



Workshop

Il settore del vino e dell'olio

Quale futuro nella PAC post 2020

OPPORTUNITÀ PER LA FILIERA OLIVICOLA

Maria Rosaria Pupo D'Andrea

CREA Politiche e Bioeconomia

Vinitaly, Verona, 17 aprile 2018

La Comunicazione sulla PAC post 2020

- Documento molto diverso dalle classiche comunicazioni sulla riforma della PAC
- Pochissimi riferimenti a strumenti/misure (sostanzialmente confermati) ma cambia l'architettura
- Il Piano strategico nazionale è volto a rafforzare la sussidiarietà (maggiore attenzione a condizioni ed esigenze locali) e dovrà assicurare la coerenza
 - Tra I pilastro (pagamenti diretti e **OCM unica**) e Il pilastro
 - Tra PAC e altre politiche
- La Commissione approva i piani e verifica la realizzazione dei risultati, il rispetto delle norme di base dell'UE e degli impegni internazionali

Le misure di mercato nella PAC post 2020

- Nel documento non c'è uno specifico riferimento alle misure di mercato
- Si evidenzia la necessità di aumentare l'orientamento al mercato degli agricoltori attraverso
 - rilancio degli investimenti (modernizzazione, innovazione, diversificazione, nuove tecnologie) per migliorare la sostenibilità (nelle tre accezioni), competitività e resilienza delle aziende agricole
 - ripensamento del ruolo e del funzionamento delle OP (che verrà affrontato in apposita proposta sul miglioramento della catena di approvvigionamento alimentare)
 - valorizzazione della consulenza aziendale
 - promozione di investimenti e meccanismi collettivi per realizzare sinergie efficaci con ricerca e innovazione
 - gestione dei rischi

Gli interessi dell'Italia

- Si tratta di interventi di grandissimo interesse per l'olivicoltura italiana caratterizzata da:
 - scarso potere contrattuale degli olivicoltori i cui redditi sono compressi da elevati costi di produzione e contrazione prezzi loro riconosciuti
 - debolezza della parte agricola nella distribuzione del valore della produzione olearia
 - Maggiori criticità per le aziende che si confrontano con la distribuzione moderna
 - elevato livello di conflittualità orizzontalmente e verticalmente lungo la filiera
 - ancora incompiuta trasformazione delle OP da organismi di gestione degli aiuti ad attori economici per la valorizzazione e la commercializzazione del prodotto

Il sostegno al settore olivicolo-oleario

1966-
1986

- **OCM oli e grassi**
- Aiuto alla produzione per quantità illimitate

1987-
1997

- **Riforma OCM**
- Aiuto alla produzione entro Quantitativi Massimi Garantiti a livello UE

1998-
2004

- **Riforma ponte**
- Aiuto alla produzione entro Quantitativi Nazionali Garantiti

2005-
2014

- **Riforma Fischler**
- Aiuto (disaccoppiato) ad ettaro (basato sugli aiuti storici aziendali)

Da 2015

- **Riforma 2014-2020**
- Aiuto (disaccoppiato) ad ettaro (avvio del processo convergenza interna ed esterna)
- Sostegno accoppiato volontario (70 milioni di euro/anno)

Le misure di intervento per il settore oleario

- Negli anni si sono azzerate le spese per ammasso privato e i sussidi alle esportazioni
- Nell'ambito dei pagamenti diretti l'Italia è l'unico paese ad aver previsto un pagamento accoppiato facoltativo destinato agli oliveti per il mantenimento della produzione (70 milioni di euro/anno)
- L'intervento sui mercati agricoli riguarda esclusivamente il finanziamento dei programmi triennali per il miglioramento della qualità dei prodotti (circa 36 milioni di euro/anno) riservato alle OP, AOP, e OI
- Fondamentale il ruolo delle OP nella concentrazione e commercializzazione del prodotto e ottimizzazione dei costi, anche se è nota la debolezza delle OP olivicole che presentano una base associativa piuttosto ampia ma un basso valore della produzione commercializzata

L'olivicoltura nei PSR

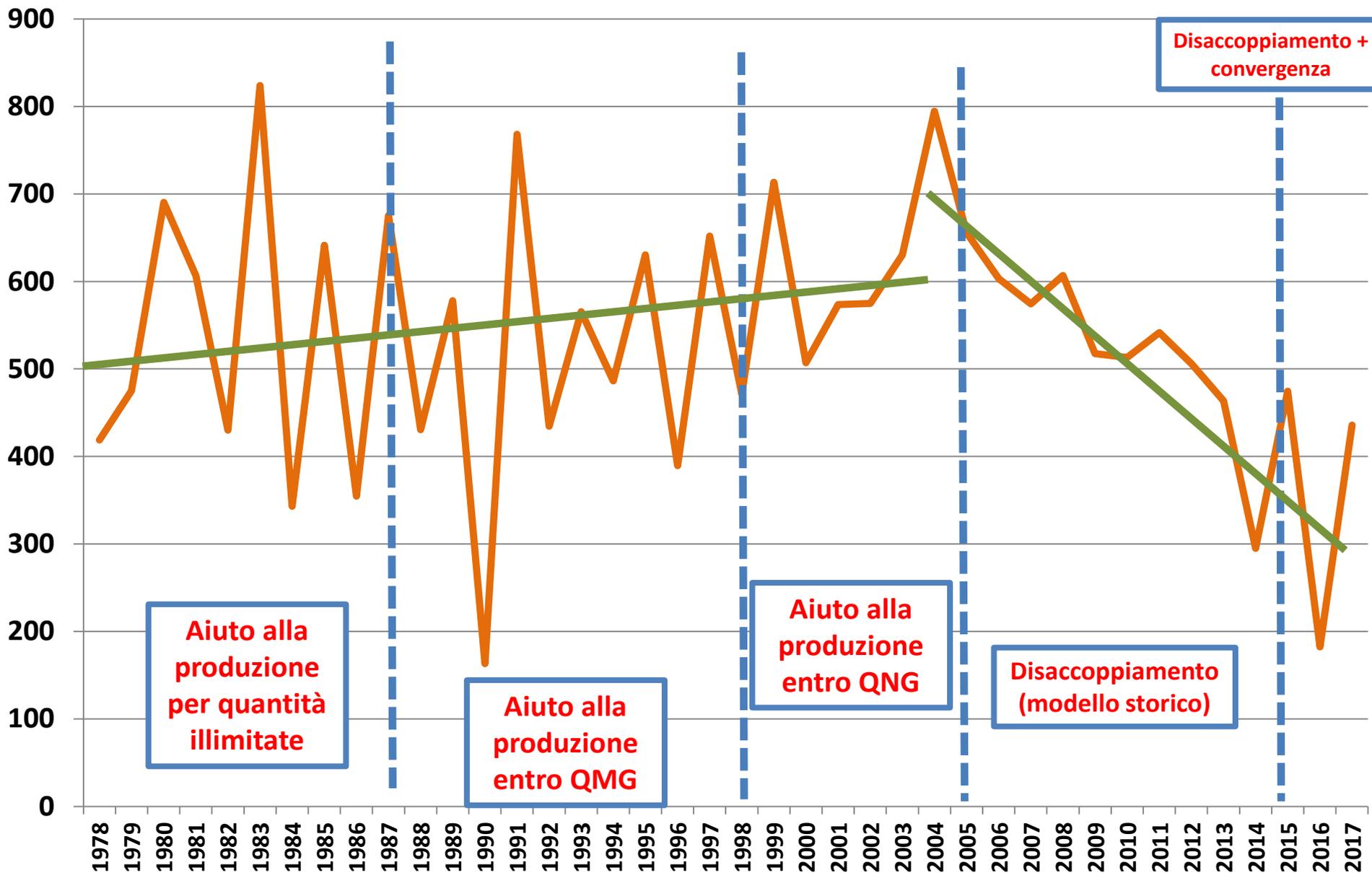
- Nel PSR 2007-2013 non sono stati previsti interventi specifici per l'olivicoltura né nella fase di programmazione né nei criteri di selezione nell'ambito delle diverse misure
- Nell'ambito dei bandi plurisettoriali la misura più richiesta dalle aziende olivicole è stata la 121 (investimenti in azienda) soprattutto da quelle con olio certificato DOP/IGP.
- In generale, solo il 3% delle aziende finanziate per investimenti in azienda ha riguardato aziende olivicole, prevalentemente per l'acquisto di macchine (61% dei casi) e miglioramenti fondiari (27%)



Il sostegno al settore in 40 anni di PAC

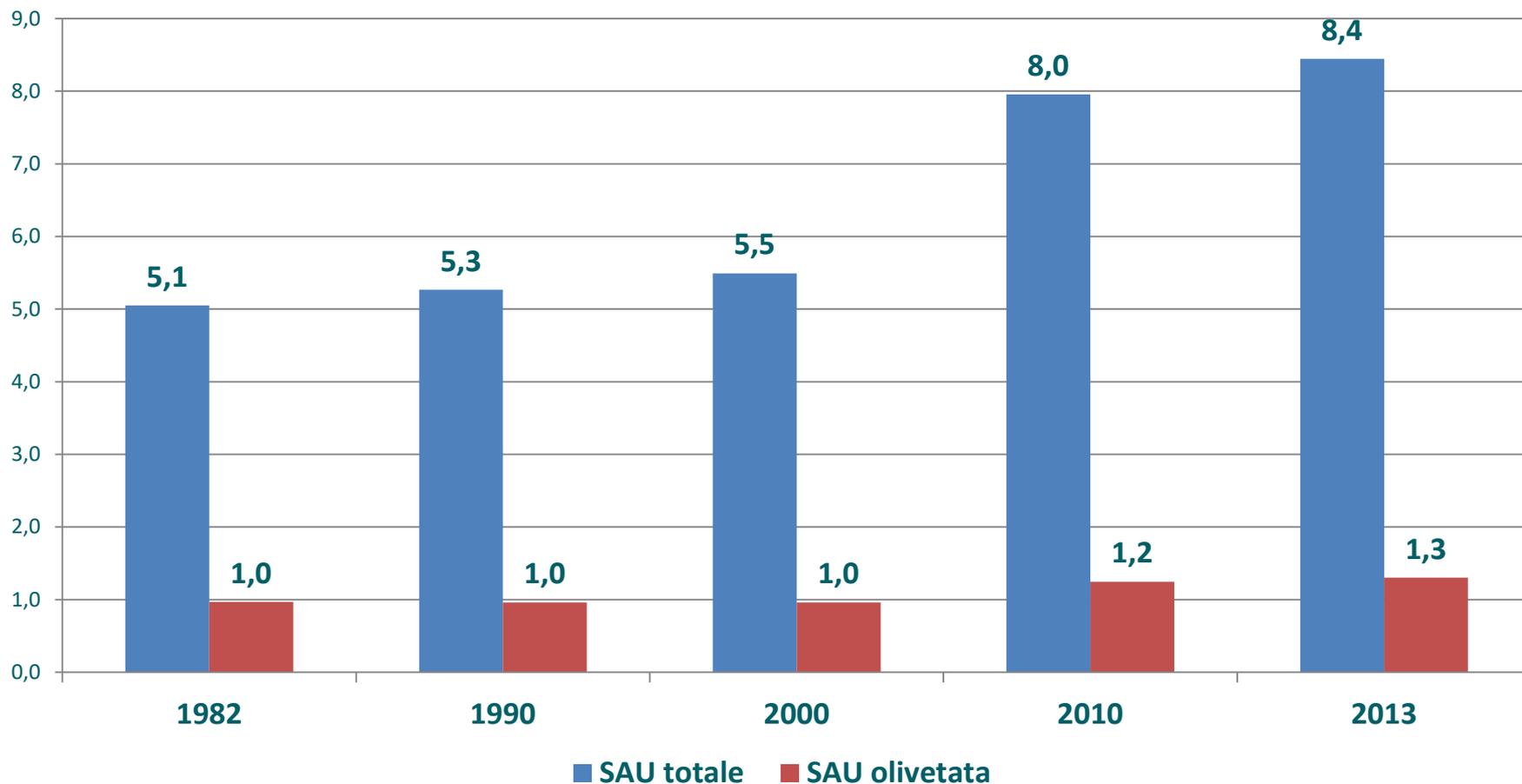
- In 40 anni di PAC (dal 1978) sono arrivati al settore (ai produttori) tramite pagamenti diretti circa 28 miliardi di euro
- Questo sostegno
 - ha creato sviluppo, innovazione, migliorato la competitività delle aziende?
 - ha fatto dell'Italia un punto di riferimento nello scenario olivicolo internazionale, un modello olivicolo da imitare?
 - ha contribuito a creare e a sviluppare la filiera?

Italia. Produzione di olio d'oliva (000 tonnellate) (1978-2017)



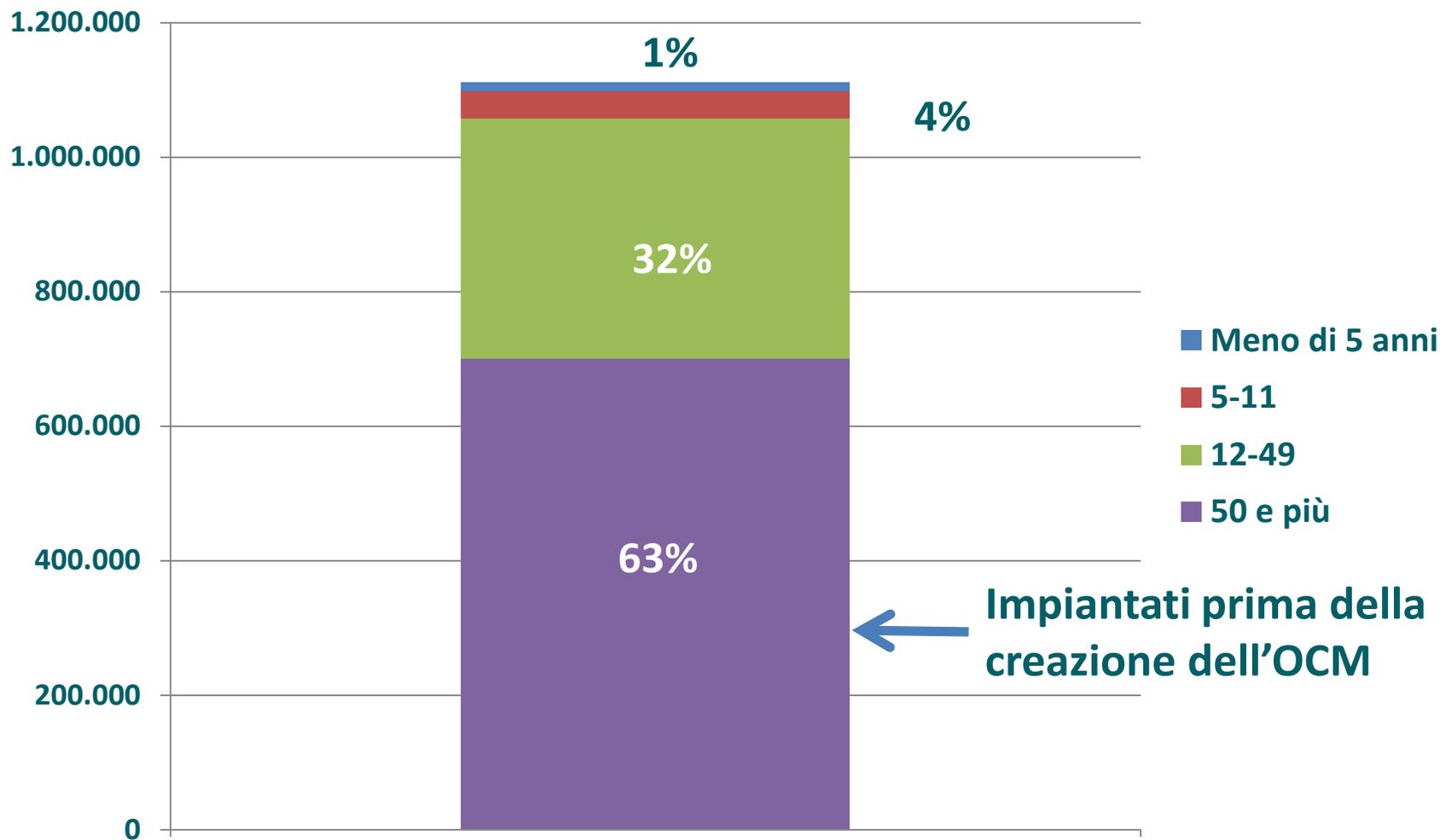
Dimensione media aziendale (ha/azienda)

Olivicoltura nazionale caratterizzata da bassissime dimensioni medie aziendali



L'età degli oliveti – Superficie per classi di età

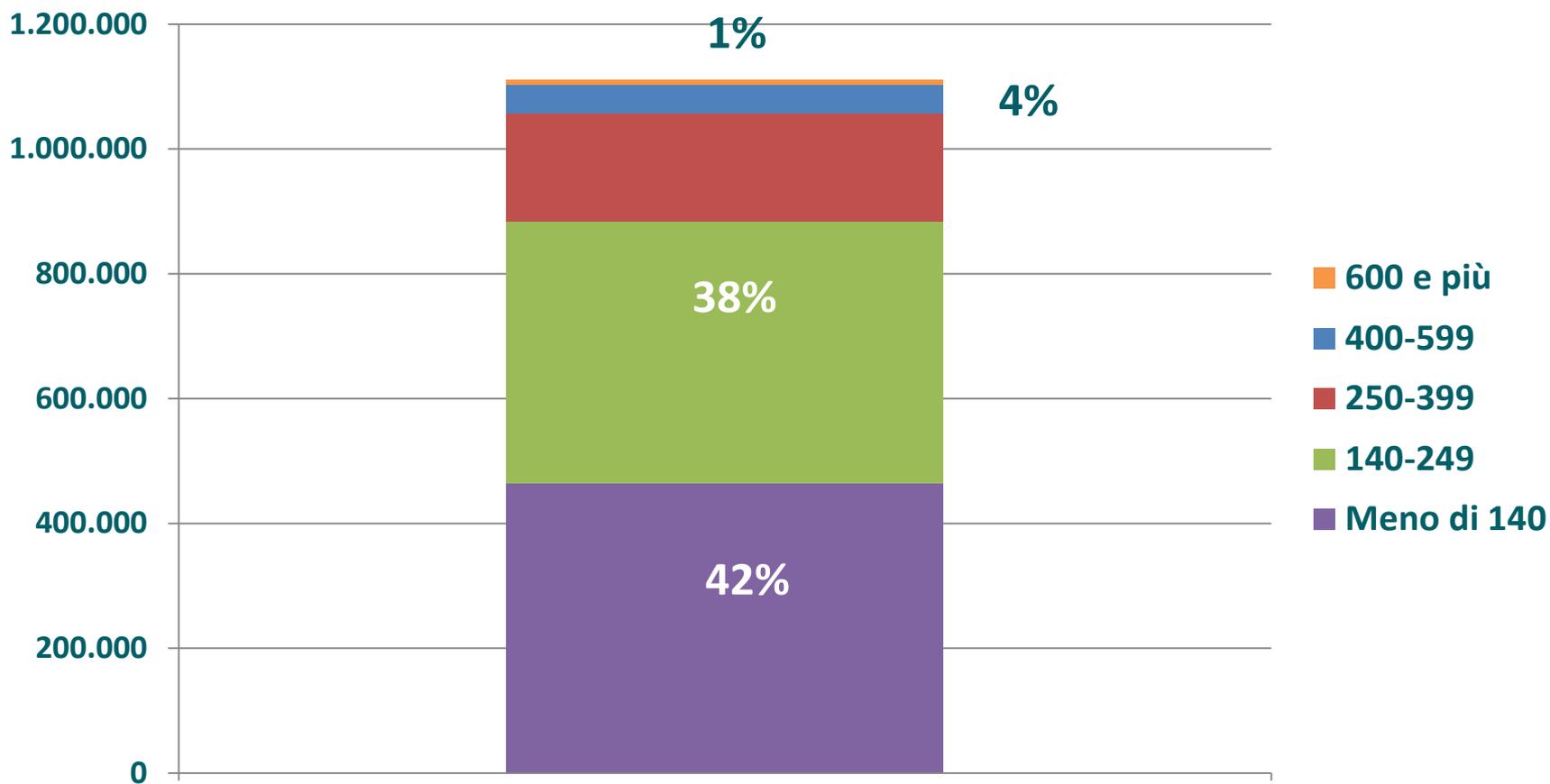
Superficie occupata prevalentemente da oliveti vecchi ...



La densità delle piante

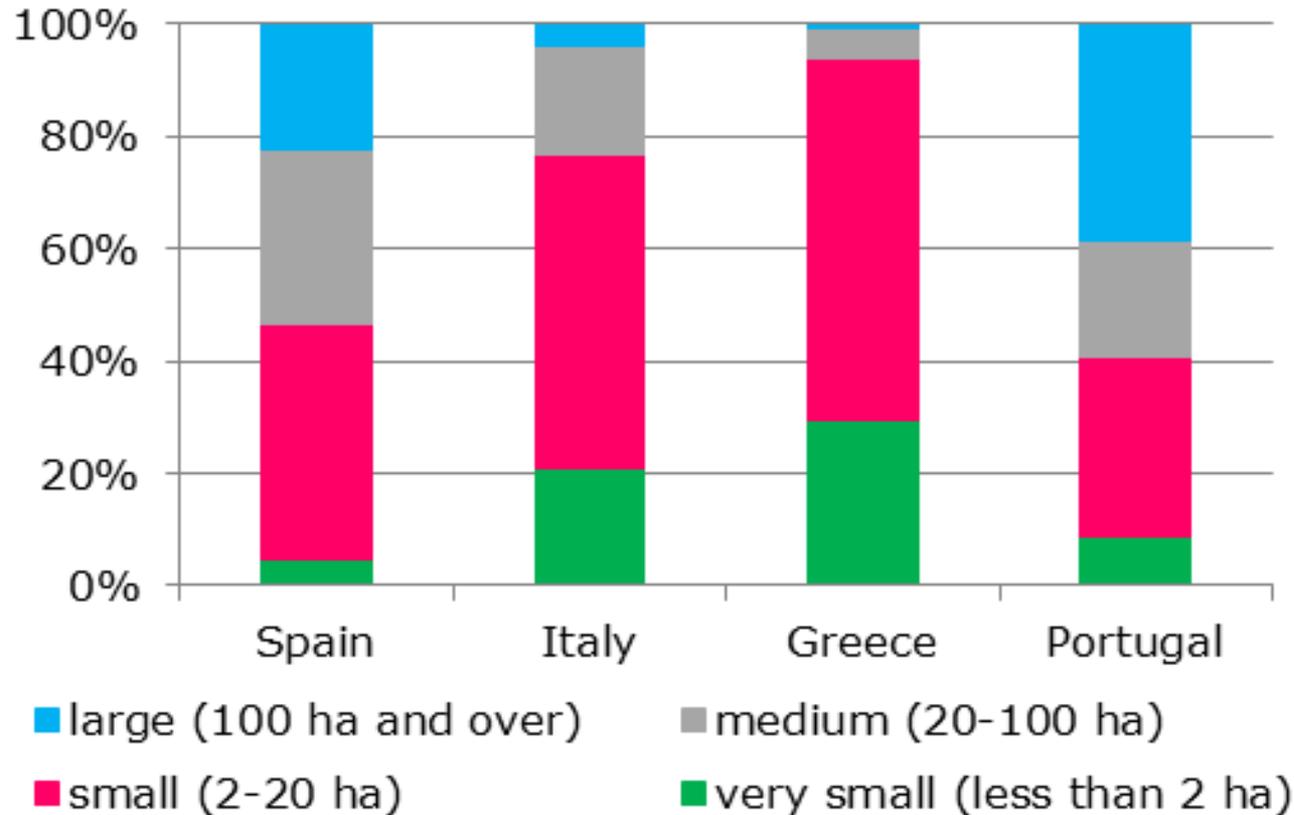
... e con bassa densità di piante ad ettaro

Solo il 5% della SAU è caratterizzata da oliveti intensivi e giovani



Caratteristiche strutturali a confronto

Quota di SAU per classe di dimensione delle aziende olivicole specializzate (2013)



Proiezioni al 2030 per l'UE (DG Agri)

- La produzione olearia dell'UE è prevista in crescita (+5% rispetto al 2015), principalmente nella penisola iberica per l'espansione delle aree irrigate e per i nuovi impianti a più alta resa (+2,3% all'anno)
- In Italia la crescita è prevista del 2% all'anno basata solo su miglioramento delle rese, mentre non si prevedono aumenti di superficie
- Consumo in crescita nei paesi UE non tradizionali consumatori e nel resto del mondo
- La redditività degli oliveti tradizionali negativamente influenzata dalla riduzione dei prezzi in annate abbondanti per via della minore produttività e dei maggiori costi di produzione
- Occorre, pertanto, che tali sistemi creino valore grazie alle produzioni di qualità legate all'origine e al biologico

L'espansione della domanda

- Il fattore chiave per il mercato dell'olio d'oliva è l'espansione della domanda
- Il tasso di crescita dipenderà, almeno in parte, dall'efficacia delle attività promozionali
- Nei paesi sviluppati una quota crescente dei consumatori richiederà olii d'oliva differenziati per attributi di qualità di prodotto e di processo (DOP/IGP, biologico)
- Grossi margini di espansione per l'Italia che ha una identità riconosciuta sui mercati mondiali (*made in Italy*)
- Tuttavia le capacità produttive delle singole denominazioni sono ancora ridotte
 - Solo il 2% della produzione olearia è DOP/IGP
 - La produzione olearia certificata rappresenta solo l'1% del valore dei prodotti certificati, pur detenendo il 16% dei riconoscimenti (Qualivita-Ismea)

Le opportunità per la filiera olivicola

- Il Piano strategico della PAC rappresenta l'occasione per definire un quadro strategico per il settore che combini assieme le politiche e le azioni che a vario titolo sono indirizzate all'olivicoltura in modo che siano elaborati sinergicamente e in funzione di un obiettivo riconosciuto
- La rinnovata attenzione al ruolo e al funzionamento delle OP dovrebbe essere sfruttata per creare un efficace coordinamento, verticale e orizzontale, tra gli attori della "filiera"
- Particolare attenzione dovrebbe essere posta alla crescente concentrazione e "multinazionalizzazione" dell'industria di imbottigliamento, che rappresenta un fattore determinante per la distribuzione del potere di mercato tra gli attori della "filiera"
- Così come particolare attenzione andrà posta ad una efficace promozione ed implementazione dei regimi di protezione delle DOP/IGP per permettere ai produttori di olio d'oliva di aumentare il loro potere di mercato lungo la "filiera" e catturare la quota di valore che i consumatori attribuiscono a specifiche origini

Le opportunità per la filiera olivicola

- In previsione di una probabile riduzione delle risorse per la PAC si tratta di sfruttare gli strumenti messi a disposizione dalla politica comunitaria per
 - rilanciare il settore puntando su innovazione (tecnica e organizzativa), investimenti e sostenibilità (economica, ambientale e sociale)
 - creare le condizioni affinché gli olivicoltori ricevano dal mercato la fetta più consistente del loro reddito
- Senza dimenticare i nodi mai sciolti del ricambio generazionale e della ricomposizione fondiaria rispetto ai quali anche la politica nazionale può svolgere un ruolo di rilievo

Contatti

Grazie per l'attenzione

mrosaria.pupodandrea@crea.gov.it

Rete Rurale Nazionale

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Via XX Settembre, 20 – Roma

www.reterurale.it - @reterurale

www.facebook.com/reterurale