



# 35

LA MOSTRA

## Quando il contenitore valorizza il contenuto

—Trentacinque artisti hanno esposto, per l'undicesima edizione, alla galleria Brera di Milano le lattine per l'olio rivisitate in chiave artistica

# Lo chiamiamo olio ma è l'oro verde italiano

● Un 2014 disastroso ma quest'anno la produzione è tornata di qualità e con numeri consistenti. Resta il problema di come investire in un settore considerato il "parente povero" di quello vinicolo

**D**opo un 2014 drammatico da un punto di vista produttivo, la raccolta di olive del 2105 in Italia sembra essere destinata a riportare il sereno su uno dei settori strategici delle produzioni agroalimentari del Paese. Migliorano le quantità, come hanno evidenziato molti consorzi di tutela degli Oli Extra Vergine di Oliva ad indicazione geografica: grazie soprattutto all'efficacia dell'attività di contrasto alla mosca olearia si annuncia un olio di alta qualità grazie ad olive sanissime e di buon calibro. Se la situazione contingente tende al miglioramento, le condizioni strutturali del settore sono invece in difficoltà da diverso tempo perché come dice bene Stefano Barzagli, dirigente dell'assessorato agricoltura Regione Toscana "L'olio a confronto del mondo del vino sembra il settore dei vinti o dei deboli in quanto pochi comprendono che il vero valore dell'olivicoltura mediterranea non è solo un valore economico, ma anche ambientale, paesaggistico e sociale" Il patrimonio degli oliveti italiani è unico al mondo non solo per la consistenza quantitativa, ma principalmente per la grande varietà di piante (350 cultivar di olivo); avrebbe inoltre le potenzialità per esprimere un grandissimo valore sia dal punto di vista ambientale, che socio-economico. Purtroppo invece il settore è esposto a gravi minacce, con molte aree del Paese dove l'olivicoltura è addirittura a rischio sopravvivenza.

## LA PRODUZIONE AGRICOLA

Oliveti poco produttivi, una filiera molto frammentata, un'organizzazione dell'offerta ancora in divenire e la scarsità di strumenti promozionali sono tra le principali cause della debolezza che mette in difficoltà i nostri extravergini di qualità nei confronti della concorrenza, soprattutto internazionale. "Ma assistiamo anche ad uno strano fenomeno di sdoppiamento della personalità degli imprenditori agricoli - commenta ancora Barzagli - quando fa l'imprenditore vitivinicolo diventa vincente ed innovativo mentre lo stesso imprenditore quando fa olivicoltore si rassegna quasi". Questo atteggiamento è una delle cause che non consenta al settore di esprimere il suo vero potenziale commerciale nonostante l'olio sia uno dei prodotti più ricercati nei mercati internazionali visto lo stretto legame con il concetto di benessere e Dieta Mediterranea. A causa di tutto questo nella filiera agricola si è verificato molto spesso un meccanismo perverso che ha inibito impegno e investimenti, provocando ulteriori ricadute negative sulla redditività. Basti considerare, come testimonia uno studio in fase di pubblicazione realizzato da Aicig e Ismea, che il reddito operativo dell'olivicoltore è stimato al 3,5% del valore totale finale al consumo dell'olio di oliva vergine e extravergine. Nella sostanza una cifra irrisoria. E così finisce che in molti casi si tagliano le piante o si abbandonano gli oliveti. Per quanto riguarda la componente agricola, in Italia gli aiuti diretti erogati fino al 2004 dalla Comuni-



tà europea e il successivo pagamento unico hanno aiutato a sopravvivere, ma non a sviluppare una vera e propria competitività della filiera produttiva.

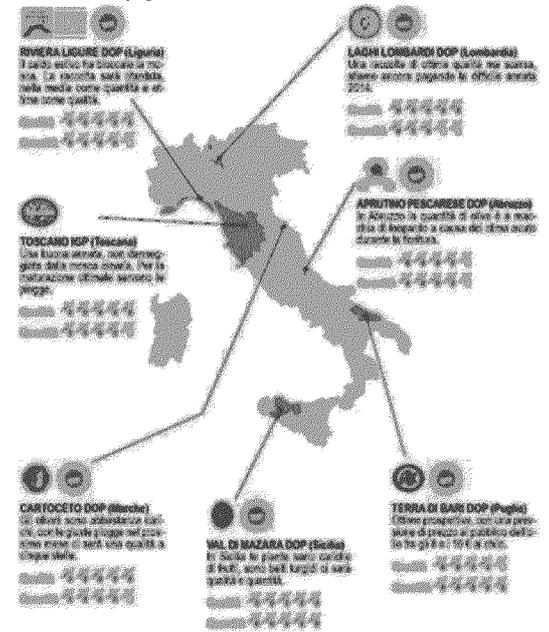
### UNA FILIERA FRAMMENTATA

L'azienda olivicola riesce ad avere un po' di margine operativo solamente integrando più fasi del processo di produzione (dalla molitura fino alla vendita) cosa che non succede in Italia dove la frammentazione produttiva rappresenta ancora una delle maggiori criticità. Un esempio eclatante è dato dai numeri della fase di prima trasformazione. In Italia - secondo i dati Aicig-Ismea - esistono 4700 frantoi che, pur essendo in diminuzione, rimangono un eccesso rispetto ai 1600 della Spagna, che ha una produzione di olio tripla rispetto alla nostra. Oltre ad ottimizzare questa fase del processo, è necessario rendere efficiente anche la fase di vendita. La maggior parte del nostro olio extravergine di qualità, infatti, viene venduto sfuso nei frantoi a prezzi che non garantiscono la giusta remunerazione. A completamento di questo modello di commercializzazione solo una piccola parte del prodotto confezionato arriva sugli scaffali della grande distribuzione. Ma la maggiore frattura che si registra nel settore dell'olio di oliva è quella che tiene lontano il mondo dell'olivicoltura da quello dell'industria di imbottigliamento. Se la parte agricola è sinonimo di qualità, quella industriale ha dimostrato più volte una spiccata capacità di affermarsi sui mercati internazionali, diffondendo il made in Italy e creando occupazione. In un Paese come il nostro dove la produzione interna non è in grado di garantire neppure il fabbisogno nazionale, il fatto di avere operatori con elevato know-how capaci di conquistare i mercati internazionali, attraverso la realizzazione di "blend" con oli importati, dovrebbe essere considerato un valore.

### SVILUPPO NECESSARIO

Il mercato internazionale dell'olio di oliva è in crescita e l'Italia, a livello di dinamiche di mercato globali, rappresenta un crocevia primario, considerato che è il primo paese importatore e il secondo esportatore. Nonostante questo, l'intero settore riveste un ruolo economico davvero marginale, basti considerare che il fatturato dell'industria dell'olio di oliva è di circa il 3% rispetto a quello dell'intera industria agroalimentare nazionale. All'interno di questo settore ci sono eccellenze mondiali come gli extravergini a Indicazione Geografica (42 DOP e 1 IGP) che rappresentano solamente il 3% del totale, trattenendo una potenzialità di grandissima portata. All'interno di questo contesto sarà utile ricordare che la destinazione dell'olio è rivolta per il solo 38% all'export, che in termini di valore rappresenta l'elemento più attrattivo. Il Ministero delle politiche agricole ha effettuato nei mesi scorsi un primo intervento per supportare e sviluppare il settore dando avvio al Piano olivicolo nazionale con una dotazione di 32 milioni di euro. Le azioni previste dal piano, approvato con il Decreto Agricoltura, mirano direttamente a incidere sui grandi gap del settore: aumento della produzione nazionale, investimenti in ricerca, sostegno all'aggregazione e all'innovazione. L'obiettivo è chiaro: aumento del 25% della produzione italiana nei prossimi anni per arrivare a quota 650mila tonnellate. Diminuire la dipendenza dalle importazioni aumentando la redditività delle produzioni è un obiettivo urgente; occorre attivare ricerca e innovazione con la massima attenzione alla biodiversità per avere varietà molto più produttive in grado anche di favorire la raccolta meccanizzata e quindi di aumentare i raccolti.

Previsione campagna olearia 2015



### I numeri dell'olio in Italia



Fonte: Elaborazione Fondazione Qualivita su dati Ismea, Aicig



### Le denominazione di origine

