



Campagna finanziata con il contributo
della Comunità Europea
Reg.CE 887/08 e s.m.i.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013

monitoraggio
delle aziende olivicole



Premessa

Le attività di monitoraggio e gestione amministrativa del mercato nel settore dell'olio di oliva e delle olive da tavola che rientrano nei programmi di attività delle organizzazioni di operatori ai sensi del Reg. (CE) 867 e ss.mm.ii., rappresentano un valido supporto per la conoscenza di un contesto in continuo divenire. Non si può prescindere, infatti, dalla conoscenza del settore per poter permettere alle imprese del settore di strutturare adeguate strategie di mercato.

L'attività di monitoraggio consente, attraverso una conoscenza più puntuale del settore, la programmazione delle filiere sul territorio, mantenendo le peculiarità distintive che ciascuna possiede.

Attraverso l'attività di monitoraggio si vuole anche cercare di rispondere in maniera adeguata alle esigenze informative dei produttori che, molto spesso, incontrano notevoli difficoltà a trovare un giusto posizionamento all'interno del mercato, soprattutto in termini di prezzo. Si tratta, quindi, di un settore molto complesso, con dinamiche articolate e di difficile comprensione, che richiede competenze appropriate per poter sviluppare comportamenti virtuosi in grado di generare valore lungo la filiera.

Metodologia

Le attività di monitoraggio sono state realizzate attraverso la somministrazione di un questionario suddiviso in sezioni presso un campione di aziende agricole associate alle Organizzazioni territoriali del Consorzio Unaprol. In conformità con quanto previsto dall'allegato 4 del D.M. di attuazione del Reg. (CE) 1220/2011, il campione di aziende agricole selezionato ha una numerosità compresa tra lo 0,5% e il 2% dell'universo della nostra base associativa per ciascuna regione.

Il campione comprende un numero complessivo di aziende di oltre 3.000 unità, caratterizzato da una superficie olivetata superiore o uguale ad 1 ettaro, scelte sulla base dei flussi commerciali che esse generano e con esclusione di quelle che producono per autoconsumo.

Il 70% delle aziende intervistate è ubicato nell'Italia meridionale, il 15% nell'Italia insulare, il 12% nell'Italia centrale ed il restante 3% nell'Italia nord-occidentale.

Il questionario ha permesso di raccogliere informazioni oltre che sulle caratteristiche strutturali, anche sulle problematiche relative alla manodopera aziendale, alle informazioni di supporto necessarie a favorire una classificazione delle aziende in linea con gli obiettivi del Piano Olivicolo Nazionale. In particolare è stato possibile verificare l'interesse delle aziende intervistate nei confronti della realizzazione di investimenti, sulle categorie di olio prodotto, sui mercati serviti.

NEWSLETTER

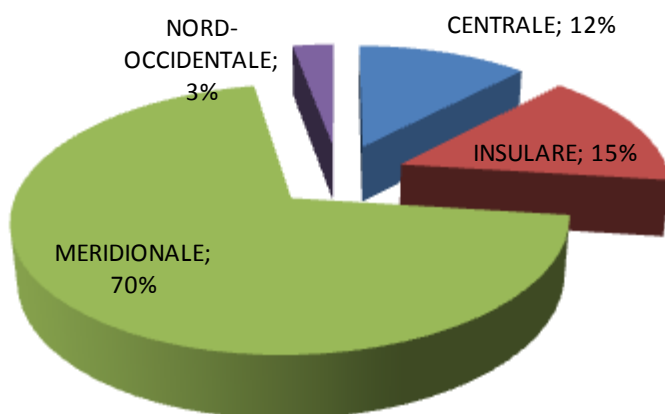
informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Regioni	Aziende	Incidenza %
ABRUZZO	156	4%
BASILICATA	140	4%
CALABRIA	568	15%
CAMPANIA	336	9%
EMILIA-ROMAGNA	16	0%
LAZIO	269	7%
LIGURIA	75	2%
LOMBARDIA	31	1%
MARCHE	66	2%
MOLISE	46	1%
PUGLIA	1.339	36%
SARDEGNA	143	4%
SICILIA	406	11%
TOSCANA	69	2%
UMBRIA	43	1%
Totale	3.703	100%
Centro-Nord	569	15%
Sud e isole	3.134	85%

Fonte: Unaprol

Distribuzione delle aziende oggetto dell'indagine



Fonte: Unaprol



CARATTERISTICHE STRUTTURALI

Le caratteristiche anagrafiche del conduttore

Dall'analisi dei dati risulta che il conduttore delle nostre aziende olivicole ha un'età media di 55 anni, in linea con l'età media degli agricoltori europei ed al di sotto di quella misurata in Italia.

L'età minore si riscontra in Liguria e Piemonte con un valore medio pari a 47 anni, mentre in Toscana e Sicilia 58 anni. Segue la Puglia con 57 anni.

La conduzione aziendale è ancora saldamente in mano ai conduttori maschi, i quali risultano essere a capo del 71% delle aziende olivicole; tale incidenza è confermata anche a livello di ripartizione geografica. Comunque si registra per le imprenditrici un valore di tutto rispetto pari al 29% a livello nazionale.

Sesso del conduttore per ripartizione geografica		
Ripartizione	Femmine	Maschi
CENTRALE	31%	69%
INSULARE	28%	72%
MERIDIONALE	29%	71%
NORD-OCCIDENTALE	25%	75%
NORD-ORIENTALE	29%	71%
ITALIA	29%	71%

Fonte: Unaprol

Passando ad analizzare il titolo di studio si evince che solo il 18% dei conduttori possiede una laurea, con qualche differenziazione a livello territoriale. In Calabria, infatti, la percentuale di conduttori laureati sale al 27%.

Spostando nuovamente l'analisi a livello nazionale, il 41% degli intervistati possiede un titolo di scuola media superiore, con differenziazioni abbastanza notevoli a livello di ripartizione geografica; difatti, nelle regioni dell'Italia Centro-settentrionale, tale percentuale tende ad aumentare. La percentuale dei conduttori che, a livello nazionale, possiedono un titolo di studio di scuola media inferiore è pari al 26%; segue la licenza elementare con il 15%. La percentuale più alta dei conduttori che possiede solo un titolo di scuola elementare è detenuta dalla Puglia con il 18%.

L'analisi del grado di istruzione del conduttore rimanda l'immagine di imprenditori che, con le dovute differenze a livello territoriale hanno bisogno di maggiore qualificazione e di acquisire le competenze relative al marketing e alla problematiche di mercato e alle nuove tecnologie ormai diventate imprescindibili per operare in un settore complesso e con logiche articolate e in continuo cambiamento.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Grado d'istruzione del conduttore (per regione e ripartizione geografica)					
Ripartizione e regione	Medie Sup.	Laurea	Medie inferiori	Licenza elementare	nessuno
CENTRALE	44%	15%	25%	15%	0%
LAZIO	46%	15%	27%	12%	0%
MARCHE	36%	24%	21%	18%	0%
TOSCANA	39%	7%	28%	25%	1%
UMBRIA	52%	19%	17%	12%	0%
INSULARE	39%	17%	25%	18%	1%
SARDEGNA	41%	16%	33%	10%	0%
SICILIA	39%	18%	22%	20%	2%
MERIDIONALE	40%	18%	26%	15%	1%
ABRUZZO	43%	16%	22%	17%	1%
BASILICATA	53%	16%	18%	12%	1%
CALABRIA	43%	27%	20%	10%	1%
CAMPANIA	46%	18%	27%	9%	0%
MOLISE	48%	15%	30%	7%	0%
PUGLIA	35%	16%	30%	18%	1%
NORD-OCCIDENTALE	56%	12%	27%	5%	0%
LIGURIA	57%	17%	23%	3%	0%
LOMBARDIA	52%	0%	39%	10%	0%
NORD-ORIENTALE	57%	14%	14%	14%	0%
EMILIA-ROMAGNA	57%	14%	14%	14%	0%
ITALIA	41%	18%	26%	15%	1%

Fonte: Unaprol

Un riscontro al fabbisogno di conoscenze è dato dall'analisi del dato riguardante l'interesse delle aziende intervistate nei confronti della formazione: a livello nazionale il 34% di esse ha seguito negli ultimi cinque anni corsi di formazione. L'interesse maggiore si è riscontrato soprattutto in Umbria, dove il 69% delle aziende ha mostrato interesse per la formazione, a seguire l'Emilia Romagna con il 57% e la Sardegna con il 64%. Di tutto rilievo le percentuali di interesse registrate nelle altre regioni.

Corsi di formazione negli ultimi 5 anni		
REGIONI	NO	SI
ABRUZZO	77%	23%
BASILICATA	64%	36%
CALABRIA	74%	26%
CAMPANIA	66%	34%
EMILIA-ROMAGNA	43%	57%
LAZIO	67%	33%
LIGURIA	57%	43%
LOMBARDIA	58%	42%
MARCHE	48%	52%
MOLISE	67%	33%
PUGLIA	59%	41%
SARDEGNA	36%	64%
SICILIA	91%	9%
TOSCANA	77%	23%
UMBRIA	31%	69%
ITALIA	66%	34%

Fonte: Unaprol

In particolare il 6% delle aziende, che ha seguito corsi di formazione, ha concentrato il proprio interesse nei confronti delle tematiche inerenti la gestione economica dell'azienda agricola; il 20% inerenti la gestione



agronomica dell'azienda agricola; il 4% inerenti la certificazione in agricoltura; il 15% inerenti la condizionalità; il 4% inerenti la politica e la normativa comunitaria ed il 4% inerenti il marketing e la commercializzazione dell'olio. Di particolare rilievo l'interesse mostrato in Umbria rispetto alla formazione, in quanto il 57% ha seguito corsi di formazione riguardanti le problematiche di marketing e di commercializzazione, mostrando, quindi, un particolare interesse nei confronti delle dinamiche di mercato e commerciali. Sempre in Umbria il 55% delle aziende, che ha seguito corsi, ha frequentato un corso di politica e normativa comunitaria.

Nelle altre regioni l'interesse è spostato verso le tematiche di gestione agronomica, di certificazione in agricoltura o di condizionalità; sostanzialmente verso argomenti legati alla conduzione aziendale di contenuto più tecnico.

Argomenti corsi di formazione						
Regioni	Gestione economica	Gestione agronomica	Certificazione	Condizionalità	Politica e normativa comunitaria	Marketing e commercializzazione
ABRUZZO	6%	9%	3%	4%	7%	4%
BASILICATA	13%	8%	1%	21%	13%	11%
CALABRIA	6%	11%	7%	8%	2%	4%
CAMPANIA	10%	13%	5%	20%	3%	4%
EMILIA-ROMAGNA	7%	50%	14%	0%	0%	7%
LAZIO	13%	25%	10%	2%	3%	2%
LIGURIA	4%	25%	11%	13%	4%	0%
LOMBARDIA	3%	39%	6%	6%	0%	10%
MARCHE	6%	36%	20%	5%	8%	9%
MOLISE	13%	22%	4%	2%	7%	7%
PUGLIA	3%	29%	3%	26%	2%	3%
SARDEGNA	8%	44%	7%	20%	9%	9%
SICILIA	4%	4%	1%	2%	1%	0%
TOSCANA	6%	16%	0%	6%	0%	0%
UMBRIA	7%	19%	12%	17%	55%	57%
Totale complessivo	6%	20%	4%	15%	4%	4%

Fonte: Unaprol

Passando ad analizzare la forma di conduzione ricorrente, si evince come quella prevalente è rappresentata dal coltivatore diretto (31%), seguita dall'imprenditore agricolo professionale (25%) e dal pensionato che detiene una percentuale del 23%. Segue con il 20% la conduzione part time. Nelle regioni del Nord l'incidenza del coltivatore diretto è superiore alla media nazionale.

Tipologia di conduzione				
Regioni	Coltivatore diretto	IAP	Part time	Pensionato
ABRUZZO	26%	34%	18%	22%
BASILICATA	38%	30%	11%	21%
CALABRIA	19%	34%	26%	20%
CAMPANIA	56%	21%	13%	10%
EMILIA-ROMAGNA	64%	29%	0%	7%
LAZIO	36%	24%	16%	24%
LIGURIA	69%	23%	4%	4%
LOMBARDIA	61%	32%	6%	0%
MARCHE	45%	33%	11%	11%
MOLISE	61%	11%	11%	17%
PUGLIA	27%	19%	24%	30%
SARDEGNA	41%	24%	19%	16%
SICILIA	19%	22%	26%	32%
TOSCANA	23%	59%	1%	16%
UMBRIA	29%	40%	14%	17%
Totale complessivo	31%	25%	20%	23%

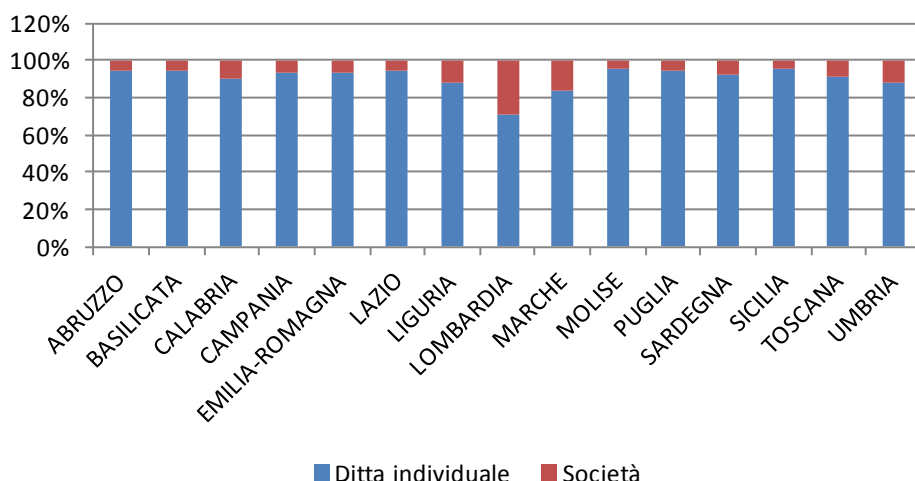
Fonte: Unaprol



Forma giuridica e assistenza tecnica

La forma giuridica aziendale prevalente risulta essere quella della ditta individuale, che incide, a livello nazionale, per il 97%, contro il restante 3% rappresentato da società.

Forma giuridica aziendale per regione



Fonte: Unaprol

All'interno della forma giuridica societaria prevale nettamente quella delle società di persona; in alcune regioni tale percentuale copre il 100%. Passando alle società di capitali le presenze a livello nazionale più rappresentative sono quelle delle Sas e delle Srl, mentre le Spa registrano una percentuale marginale (in Sicilia si riscontra una presenza pari al 6%).

La frammentarietà che caratterizza il settore olivicolo italiano risiede anche nella dimensione ridotta delle aziende e nella loro incapacità, nella maggior parte dei casi, di fare massa critica di prodotto e di creare i presupposti per attuare strategie più incisive soprattutto a livello di prezzo. Partendo dal presupposto che in Italia non si può parlare di un'unica olivicoltura, ma di più olivicolture, ognuna con le proprie peculiarità, si evidenzia altresì la necessità di fare sistema, di creare reti, per poter affrontare nel modo migliore le sfide di mercato e raggiungere, così, un livello di competitività maggiore.

Le attività di monitoraggio hanno permesso di rilevare l'interesse delle aziende intervistate nei confronti di queste problematiche.

In particolare si è rilevato il livello di adesione a cooperative.

Si è evidenziato che, a livello nazionale, sempre con riferimento al nostro campione di riferimento solo il 44% delle aziende aderisce a cooperative (il 29% a cooperative di conferimento, il 5% a cooperative di servizi e il 10% ad entrambe).

A questo punto è importante puntualizzare che per cooperative di conferimento si intendono quelle che garantiscono il ritiro della materia prima (oleifici sociali), accentrano alcune fasi del processo di lavorazione e trasformazione dei prodotti conferiti dai soci (es.: molitura delle olive, stoccaggio, confezionamento) e lo collocano sul mercato. In questo caso i produttori conferiscono il prodotto, affinché venga lavorato, conservato, manipolato, trasformato e venduto tramite l'organizzazione collettiva, con gestione comune di impianti, stabilimenti e magazzini. Il pagamento al socio avviene per acconto e saldo. Per cooperativa di servizi, invece, si intende quella che effettua solo il servizio di molitura e/o gli acquisti collettivi.

Si registrano comunque picchi positivi adesione in Toscana, Puglia ed Emilia Romagna.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Distribuzione regionale dell'adesione a cooperative				
Regioni	Di conferimento	Di servizi	Entrambe	Nessuna
ABRUZZO	17%	1%	56%	26%
BASILICATA	15%	19%	0%	66%
CALABRIA	18%	4%	1%	76%
CAMPANIA	1%	4%	0%	95%
EMILIA-ROMAGNA	57%	36%	0%	7%
LAZIO	29%	3%	6%	61%
LIGURIA	5%	9%	0%	85%
LOMBARDIA	26%	13%	6%	55%
MARCHE	24%	2%	0%	74%
MOLISE	13%	0%	0%	87%
PUGLIA	51%	1%	8%	40%
SARDEGNA	9%	30%	0%	61%
SICILIA	6%	11%	38%	44%
TOSCANA	87%	0%	13%	0%
UMBRIA	5%	0%	0%	95%
ITALIA	29%	5%	10%	56%

Fonte: Unaprol

La complessità delle attività legate all'agricoltura in generale e all'olivicoltura in particolare rende vivo l'interesse nei confronti dell'associazione ad organizzazioni di produttori che, in qualche modo, possono facilitare e supportare le aziende anche nell'approccio ai diversi mercati e alle strategie da adottare.

Procedendo con l'analisi si osserva che il 74% delle aziende si avvale di assistenza tecnica, con qualche differenziazione a livello regionale.

Si avvale di assistenza tecnica		
REGIONI	NO	SI
ABRUZZO	18%	82%
BASILICATA	34%	66%
CALABRIA	41%	59%
CAMPANIA	11%	89%
EMILIA-ROMAGNA	0%	100%
LAZIO	58%	42%
LIGURIA	34%	66%
LOMBARDIA	0%	100%
MARCHE	19%	81%
MOLISE	7%	93%
PUGLIA	24%	76%
SARDEGNA	16%	84%
SICILIA	7%	93%
TOSCANA	39%	61%
UMBRIA	76%	24%
ITALIA	26%	74%

Fonte: Unaprol

Considerando che, molto spesso le aziende si rivolgono anche a soggetti diversi per l'assistenza tecnica, il quadro dell'analisi rimanda, a livello nazionale, una media più alta per le organizzazioni dei produttori, seguita dal ricorso ad un libero professionista. Anche a livello regionale persiste tale situazione.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



L'AZIENDA SI RIVOLGE A					
REGIONI	ORGANIZZAZIONE PROFESSIONALE AGRICOLA	RENDITORIE/RAPPRESENTANTE DI FITOFARMACI	DIVULGATORE ENTE DI SVILUPPO	LIBERO PROFESSIONISTA	ORGANIZZAZIONE DI PRODUTTORI
ABRUZZO	32%	4%	0%	2%	29%
BASILICATA	16%	0%	0%	11%	39%
CALABRIA	9%	0%	0%	16%	30%
CAMPANIA	59%	0%	0%	36%	20%
EMILIA-ROMAGNA	64%	0%	0%	0%	86%
LAZIO	17%	2%	1%	8%	10%
LIGURIA	57%	8%	1%	11%	8%
LOMBARDIA	29%	0%	0%	6%	26%
MARCHE	2%	0%	0%	12%	52%
MOLISE	0%	0%	0%	0%	85%
PUGLIA	15%	1%	0%	15%	44%
SARDEGNA	15%	1%	14%	23%	60%
SICILIA	19%	0%	0%	18%	58%
TOSCANA	13%	1%	0%	0%	49%
UMBRIA	5%	0%	0%	2%	17%
ITALIA	20%	1%	1%	16%	38%

Fonte: Unaprol

Il titolo di conduzione

L'analisi del titolo di conduzione aziendale mostra come tra le aziende produttrici intervistate prevale la proprietà (73%). Il 20% delle superfici olivetate è in affitto ed il restante 7% è condotta in uso gratuito.

Sempre con riferimento al campione intervistato, rispetto alla media nazionale, in alcune regioni la percentuale di superfici olivetate in affitto risulta essere superiore. In particolare in Liguria, Campania, Molise. E' importante sottolineare che le differenze che si riscontrano a livello regionale, molto spesso sono osservabili anche all'interno delle aree geografiche.

Sau olivetata secondo il titolo di possesso (%)			
REGIONI	Proprietà	Affitto	Uso gratuito
ABRUZZO	76	23	1
BASILICATA	80	14	6
CALABRIA	77	14	10
CAMPANIA	57	42	1
EMILIA-ROMAGNA	72	28	0
LAZIO	63	32	6
LIGURIA	36	56	8
LOMBARDIA	76	22	1
MARCHE	72	26	2
MOLISE	62	38	0
PUGLIA	77	14	9
SARDEGNA	77	12	10
SICILIA	74	17	9
TOSCANA	82	18	0
UMBRIA	68	32	1
ITALIA	73	20	7

Fonte: Unaprol



La specializzazione produttiva dell'oliveto

A livello nazionale l'incidenza degli ettari specializzati si attesta su una quota del 91%. Le regioni a maggior vocazione olivicola evidenziano quote anche al di sopra della media nazionale (93% in Puglia, in linea Calabria e Sicilia). I dati mostrano essenzialmente una forte specializzazione produttiva, riscontrabile sia nelle regioni del Sud (come Basilicata e Campania), sia nelle regioni centrali (soprattutto Marche, Lazio e Sardegna).

Specializzazione produttiva dell'oliveto (% della superficie aziendale per regione)		
REGIONI	Specializzato	Consociato
ABRUZZO	80	20
BASILICATA	96	4
CALABRIA	90	10
CAMPANIA	92	8
EMILIA-ROMAGNA	99	1
LAZIO	86	14
LIGURIA	98	2
LOMBARDIA	75	25
MARCHE	100	0
MOLISE	90	10
PUGLIA	93	7
SARDEGNA	93	7
SICILIA	91	9
TOSCANA	72	28
UMBRIA	99	1
ITALIA	91	9

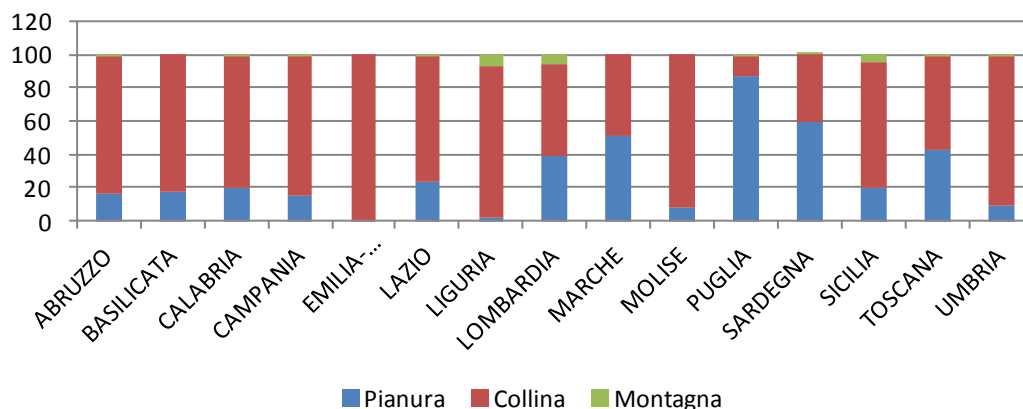
Fonte: Unaprol

Collocazione altimetrica e pendenza

La maggioranza delle aziende olivicole (il 52%) è situata in collina, mentre il 46% insiste su territori pianeggianti ed il residuale 1% fa parte dell'agricoltura di montagna.



Collocazione altimetrica dell'oliveto
(% delle aziende per regione)



Fonte: Unaprol

La collocazione altimetrica delle aziende, comunque, è diversa a seconda della ripartizione territoriale. In Puglia, in maniera particolare si evidenzia una netta prevalenza delle aziende di pianura con una media del 86%. In Calabria la prevalenza è quella di un'olivicoltura di collina (79%), come nelle regioni del centro.

Giacitura dell'oliveto (delle aziende per regione)					
Regioni	Pianeggiante	Pendenza < 15%	Pendenza fra 15% e 25%	Pendenza > 25%	Terrazzato
ABRUZZO	20%	67%	13%	0%	0%
BASILICATA	35%	52%	12%	1%	0%
CALABRIA	18%	39%	39%	3%	1%
CAMPANIA	11%	56%	21%	1%	11%
EMILIA-ROMAGNA	0%	75%	25%	0%	0%
LAZIO	25%	38%	29%	1%	7%
LIGURIA	3%	2%	2%	0%	93%
LOMBARDIA	32%	41%	12%	5%	10%
MARCHE	16%	67%	14%	2%	1%
MOLISE	7%	51%	42%	0%	0%
PUGLIA	87%	10%	3%	0%	0%
SARDEGNA	72%	19%	7%	2%	0%
SICILIA	19%	52%	17%	2%	10%
TOSCANA	43%	45%	12%	0%	0%
UMBRIA	7%	80%	12%	1%	0%
ITALIA	48%	32%	14%	1%	5%

Fonte: Unaprol

Per un ulteriore approfondimento, se si analizzano i dati relativi alla giacitura dell'oliveto, si evidenzia che il 47% delle aziende presenta oliveti situati in aree pianeggianti, mentre il 36% in terreni con pendenza < al 15% ed il 14% con pendenza compresa fra il 15 ed il 25%. A coltivare oliveti terrazzati è il 5% delle aziende a livello nazionale, mentre in Liguria si arriva a valori che sfiorano il 96%.

Le difficoltà dell'olivicoltura italiana, rispetto all'adozione di pratiche colturali ottimali, si evidenziano anche attraverso l'analisi del livello di irrigazione. A livello nazionale si evidenzia come il 75% delle aziende intervistate non ha un sistema di irrigazione.



La Puglia registra il più alto livello di aziende irrigate (46%), ciò conferma la diversificazione delle nostre olivicolture, in questo caso il dato si incrocia perfettamente con le peculiarità dell'olivicoltura pugliese che insiste su territori pianeggianti e con alti livelli di produttività.

Irrigazione dell'oliveto (%)		
Regioni	Irriguo	Non irriguo
ABRUZZO	5	95
BASILICATA	30	71
CALABRIA	18	82
CAMPANIA	2	98
EMILIA-ROMAGNA	10	90
LAZIO	6	94
LIGURIA	17	83
LOMBARDIA	21	79
MARCHE	5	95
MOLISE	10	90
PUGLIA	46	54
SARDEGNA	37	63
SICILIA	7	93
TOSCANA	13	87
UMBRIA	1	99
ITALIA	25	75

Fonte: Unaprol

Con riferimento alle operazioni colturali si evidenzia che, a livello nazionale, il 78% delle aziende intervistate ha un oliveto meccanizzato. Tale dato risulta essere confortante, in quanto molto spesso la difficoltà di eseguire agevolmente le operazioni di raccolta può rappresentare un forte limite e comportare un aumento dei costi di produzione.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Meccanizzazione dell'oliveto (%)		
Regioni	Meccanizzato	Non meccanizzato
ABRUZZO	97	3
BASILICATA	99	1
CALABRIA	95	5
CAMPANIA	48	52
EMILIA-ROMAGNA	96	4
LAZIO	66	34
LIGURIA	69	31
LOMBARDIA	82	18
MARCHE	100	0
MOLISE	90	10
PUGLIA	81	19
SARDEGNA	82	18
SICILIA	56	44
TOSCANA	91	9
UMBRIA	13	87
ITALIA	78	22

Fonte: Unaprol

La manodopera aziendale

Riguardo la manodopera aziendale si desume che sul totale delle aziende intervistate il 79% fa ricorso a manodopera familiare. Le percentuali si mantengono alte in tutte le regioni. In Calabria il 28% e in Puglia il 30% delle aziende intervistate non fa ricorso a manodopera familiare. Il numero dei soggetti mediamente coinvolti, impiegati annualmente dalle aziende intervistate (incluso il conduttore) sono 4, con una media di giornate lavorative impiegate, sempre a livello nazionale, pari a 196 giornate.

Impiego di manodopera familiare		
Regioni	SI	NO
ABRUZZO	96%	4%
BASILICATA	92%	8%
CALABRIA	72%	28%
CAMPANIA	79%	21%
EMILIA-ROMAGNA	93%	7%
LAZIO	92%	8%
LIGURIA	91%	9%
LOMBARDIA	71%	29%
MARCHE	84%	16%
MOLISE	95%	5%
PUGLIA	70%	30%
SARDEGNA	92%	8%
SICILIA	84%	16%
TOSCANA	86%	14%
UMBRIA	95%	5%
ITALIA	79%	21%

Fonte: Unaprol



Competitività aziendale

Per valutare il livello di competitività detenuto dalle aziende intervistate, sono state rilevate informazioni relative agli investimenti realizzati, all'intenzione di realizzarli nel prossimo futuro e informazioni più prettamente di mercato. Per quanto riguarda gli investimenti si evidenzia che solo il 21% delle aziende intervistate ha effettuato investimenti negli ultimi tre anni. Le percentuali più alte di investimenti si riscontrano in Umbria (60%) e Liguria (50%). Seguono Lombardia e Marche con il 41%

Nelle regioni a spiccata vocazione olivicola come Puglia e Calabria si riscontrano, rispettivamente percentuali del 22% e del 21%, mentre sale al 24% la percentuale di investimenti evidenziata nel Lazio.

Investimenti in olivicoltura		
Regioni	NO	SI
ABRUZZO	87%	13%
BASILICATA	81%	19%
CALABRIA	79%	21%
CAMPANIA	85%	15%
EMILIA-ROMAGNA	71%	29%
LAZIO	76%	24%
LIGURIA	50%	50%
LOMBARDIA	59%	41%
MARCHE	59%	41%
MOLISE	85%	15%
PIEMONTE	0%	100%
PUGLIA	78%	22%
SARDEGNA	73%	27%
SICILIA	93%	7%
TOSCANA	77%	23%
UMBRIA	40%	60%
ITALIA	79%	21%

Fonte: Unaprol

Per quanto riguarda l'analisi delle intenzioni di realizzare investimenti nei prossimi tre anni si indica che il 26% delle aziende intervistate manifesta la volontà di realizzarli. Le percentuali si mantengono sostenute lungo lo stivale e l'analisi dei dati lo dimostra ampiamente. Segno di una cultura dell'innovazione che, anche se lentamente, sta prendendo forma e sostanza all'interno del settore olivicolo italiano.

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Intenzione di realizzare investimenti		
Regioni	NO	SI
ABRUZZO	71%	29%
BASILICATA	47%	53%
CALABRIA	70%	30%
CAMPANIA	69%	31%
EMILIA-ROMAGNA	57%	43%
LAZIO	71%	29%
LIGURIA	53%	47%
LOMBARDIA	41%	59%
MARCHE	73%	27%
MOLISE	78%	23%
PUGLIA	79%	21%
SARDEGNA	73%	27%
SICILIA	89%	11%
TOSCANA	93%	7%
UMBRIA	43%	57%
ITALIA	74%	26%

Fonte: Unaprol

Si registra, quindi, una rinnovata sensibilità nei confronti di una maggiore qualificazione aziendale e di una migliore e più innovativa gestione delle aziende, per raggiungere l'obiettivo di una maggiore competitività sul mercato. È ancora basso il livello di diversificazione delle attività aziendali. A livello nazionale, infatti, solo il 15% delle aziende intervistate svolge attività connesse all'agricoltura. Le percentuali più alte si rilevano in Liguria, Toscana, Umbria, Marche, anche se l'attenzione sta crescendo anche nelle altre regioni.

Attività connesse all'agricoltura		
REGIONI	NO	SI
ABRUZZO	85%	15%
BASILICATA	89%	11%
CALABRIA	81%	19%
CAMPANIA	73%	27%
EMILIA-ROMAGNA	64%	36%
LAZIO	83%	17%
LIGURIA	56%	44%
LOMBARDIA	71%	29%
MARCHE	64%	36%
MOLISE	70%	30%
PUGLIA	92%	8%
SARDEGNA	79%	21%
SICILIA	94%	6%
TOSCANA	72%	28%
UMBRIA	62%	38%
ITALIA	85%	15%

Fonte: Unaprol



Passando ad analizzare il livello di diversificazione delle attività aziendali, con particolare riferimento alle attività connesse all'agricoltura svolte dalle aziende intervistate si evince che il 6% delle stesse svolge attività di agriturismo, con picchi nelle Marche, in Liguria, in Toscana e Umbria, oltre che nel Lazio. Scarso interesse nei confronti delle fattorie didattiche. Le aziende continuano ad essere concepite e strutturate con le attività strettamente agricole, ma bisogna puntare sulla loro riqualificazione e sulle possibilità alternative che attività di supporto rispetto alla centralità dell'agricoltura possono offrire, anche in considerazione dei notevoli cambiamenti che stanno vedendo una costante riqualificazione dei consumi, soprattutto fra i consumatori maggiormente attenti ed eruditi.

Attività connesse all'agricoltura					
Regioni	Lavoro per conto terzi (con mezzi propri)	Prima lavorazione dei prodotti agricoli	Vendita diretta dei prodotti extra aziendali	Agriturismo Ristorazione	Fattoria didattica
ABRUZZO	6%	3%	3%	4%	2%
BASILICATA	4%	4%	1%	4%	1%
CALABRIA	2%	9%	2%	8%	1%
CAMPANIA	2%	7%	13%	12%	3%
EMILIA-ROMAGNA	14%	0%	7%	14%	7%
LAZIO	5%	5%	6%	6%	3%
LIGURIA	7%	3%	9%	27%	1%
LOMBARDIA	16%	10%	6%	6%	3%
MARCHE	9%	11%	6%	20%	9%
MOLISE	20%	4%	2%	2%	0%
PUGLIA	3%	3%	1%	3%	0%
SARDEGNA	14%	15%	1%	1%	1%
SICILIA	3%	2%	1%	1%	0%
TOSCANA	1%	1%	1%	23%	0%
UMBRIA	10%	14%	0%	24%	0%
Totale complessivo	4%	5%	3%	6%	1%

Fonte: Unaprol

Mercati di riferimento

Dal punto di vista dei mercati, le aziende guardano ancora troppo al solo ambito nazionale, con alcune situazioni di internazionalizzazione avviate nelle regioni centrali più avanzate.

Mercati di riferimento (%)		
Regioni	Nazionale	Estero
ABRUZZO	96%	4%
BASILICATA	99%	1%
CALABRIA	98%	1%
CAMPANIA	99%	1%
EMILIA-ROMAGNA	96%	4%
LAZIO	96%	4%
LIGURIA	99%	1%
LOMBARDIA	92%	8%
MARCHE	99%	1%
MOLISE	91%	9%
PUGLIA	99%	1%
SARDEGNA	97%	3%
SICILIA	100%	0%
TOSCANA	95%	5%
UMBRIA	91%	9%
ITALIA	98%	2%

Fonte: Unaprol

NEWSLETTER

informazioni a cura di Unaprol - Dicembre 2013



Nell'ambito del mercato nazionale la maggior parte delle transazioni avviene nelle stesse regioni di provenienza (86% del totale)

Quote di mercato in ambito nazionale		
Regioni	regionale	extra regionale
ABRUZZO	83%	17%
BASILICATA	89%	11%
CALABRIA	92%	7%
CAMPANIA	93%	7%
EMILIA-ROMAGNA	94%	6%
LAZIO	92%	7%
LIGURIA	86%	14%
LOMBARDIA	85%	15%
MARCHE	88%	12%
MOLISE	66%	35%
PUGLIA	77%	23%
SARDEGNA	92%	7%
SICILIA	97%	3%
TOSCANA	93%	6%
UMBRIA	77%	23%
ITALIA	86%	14%

Fonte: Unaprol

L'analisi della distribuzione % per canale di vendita sul mercato nazionale evidenzia che il 48% dell'olio è venduto al consumatore finale, il 19% ad intermediari, il 12% a frantoi privati, il 5% a frantoi cooperativi; il 14% è conferito a cooperative ed il residuale 2% all'industria.

Tali dati sottolineano con maggiore evidenza la prevalenza del canale corto. In Puglia il 29% del prodotto è venduto ad intermediari, il 26% a cooperative ed il 25% direttamente al consumatore finale.

Distribuzione % per canale di vendita sul mercato nazionale						
Regioni	consumatore finale	intermediario	frantoio privato	frantoio coop.	conferimento a coop.	industria
ABRUZZO	48%	2%	1%	2%	46%	1%
BASILICATA	81%	4%	3%	0%	12%	0%
CALABRIA	36%	34%	23%	1%	2%	3%
CAMPANIA	86%	8%	5%	0%	0%	0%
EMILIA-ROMAGNA	63%	2%	2%	0%	33%	0%
LAZIO	69%	13%	1%	1%	16%	0%
LIGURIA	76%	13%	9%	2%	0%	0%
LOMBARDIA	87%	12%	0%	0%	1%	0%
MARCHE	86%	2%	10%	0%	1%	0%
MOLISE	92%	1%	0%	0%	8%	0%
PUGLIA	25%	29%	11%	7%	26%	3%
SARDEGNA	68%	15%	11%	0%	1%	4%
SICILIA	64%	5%	26%	2%	4%	0%
TOSCANA	7%	0%	1%	83%	7%	0%
UMBRIA	51%	7%	38%	0%	5%	0%
ITALIA	48%	19%	12%	5%	14%	2%

Fonte: Unaprol



Analisi delle vendite all'interno della GDO

L'analisi dei dati di vendita di fonte IRI consente di individuare i comportamenti delle maggiori insegne e delle relative superfici di vendita per la categoria degli oli di oliva che comprende all'interno della propria gamma sia l'olio extra vergine di oliva, sia gli oli a denominazione, sia i biologici, i 100% italiani che l'olio di oliva. La presenza all'interno della categoria di tante tipologie di prodotti sia sul piano orizzontale (prodotti diversi per sapore con pari qualità), sia sul piano verticale (prodotti qualitativamente differenti), genera nel consumatore una confusione comportamentale in cui nella guerra messa in atto dalla Grande Distribuzione vince la logica del prezzo a discapito di quella delle eventuali competenze, anche acquisibili, da parte del consumatore che, molto spesso, non è sufficientemente erudito. Restano ancora pochi i consumatori che approfondiscono le proprie conoscenze riguardo all'olio extra vergine di oliva e che sono disposti a pagare un premio di prezzo consci dei plus qualitativi che il prodotto può avere.

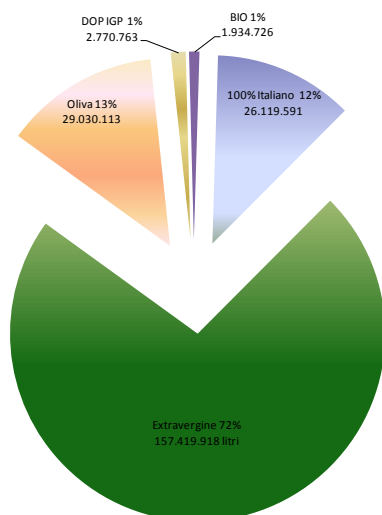
Nelle fasce di prezzo medio - basse la competizione si gioca fra aziende di grandi dimensioni, in alcuni casi di multinazionali, che hanno acquistato marchi italiani. Nella stessa fascia di prezzo agiscono anche aziende di medie dimensioni che, a volte, detengono marchi storici e molto noti. In questo contesto si inseriscono le private label che hanno una presenza significativa a scaffale e rappresentano per il consumatore una gamma garantita dal marchio dell'insegna.

Analizzando i dati relativi al 2012, nel confronto con l'anno precedente, si evince che nel 2012 sono stati venduti in Italia più di 217 milioni di litri di olio per un valore di 850 milioni di euro. La categoria più venduta è stata quella dell'extra vergine che concentra il 72% del fatturato con 157 milioni di litri venduti.

L'olio di oliva si assesta su un livello del 13% e l'olio 100% italiano raggiunge il 12% con 29 milioni di litri venduti. Le performance degli oli biologici e Dop-Igp risultano, invece, residuali.

Rispetto al 2011 si evidenzia una leggerissima contrazione delle vendite, sia in volume, sia in valore (-1%)

Ripartizione % delle vendite di olio in volume per categorie (2012)

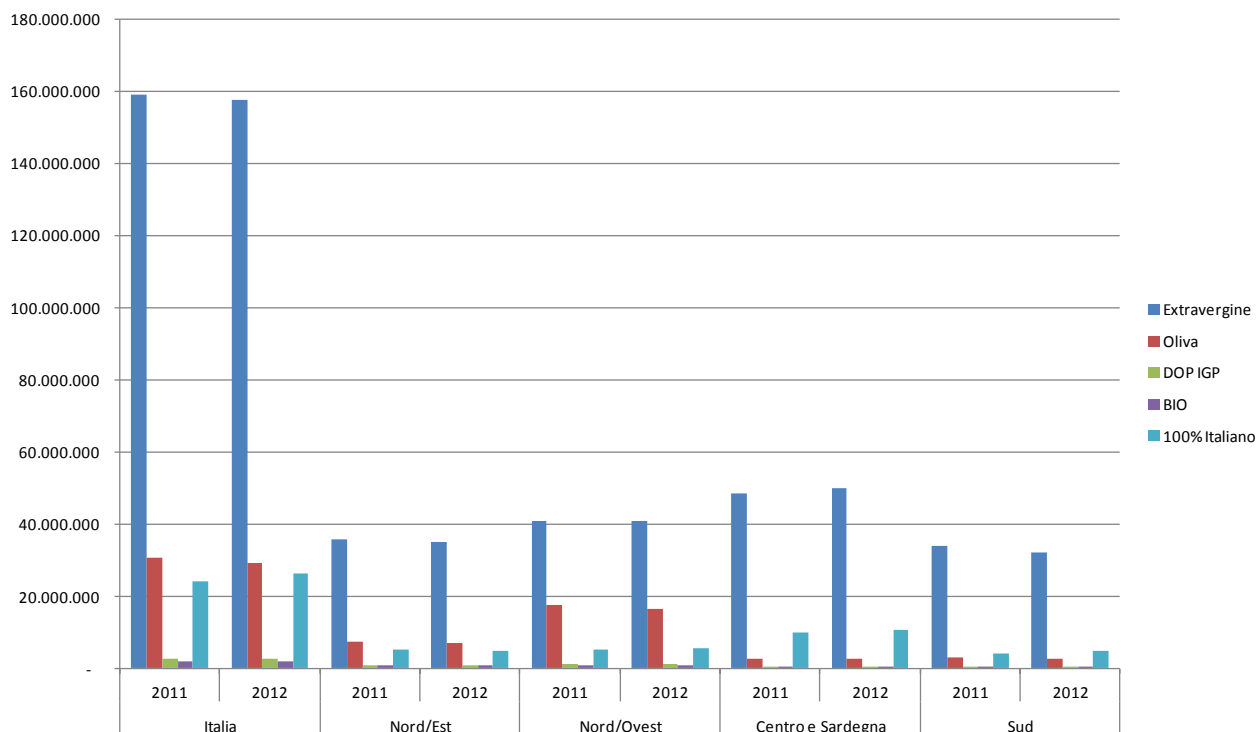


Passando ad analizzare le vendite nelle principali aree geografiche, in linea generale si evidenzia una leggerissima contrazione delle vendite, sia in volume, sia in valore (-1%).

Le vendite, soprattutto di extravergine, si concentrano al centro Italia ed in Sardegna, dove si riscontra una progressione del 3% sia con riferimento ai volumi, sia ai valori, mentre nelle altre ripartizioni territoriali si osservano contrazioni abbastanza contenute.



Ripartizione dei volumi di vendite riferite alle principali categorie commerciali di olio nelle principali aree geografiche italiane



Ripartizione percentuale dei volumi di vendita delle categorie di olio tra il 2011 ed il 2012 nelle principali aree geografiche italiane

	Nord/Est 2011	Nord/Est 2012	Nord /Ovest 2011	Nord /Ovest 2012	Centro e Sardegna 2011	Centro e Sardegna 2012	Sud 2011	Sud 2012
Extravergine	22,5%	22%	26%	26%	31%	32%	21%	20%
Oliva	23,8%	24%	58%	54%	9%	9%	9%	9%
DOP IGP	35,8%	35%	44%	42%	16%	18%	5%	5%
BIO	38,4%	38%	38%	37%	20%	22%	3%	4%
100% Italiano	21,0%	19%	21%	24%	41%	41%	17%	19%

L'analisi della ripartizione percentuale dei volumi di vendita delle categorie di olio evidenzia che tra il 2011 ed il 2012 le quantità vendute delle varie categorie di olio non registrano grosse differenze nelle principali aree geografiche italiane.

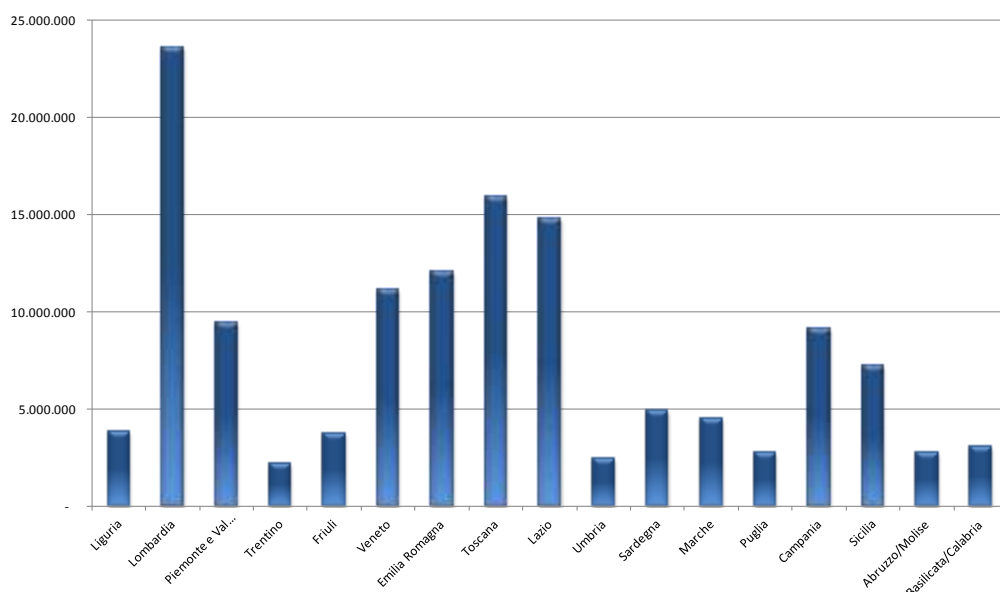
Si sono verificati incrementi con l'extravergine Dop nel Centro Italia e Sardegna.

Passando al Nord/Ovest la situazione è di stabilità. Da segnalare l'incremento delle vendite del 100% italiano e del Bio. Si evidenzia un dato positivo per il "100% italiano" nel Sud.

L'analisi regionale delle vendite di extra vergine evidenzia che la Lombardia è la regione che primeggia con 24 milioni di litri venduti per un valore di **97 milioni di euro**, seguita dalla Toscana con **16 milioni di litri** per un valore di 60 milioni di euro e dal Lazio con **15 milioni di litri** ed un valore di **55 milioni di euro**.

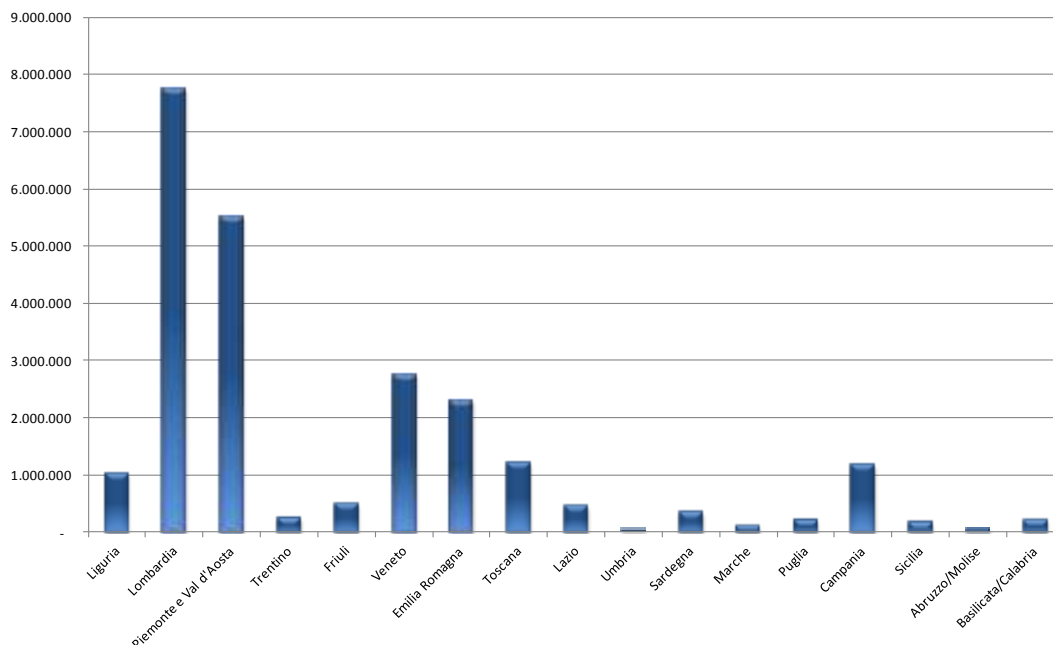


Ripartizione delle vendite di olio extravergine per regione nel 2012



Anche per l'olio di oliva è la Lombardia la regione con i maggiori quantitativi venduti; **8 milioni di litri** per un **fatturato di 26 milioni di euro**, seguita da Piemonte e Val d'Aosta con circa **6 milioni di litri** ed un valore di **18 milioni di euro**.

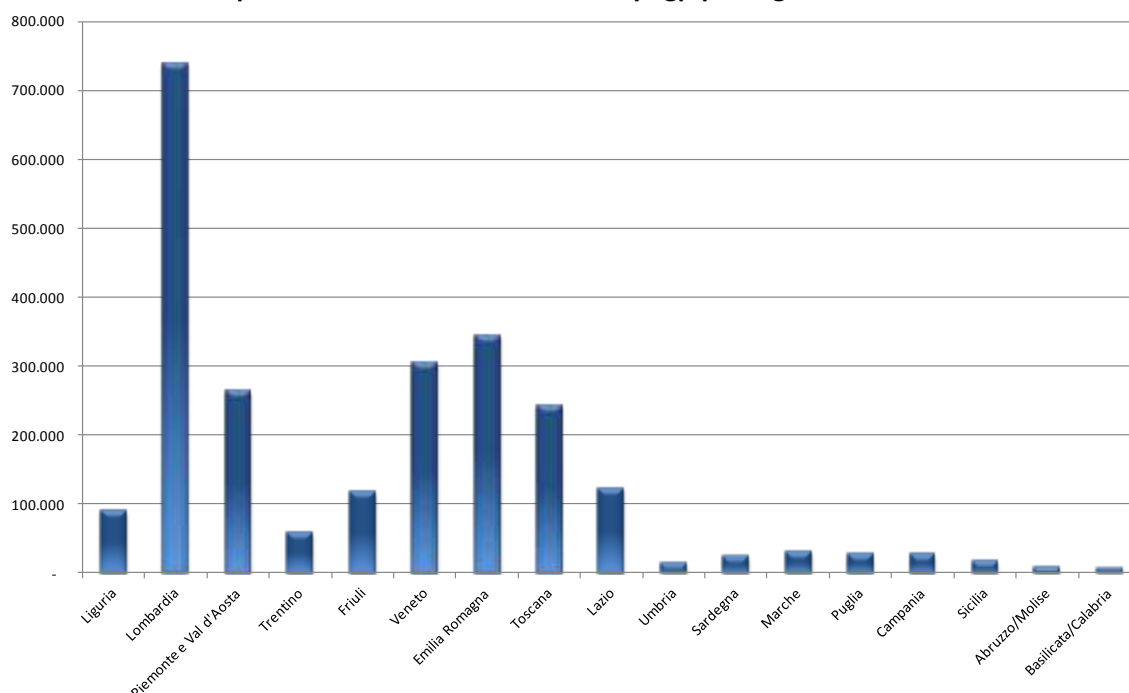
Ripartizione delle vendite di olio d'oliva per regione nel 2012



Per gli oli a denominazione le vendite si concentrano prevalentemente nel Nord Italia dove spicca, ancora una volta, la Lombardia con quasi 738 mila litri venduti per un fatturato di circa 8 milioni di euro.

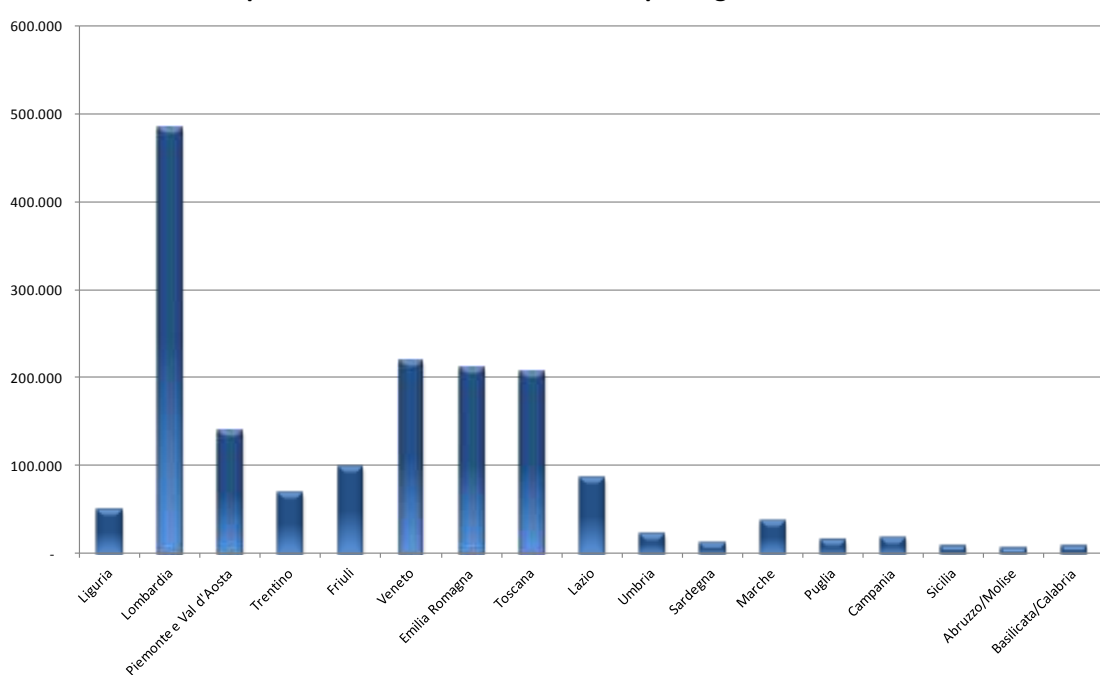


Ripartizione delle vendite di olio Dop-Igp per regione nel 2012



Anche per l'olio extra vergine biologico le vendite raggiungono il massimo in Lombardia con **483mila litri** venduti per un fatturato di circa **4 milioni di euro**. Buoni risultati anche in Veneto con **218mila litri** venduti ed un fatturato di **1,6 milioni di euro**, in Emilia Romagna con **210mila litri** ed un fatturato di **1,7 milioni di euro** ed in Toscana con **206mila litri** ed **1,6 milioni di euro**.

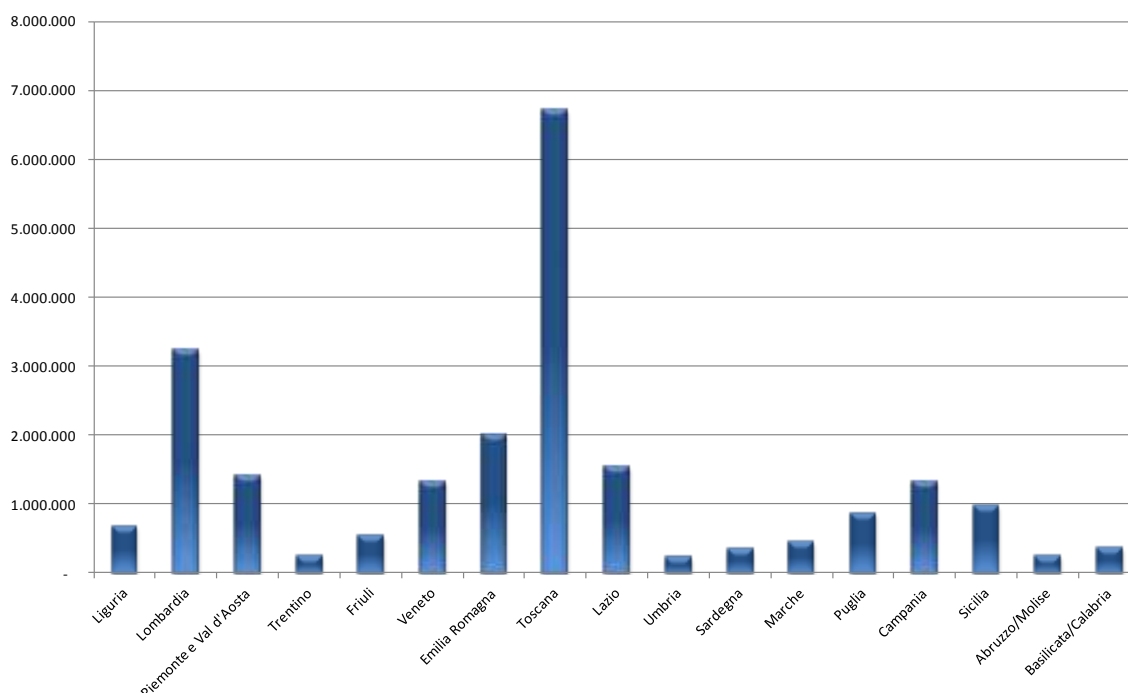
Ripartizione delle vendite di olio Bio per regione nel 2012



Per il 100% italiano spicca la Toscana con **7 milioni di litri** e un fatturato di **23 milioni di euro**

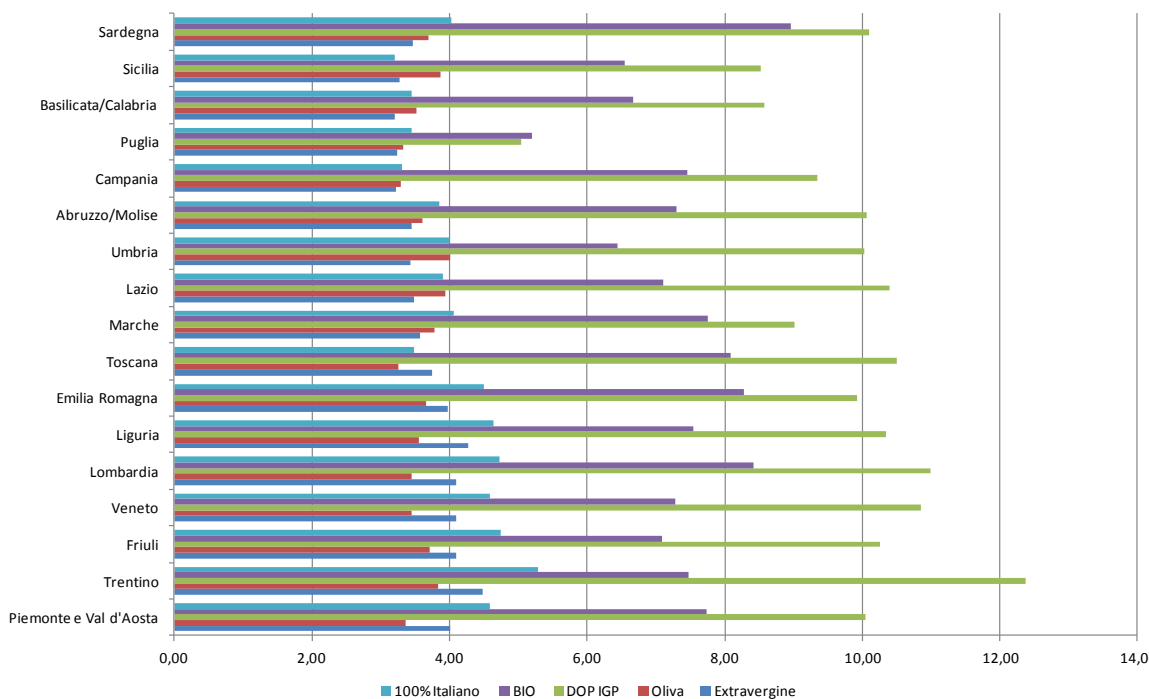


Ripartizione delle vendite di olio 100% italiano per regione nel 2012



Per quanto riguarda i prezzi si evidenzia un posizionamento simile per l'extra vergine e per il 100% italiano, mentre per le produzioni con una maggiore connotazione qualitativa si riscontra un posizionamento di prezzo maggiormente premiante soprattutto al Nord.

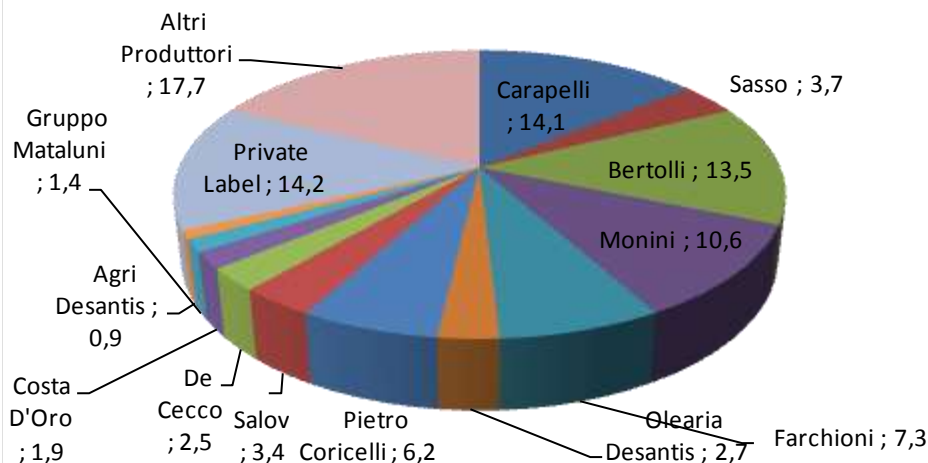
Prezzi di vendita nel 2012 per categoria



L'olio dop è quello che riesce a spuntare quotazioni più alte soprattutto al Nord.



Quote di mercato nel 2012 dei principali gruppi dell'olio extra vergine



Il panorama competitivo all'interno della Grande distribuzione, con riferimento al 2012, evidenzia una presenza importante del raggruppamento Altri produttori (18%), seguito dalle private label (14%).

Tale contesto conferma una marcata polverizzazione dell'offerta, con la presenza di tanti marchi di piccoli produttori. Importante anche la presenza dei tre gruppi Carapelli (14%), Bertolli (13,5%) e Monini (11%).

L'analisi del contesto generale evidenzia che i prezzi praticati nella GDO nel 2012 sono risultati sostanzialmente stabili. Gli attuali prezzi delle categorie di maggior pregio, tranne il caso degli oli Dop e Igp (in alcuni contesti), mettono in evidenza la necessità di strutturare adeguate strategie di filiera, in grado di supportare al meglio le produzioni e valorizzarle anche all'interno della GDO. In tale situazione di mercato permangono le difficoltà per il raggiungimento di un adeguato livello di redditività per gli olivicoltori che producono olio di qualità e non vedono adeguatamente remunerati i costi di produzione sostenuti. È importante porre l'accento su una maggiore segmentazione di mercato, che consenta, attraverso politiche ad hoc, di rispondere ai bisogni più evoluti dei consumatori.

Previsioni di produzione campagna 2013/2014

I pur limitati ottimismo estivi, che facevano sperare in una buona annata produttiva sia sul fronte quantitativo che qualitativo, sono stati drasticamente ribaltati dalle condizioni climatiche di fine settembre ed ottobre. Il perdurare del caldo umido ha favorito lo sviluppo di patogeni, la mosca dell'olivo in primis, costringendo gli operatori a trattamenti aggiuntivi perché il prodotto, in ritardo di maturazione rispetto allo scorso anno, non era ancora pronto per poter essere raccolto.

In generale si è registrato un ritardo di vegetazione di circa 15-20 giorni, dovuto al fenomeno di arresto della fioritura e successiva ripresa, a causa delle anomale basse temperature. Anche i cicli dei parassiti si sono in qualche modo allineati, rendendo la prima generazione di luglio della mosca difficile da controllare in quanto traslata nella prima decade di agosto, con temperature calde ma non secche e quindi con insufficiente mortalità larvale. Se a questo si aggiunge il perdurare della siccità in aree non irrigue e la diffusione del batterio *Xylella fastidiosa* nel Salento, quindi in una delle aree quantitativamente più rilevanti del Paese, ecco che l'incremento produttivo atteso fino a poche settimane fa si è trasformato in una tendenza opposta. Da quanto è emerso, infatti, da stime elaborate dall'Ismea in collaborazione con Aifo, Cno e Unaprol, per il 2013, la produzione di olio di pressione potrebbe attestarsi intorno alle 480 mila tonnellate, l'8% in meno rispetto al dato diffuso dall'Istat per il 2012.

Stima che, peraltro, che è stata effettuata nelle prime fasi di una raccolta iniziata in ritardo. Ancora poche, infatti, sono le notizie sulle rese e soprattutto sussiste la scarsa possibilità di monitorare il fattore "non raccolta". Date le difficoltà di un mercato all'origine in calo rispetto allo scorso anno, per l'abbondante disponibilità spagnola, non è da escludere soprattutto per l'olivicultura non "professionale" un diffuso



ricorso alla opzione di lasciare le olive in campo. Fenomeno questo già in atto da qualche tempo ma che per sua natura è difficilmente quantificabile.

Volendo fare una distinzione geografica si evidenzia una Penisola divisa in due. Il Nord e parte del Centro mostrano variazioni positive, recuperando le importanti perdite dello scorso anno, mentre già dal Lazio arrivano i primi segni meno fino a registrare quelli pesanti del Sud dove, peraltro, si concentra la produzione di olio di oliva. Come sempre, anche all'interno delle maggiori regioni produttrici non c'è omogeneità dei risultati. In Puglia si è evidenziato un disallineamento tra il Nord e il Sud. Quest'anno l'annata di carica toccava al Nord della regione, dove comunque il clima ha un po' disatteso le ottimistiche aspettative di qualche tempo fa, mentre nel Salento alla scarica fisiologica si è aggiunto il batterio che sta provocando danni non solo alla produzione di quest'anno ma anche ad alcuni impianti di olivi. La somma algebrica di questa situazione porta al -5% dell'offerta regionale.

Più pesanti le perdite stimate in Calabria (-20%) sebbene anche qui la situazione sia a macchia di leopardo. L'alternanza è alla base della flessione produttiva in Sicilia, unita a qualche problema di resa già evidente alle prime moliture.

Produzione italiana di olio di oliva (tonnellate)

	2013*	Var.% 2013/2012
Piemonte	14	0
Lombardia	911	35
Trentino Alto Adige	347	35
Veneto	888	40
Friuli Venezia Giulia	42	50
Liguria	6.910	20
Emilia Romagna	661	0
Toscana	18.180	20
Umbria	6.710	30
Marche	3.780	-10
Lazio	24.960	-5
Abruzzo	19.212	5
Molise	6.578	15
Campania	44.220	0
Puglia	180.937	-5
Basilicata	6.918	10
Calabria	106.152	-20
Sicilia	44.186	-10
Sardegna	5.500	-63
ITALIA	477.106	-8

Fonte: 2013* stime ISMEA in collaborazione con AIFO, CNO e UNAPROL.

I risultati devono essere considerati indicativi e suscettibili di variazioni anche non trascurabili.

Le stime sono effettuate rispetto al dato diffuso dall'ISTAT per il 2012