore redditività delle imprese biologiche**, rispetto alle convenzionali, che giustifica il ruolo dei contributi pubblici nel compensare i maggiori costi sostenuti da queste aziende e i minori ricavi, dovuti a rese medie inferiori rispetto alle aziende convenzionali, visto che il mercato sembra ancora poco propenso a remunerare maggiormente l'olio extravergine di oliva biologico.

Guardando alle caratteristiche del conduttore, le aziende più efficienti sono quelle condotte da **giovani**, evidenziando una maggiore propensione a investire, come si evince dall'incidenza dei costi fissi superiore rispetto alle aziende condotte da over 40, che probabilmente consente un uso più razionale dei mezzi correnti di produzione. In effetti, è sotto questo aspetto che i giovani si rivelano più efficienti dei colleghi più anziani, arrivando a un reddito operativo che incide per il 21% sui ricavi complessivi, contro il 9% degli over 40.

Una variabile relativa alla gestione che impatta notevolmente sulla redditività delle aziende olivicole è quella relativa alla **densità d'impianto**. Gli impianti intensivi riescono ad assicurare una marginalità migliore, rispetto a quelli tradizionali. L'incentivo alle operazioni di infittimento degli impianti tradizionali, laddove possibile, costituirebbe uno strumento per incrementare la redditività delle aziende olivicole.

Queste evidenze suggeriscono che gli impianti superintensivi (oliveti con una densità superiore a 800 piante/ha) possano essere estremamente interessanti dal punto di vista economico. Si tratta di una tipologia che è stata inclusa nell'indagine, essendo ancora poco presente nella realtà olivicola nazionale.

Altra operazione determinante per la redditività è l'**irrigazione**, grazie alla quale le imprese riescono ad assicurarsi un MOL più elevato.

Dall'analisi è emerso che godono di una redditività maggiore le imprese che vendono **olive**, in particolare nel Meridione, rispetto a quelle che vendono olio. Il MOL più elevato si ottiene grazie al risparmio dei costi di molitura.

Volendo indicare un modello produttivo di riferimento, i risultati delle elaborazioni porterebbero alle aziende pugliesi. In particolare, all'interno di questo raggruppamento spiccano i risultati brillanti delle imprese



localizzate nel nord della regione, nell'areale di Andria, il distretto olivicolo più interessante del panorama produttivo italiano. Si tratta di imprese con una strutturazione adeguata con ammortamenti non eccessivi, che riescono a raggiungere rese elevate, senza portare fuori controllo i costi variabili. Il ricorso all'irrigazione e il risparmio dei costi di molitura, visto l'orientamento alla vendita delle olive, sono le variabili principali che garantiscono a queste aziende la copertura di tutti i costi fissi e variabili, oltre alla remunerazione dell'imprenditore, anche senza la presenza di contributi.

Nel corso delle interviste svolte presso gli imprenditori è emerso un ulteriore elemento che fa propendere verso questo modello, ossia la scarsa alternanza produttiva da una campagna all'altra. Il risultato deriva da una gestione moderna ed efficiente dell'oliveto, con operazioni di irrigazione, concimazione e potatura effettuate regolarmente.

Molte delle aziende incluse nel campione provenienti da questa zona riescono a ricevere una remunerazione per le olive vendute fino a 900 euro/tonnellata. Si tratta di olive di qualità elevata che spesso vengono spedite fuori regione, verso i frantoi del Centro-Nord, aree in cui anche nelle annate di carica la materia prima è deficitaria rispetto alla richiesta e dove l'olio viene valorizzato a un prezzo molto più elevato rispetto al Sud. Il posizionamento strategico di quest'area, con un sistema infrastrutturale e logistico unico nel panorama meridionale, rende possibile questo flusso interregionale, impensabile per una *commodity*.

Grazie a queste caratteristiche, l'olivicoltura del nord della Puglia si sta rivelando molto dinamica, con una propensione agli investimenti ben più elevata rispetto alla media del settore, che sta portando a un processo di integrazione di filiera e alla creazione di realtà simili a quelle spagnole, per estensione degli oliveti e gestione dei processi produttivi. Si tratta di imprese che grazie alle economie di scala riescono a raggiungere elevati livelli di redditività vendendo l'olio extravergine di oliva. Al di là dei risultati economici per le singole aziende, lo sviluppo di queste filiere integrate è importante per il territorio che le ospita, visto l'indotto in termini occupazionali e sociali, fattori non trascurabili in vista di una riforma della PAC che si pone obiettivi importanti anche in termini di sostenibilità economica e sociale, oltre che ambientale.

La riforma in atto della politica agricola comunitaria, se ben attuata, potrebbe diventare una grossa opportunità di innovazione per il settore che, come sottolineato, necessita di una visione strategica per superare questa fase di indecisione.

La strategia futura che potrebbe tradursi in una "NUOVA OCM OLIO" dovrebbe incidere direttamente sull'intera filiera, dagli oliveti alla trasformazione, con relativa promo-commercializzazione secondo paradigmi di qualità e sostenibilità finalizzata alla sicurezza dell'ambiente e della salute dei cittadini. Il nuovo approccio "strategico", che include anche la valorizzazione del modello "Farm to Fork", vuole rispondere alla situazione di crisi del settore, per rilanciarlo nel medio-lungo periodo mediante l'attuazione di interventi e azioni. Queste saranno mirate alla riqualificazione della filiera olivicola-olearia con l'intento di portare l'"Olio di oliva" a diventare un vero prodotto "culturale" che crei valore per i territori, gli imprenditori e benessere per la collettività europea più in generale, e italiana più in particolare. Tutto questo soprattutto senza perdere di vista quelli che sono gli obiettivi di sviluppo sostenibile del piano di azione di Agenda 2030.



Appendice: la scheda rilevazione costi olio

SEZIONE 1) L'AZIENDA

compilare solo le celle colorate in azzurro
non compilare le celle evidenziate in bianco il calcolo viene effettuato in automatico

A) Informazioni anagrafiche	
Azienda	
Via	
Cap	
Comune	
Provincia	
Regione	
Comprensorio	
Telefono	
Nome e cognome dell'intervistato	
Ruolo dell'intervistato	
E-mail	
Intervistatore	

B) Variabili descrittive dell'azienda ordinaria	
1. Dimensione dell'azienda	
Superficie totale 2019 (ettari), tranne i boschi	
di cui:	
SAU oliveto 2019 (ettari)	
% superfici irrigue su superficie effettiva (non su SAU)	

2. Utilizzo di manodopera familiare	-
quanti ?	

3. Incidenza manodopera familiare	
rapporto ore di lavoro manodopera familiare/tot ore lavorate	

4. Utilizzo di manodopera extra-familiare	-
quanti ?	
di cui:	
n. salariati fissi	
n. salariati avventizi	

5. Descrizione del territorio	-
-------------------------------	---

6. Titolo di possesso dei terreni	-
Altro (specificare)	

7. Metodo di coltivazione	-
---------------------------	---

D) Descrizione dell'oliveto		
Giacitura prevalente degli oliveti	-	
Tipologia di impianto	-	
Cultivar principali		
Piante (n°)		n. piante/ha
Produzione olive (kg) - 2019		kg di olive/ha
Resa media in olio (%) - 2019		
Produzione media/pianta (kg) - 2019		Kg di olive/pianta
Produzione olio (kg) - 2019	-	Kg di olio/ha

continua...



C) Altre informazioni	
1. Regime detrazione IVA nel 2019	-
2. Ragione sociale	-
3. Conduttore	-
4. Anno di nascita del conduttore	
5. Il reddito prevalente proviene dall'attività agricola?	-
E) Meccanizzazione	
1. Grado di meccanizzazione della raccolta olive	-
2. Incidenza del contoterzismo	
<i>rapporto ore utilizzo contoterzi/totale ore lavorate</i>	
F) Frantoio aziendale	
1. L'azienda ha un frantoio proprio?	-
G) Descrizione dell'azienda	
1. Descrizione impianto irriguo e fonte di approvvigionamento acqua	
2. Quota prevalente di prodotto venduto	
3. Adesione a cooperativa e/o OP	-
4. Principali tipologie di clienti	-
5. Contratti pluriennali in essere	-
6. Altre attività connesse all'agricoltura	-

SEZIONE 2) RICAVI, CONTRIBUTI E COSTI VARIABILI 2019

compilare solo le celle colorate in azzurro
non compilare le celle evidenziate in bianco il calcolo viene effettuato in automatico

Ricavi vendite 2019	Descrizione	Unità di misura	Valore unitario	Quantità totale	Quantità/ha	Ricavo totale	Ricavo/ha
Olive raccolte dal primo ottobre 2019 al 31 dicembre 2019		-				€ -	
Olio extravergine	sfuso	-				€ -	
Olio extravergine	confezionato	-				€ -	
Olio vergine	sfuso	-				€ -	
Olio vergine	confezionato	-				€ -	
Olio lampante	sfuso	-				€ -	
Legna da ardere		-				€ -	
Nocciolino		-				€ -	
Altro (specificare in C14)		-				€ -	
Altro (specificare in C15)		-				€ -	
Totale ricavi						€ -	€ -

Contributi 2019	Importo totale (€)	Importo (€/ha)
Totale contributi	€ -	€ -

Giacenze olio produzione 2018 (al netto autoconsumo)		Unità di misura	Quantità
Giacenze di olio produzione 2018	olio extravergine	-	-
Giacenze di olio produzione 2018	olio vergine	-	-
Giacenze di olio produzione 2018	olio lampante	-	-

Costi 2019		
1) Carburanti	Descrizione	Valore unitario (€/litro)
	Gasolio	€ 0,50
2) Manodopera 1di2	Qualifica	Retrib. giorn. (€/gg)
	Operaio comune	€ 50,00
	Operaio specializzato	€ 70,00
	Operaio special.-Trattorista	€ 80,00
	n° ore per gg lavorativa	6,50

2) Manodopera 2di2					
Operazioni Culturali	Voce di costo	Retrib. giorn.	Unità di misura	Quantità/ha	Costo €/ha
Aratura	Manodopera familiare				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale ARATURA				€ -
Erpicatura	Manodopera aziendale				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale ERPICATURA				€ -
Altre lavorazioni del terreno (specificare in casella C53)	Manodopera aziendale				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale ALTRE LAVORAZIONI				€ -
Concimazione I	Manodopera familiare				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale CONCIMAZIONE I				€ -
Concimazione II	Manodopera familiare				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale CONCIMAZIONE II				€ -
Concimazione III	Costo Terzi				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
	Costo totale CONCIMAZIONE III				€ -

continua...



Diserbo meccanico e/o trinciatura	Manodopera familiare				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale DISERBO MECCANICO					€ -
Diserbo chimico	Manodopera aziendale				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale DISERBO CHIMICO					€ -
Trattamenti fitosanitari	Manodopera familiare				
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale TRATTAMENTI FITOSANITARI					€ -
Trattamenti fitoregolatori	Manodopera familiare				
	Operaio specializzato	70,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale TRATTAMENTI FITOREGOLATORI					€ -
Potatura invernale (gennaio-maggio) annuale o biennale, in quest'ultimo caso imputare un costo medio annuo	Manodopera aziendale				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale POTATURA INVERNALE					€ -
Potatura verde (eliminazione polloni e succhioni)	Manodopera familiare				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale POTATURA VERDE					€ -
Irrigazione	Manodopera familiare				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale IRRIGAZIONE					€ -
Raccolta manuale o con agevolatori e reti a terra	Manodopera familiare				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio special.-Trattorista	80,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale RACCOLTA					€ -
Raccolta meccanica con scuotitore o pettine e reti a terra o ombrello intercettatore	Conto Terzi				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale RACCOLTA					€ -
Raccolta in continuo	Conto Terzi				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale RACCOLTA					€ -
Trasporto olive in frantoio	Manodopera familiare				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale TRASPORTO OLIVE AL FRANTOIO					€ -
Molitura delle olive	Conto Terzi				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale MOLITURA DELLE OLIVE					€ -
Altro (specificare _____)	Manodopera familiare				
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Operaio comune	50,00	n. ore	-	0,00
	Gasolio		litri	-	0,00
	Costo conto terzi (€/ha)				
Costo totale					€ -
Totali	TOTALE MANODOPERA				0,00
	TOTALE GASOLIO				0,00
	TOTALE CONTOTERZI				0,00
	TOTALE				0,00

continua...

SEZIONE 3) COSTI FISSI

12

non compilare le celle evidenziate in bianco il calcolo

SAU aziendale olivo (ha): 0

A) Parco Macchine	Tipologia - CV		anni di vita utile	valore acquisto (€)	Quota ammortamento	Spese Assicurative (€/anno)	Spese di Manutenzione (compresi lubrificanti) (€/anno)	Oneri finanziari (€/anno)
Macchine Agricole Semoventi (comprese pompe per l'irrigazione):								
Altre macchine e attrezzature:								
Totali costi per macchine e attrezzature						€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
B) Fabbricati e migliorie	Tipologia	descrizione	anni vita utile	valore costruzione (€)	Quota ammortamento	Spese Assicurative (€/anno)	Spese di Manutenzione (€/anno)	Oneri finanziari (€/anno)
Fabbricati rurali:								
Miglioramenti fondiari:								
Totali costi per fabbricati e miglioramenti fondiari						€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
C) Impianti	Tipologia	descrizione	anni vita utile	valore	Quota	Spese Assicurative	Spese di	Oneri
Impianti irrigazione:								
Impianti arborei e colture poliannuali:								
Totali costi per impianti e colture poliannuali						€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00

D) Altri costi generali aziendali	Descrizione	Importo (€/anno)
Servizi amministrativi:		
Spese per assistenza fiscale:		
Certificazioni:		
Quote associative:		
Imposte e Tasse:		
Assistenza tecnica:		
Altre spese:		
Altre spese:		
Altre spese:		



Bibliografia

Arzeni A., et al. (2018), Annuario dell'agricoltura italiana, volume LXXII, <https://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/annuario-dell-agricoltura-italiana>

CREA Annuario dell'agricoltura 2018

ISMEA (2020), Rapporto sull'industria alimentare in Italia. Le performance delle imprese alla prova del Covid-19, ottobre 2020, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10917>

ISMEA (2020), Tendenze Olio d'oliva, periodico n. 2/2020, dicembre, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11143>

ISMEA (2020), Tendenze Olio d'oliva, periodico n. 1/2020, aprile, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10384>

ISMEA (2020), Scheda di settore Olio d'oliva, aprile, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3523>

ISMEA (2012), Indagine sui costi di produzione delle olive da olio, luglio, <http://www.pianidisettoe.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/4%252F3%252Fa%252FD.970e9c7186c69083b691/P/BLOB%3AID%3D697>

ISMEA-Qualivita (2020), Rapporto 2020 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG, dicembre 2020, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11115>

ISMEA, Unaprol (2020), Stime della campagna olivicola 2020/2021, novembre, <http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10990>

RRN-ISMEA (2018), Studio sulla complementarità tra interventi di sviluppo rurale e dell'Organizzazione Comune di Mercato dell'olio di oliva e olive da tavola, ottobre, <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/18641>



Risorse web e banche dati

COI – Consiglio oleicolo internazionale

<https://www.internationaloliveoil.org/>

ISMEA, commercio estero

<http://www.ismeamercati.it/dati-agroalimentare/commercio-estero>

ISMEA, prezzi origine

<http://www.ismeamercati.it/prezzi-agroalimentari/origine/banca-dati>

ISMEA, Scheda di settore Olio di oliva

<http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3523#MenuV>

ISMEA, Qualido

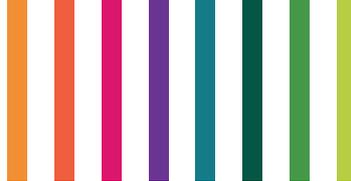
<http://www.ismeamercati.it/flex/FixedPages/IT/QualidoVetrina.php/L/IT>

UN Comtrade-ITC, commercio estero

<https://www.trademap.org/>

Eurostat, dati indagine struttura e produzioni agricole 2016:

https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ef_m_farmang&lang=en



Rete Rurale Nazionale
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma

    RETERURALE.IT

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

