

Tesi Fasoli Alessandro

Sviluppo delle piccole e medie imprese nel settore oleario italiano

Indice

Pag. 3	Capitolo 1: Il settore oleario oggi
Pag. 3	1.1 Introduzione: la struttura produttiva del settore oleario
Pag. 4	1.2 Raggruppamento settore olivicolo-oleario delle aziende agricole e di prima trasformazione
Pag. 6	1.3 Il processo di produzione
Pag.11	1.4 I flussi di prodotto
Pag.12	1.5 La produzione straniera di olive
Pag.14	1.6 Analisi SWOT
Pag.20	1.7 Appendice
Pag.22	Capitolo2: Le debolezze delle PMI nel settore oleario
Pag.24	2.1 Struttura produttiva e di prima trasformazione frammentaria
Pag.27	2.2 Costi di produzione
Pag.28	2.2.1 Analisi dei costi della fase colturale
Pag.40	2.2.2 Analisi dei costi della fase di prima trasformazione
Pag.41	2.3 Difficoltà di accedere al credito
Pag.42	2.4 La cultura dell'”adagiarsi”
Pag.44	Capitolo 3: Opportunità di crescita e sviluppo
Pag.44	3.1 Innovare per affrontare nuove sfide
Pag.44	3.1.1 Interventi sulla struttura produttiva
Pag.46	3.1.2 Interventi per aumentare la coesione delle imprese fra tutte le fasi della filiera
Pag.46	3.1.3 Qualificazione del prodotto e meccanismi di protezione
Pag.48	3.1.4 Incremento della comunicazione e marketing
Pag.49	3.2 Piano di settore olivicolo oleario 2016
Pag.56	3.3 Strumenti per favorire l’accesso al credito
Pag.59	3.3.1 Progetto OLEA
Pag.65	3.3.2 Progetto OLEUM
Pag.69	Capitolo 4: Olearia Clemente
Pag.69	Olearia Clemente
Pag.69	1. L’azienda
Pag.71	2. La storia dell’azienda
Pag.72	3. Le fasi produttive
Pag.80	4. Export
Pag.81	5. La meccanizzazione
Pag.82	6. Marketing e comunicazione
Pag.83	7. Le certificazioni
Pag.85	Conclusioni
Pag.87	Bibliografia

Capitolo I

Il settore oleario oggi

1.1 Introduzione: la struttura produttiva del settore oleario

La filiera olivicolo-olearia è caratterizzata da una struttura piramidale molto accentuata con un esiguo numero di industrie per la raffinazione e messa in vendita del prodotto finito (220 unità) e 825.000 imprese agricole che coltivano una area di oltre 1 milione di ettari.

La struttura si articola poi nella fase di trasformazione primaria composta da circa 4800 frantoi per poi scendere a valle con un esiguo numero di operatori industriali (35 industrie di trasformazione secondaria e 220 industrie confezionatrici).

In seguito, verrà analizzato nel dettaglio il processo di produzione dell'olio con una analisi dei soggetti che partecipano al processo produttivo.

L'Italia a livello Europeo detiene il primato di tipicità riconosciute in ambito comunitario, queste compongono il 43% delle tipicità riconosciute e protette nella comunità europea e sono uniformemente diffuse su tutto il territorio nazionale, senza mostrare concentrazioni in particolari aree geografiche.

Dall'analisi strutturale del settore emergono gli elementi caratteristici del settore olivicolo italiano:

- a) Un settore composto quasi interamente da PMI, di cui:
 - a. 78% delle aziende ha una dotazione di alberi che non supera le 250 unità;
 - b. Solo l'1,3% delle aziende ha una dotazione di alberi che supera le mille unità con una quota di olio prodotto però che si attesta al 25% del totale.
- b) Produzione caratterizzata da una forte varietà del prodotto, come dimostrato dall'elevato numero di tipicità riconosciute a livello comunitario.
- c) Circa un terzo delle superfici coltivate in condizioni orografiche difficili, zone collinari impervie con coltivazioni a terrazze, zone particolarmente siccitose.
- d) Dall'analisi delle aziende si evince che:
 - a. Le aziende professionali sono solo il 4,3% del totale;
 - b. Le aziende di autoconsumo (aziende a conduzione familiare con vendita diretta al dettaglio) costituiscono oltre i due terzi del totale.
 - c. Età avanzata degli imprenditori.

Fonte dei dati, Report ISMEA, Olio Di Oliva: la struttura del settore.

Fonte dei dati, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Piano di settore olivicolo-oleario 2010.

1.2 Raggruppamento settore olivicolo-oleario delle aziende agricole e di prima trasformazione

Nel piano di settore olivicolo oleario del 2016 si è cercato di individuare una forma di classificazione delle aziende che operano in tale settore al fine di poter meglio sviluppare una politica più efficiente ed efficace. Ci si è resi conto infatti che l'olivicoltura italiana è una realtà frammentata e che, non esiste un solo modello organizzativo efficace per tutte le aziende, ma più di uno. In tale sede risulta interessante analizzare tale segmentazione per meglio comprendere la natura ed il funzionamento delle aziende attive nel settore olivicolo-oleario.

Per raggruppare le aziende si è preso in esame tutte le 902.075 aziende censite nel 2010 ed analizzate con 36 variabili. Infine, si è giunti alla creazione di 6 cluster che raggruppano tali aziende:

- **Cluster 1:** Aziende medio-grandi, con specializzazione olivicola medio-bassa, autoconsumo prevalente e dipendenza dai pagamenti diretti (cioè basso orientamento al mercato), basso impegno di lavoro del capo azienda.
- **Cluster 2:** Aziende familiari piccole, con specializzazione olivicola alta, *part-time*.
- **Cluster 3:** Imprese grandi, con specializzazione olivicola medio-bassa, orientate al mercato, alto impegno di lavoro del capo azienda, attente all'ambiente agrario.
- **Cluster 4:** Aziende-imprese familiari piccole, con specializzazione olivicola medio-alta, orientate al mercato, alto impegno di lavoro del capo azienda e del coniuge.
- **Cluster 5:** Imprese medio-grandi, con specializzazione olivicola bassa, orientate al mercato e alto impegno di lavoro del capo azienda.
- **Cluster 6:** Aziende-imprese piccole, specializzazione olivicola alta, orientate al mercato, con attività connesse e superficie aziendale non utilizzata (multifunzionali).

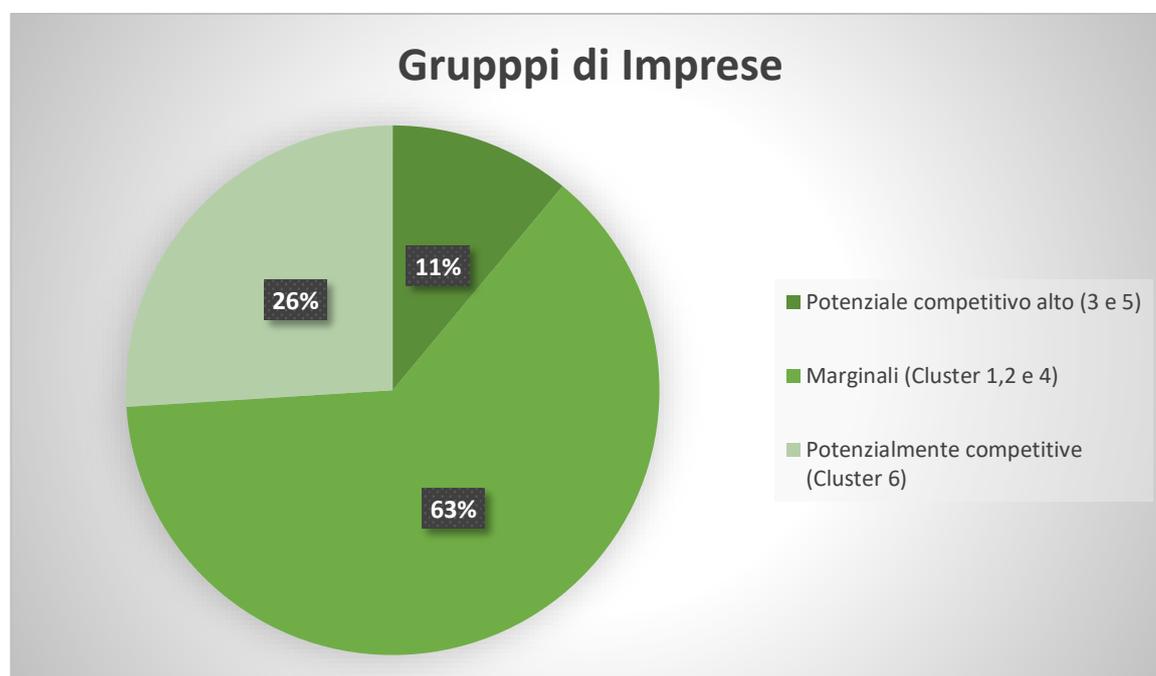
Partendo da questi cluster si è poi giunti alla creazione di gruppi comprendenti più cluster:

- Gruppo delle Marginali: sono comprese in questo gruppo aziende dei cluster 1,2 e 4. Le aziende del cluster 2 rappresentano il 17% della superficie totale coltivata ma sono caratterizzate dalla produzione di prodotti standard, una conduzione prettamente familiare con capi azienda in età avanzata e hanno scarse probabilità di sopravvivenza nel futuro. Quelle del cluster 2 (circa 121,000) hanno un profilo di aziende agricole di medie dimensioni. Per queste aziende risulta prevalente l'autoconsumo e non è presente una gestione imprenditoriale ed il potenziale competitivo è molto basso.

Anche per le aziende del cluster 4 composto da 218,000 unità (il 24% del totale), caratterizzate dalla presenza del capo azienda nella produzione, di mezza età. Orientate al mercato ma penalizzate dalle loro piccole dimensioni sia fisiche che economiche, probabilmente dovuto alla localizzazione delle attività in zone rurali o montuose. I ricavi rivengono essenzialmente dalla vendita del prodotto nonostante tutto hanno un potenziale competitivo seppur allo stato primordiale.

- Gruppo delle aziende “con Potenziale Competitivo”: è composto da circa 99 mila grandi aziende (11% del totale raggruppate nei cluster 3 e 5). Non sono specializzate nella coltivazione di olive ma comunque coprono il 26% della superficie totale. Queste aziende risaltano per il forte orientamento al mercato, l’impegno al lavoro, presenza di imprenditori meno anziani e presenza di forme giuridiche di capitale.
- Gruppo delle aziende “Potenzialmente competitive”: composta dalle aziende del cluster 6, aziende piccole, multifunzionali (presenza di attività connesse) e localizzate prevalentemente tra Puglia e Sicilia. Sono attività piuttosto giovani (età media dei capi azienda tra i 35 e 64 anni). Specializzate in olivicoltura e ricoprono circa il 27% della superficie coltivabile.

Fig.1



1.3 Il processo di produzione

Il settore dell'olio d'oliva non presenta una netta separazione tra le diverse fasi della filiera(fig.1).

Nello specifico le fasi di prima trasformazione(frantoi) e seconda trasformazione (imbottigliamento e commercializzazione) non sono chiaramente divise.

Difatti la maggioranza della PMI è integrata verticalmente, dunque seguono tutte le fasi dalla coltivazione alla commercializzazione passando per la produzione e l'imbottigliamento.

Mentre la caratteristica tipica della grande industria operante nel settore oleario è la specializzazione nelle fasi di imbottigliamento e commercializzazione, acquistando olio da vari produttori nazionali eventualmente miscelandolo con olio di importazione per abbassare i costi e di conseguenza il prezzo finale.

All'interno della filiera è possibile identificare i soggetti che contribuiscono al processo produttivo:

I produttori agricoli: oltre 800 mila imprese, di cui la maggioranza PMI che lavorano in oltre 1 milione di ettari.

come spiegato in precedenza queste imprese sono di piccole dimensioni con un numero di alberi che solo nell'1,3% dei casi supera le mille unità, guidate spesso da imprenditori con una età avanzata (§1.1).

Il conferimento al frantoio delle olive, per la successiva trasformazione, può avvenire in modi differenti a seconda se si tratti di cooperative oppure no.

- Conferimento delle olive alla struttura cooperativa;
- Vendita delle olive a frantoi non cooperativi, dunque terzi all'impresa.
- Consegna delle olive al frantoio in conto lavorazione (con successiva restituzione al produttore dell'olio che provvederà egli stesso a commercializzare).
- Consegna al frantoio delle olive in conto vendita (il frantoio si occuperà della commercializzazione potendo anche pagare il produttore in anticipo scontando il suo corrispettivo).

Industria di prima trasformazione, i frantoi:

Organizzazioni, di cui circa il 20% cooperativo, che si occupano della trasformazione delle olive nelle varie tipologie di olio.

In Italia si stima vi siano poco meno di 5000 frantoi attivi, per il 70% localizzati al sud.

Piano di settore olivicolo- oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Report la struttura del settore olivicolo oleario 2013, ISMEA.

Il processo di conferimento delle olive presso i frantoi è usualmente regolato da consuetudini locali come accordi di tipo verbale che raramente si trasformano in contratti scritti; queste usanze senza dubbio rischiose dal punto di vista legale sono giustificate dalla ubicazione dei frantoi in zone rurali del territorio. Le consuetudini hanno portato gli agricoltori ad usufruire del servizio di molitura dei frantoi e dopo conferire parte dell'olio ottenuto al frantoio stesso, anche se cooperativo. Il frantoio infine cede l'olio conferito a grossisti/ intermediari o all'industria di imbottigliamento per le fasi successive di trasformazione.

Alle volte, si verifica che i frantoi in aggiunta alla loro attività primaria di trasformazione delle olive conducano attività secondarie di imbottigliamento e commercializzazione del prodotto finito nella grande distribuzione o al dettaglio.

Il sistema di seconda trasformazione

Le imprese operanti in questa fase sono quasi interamente associate all'ASSITOL (Associazione Italiana Dell'Industria Olearia).

Questa associazione rappresenta il 90% dell'olio raffinato il 45% di quello confezionato e il 70% del prodotto esportato.

Questa fase è composta da imprese **dell'industria di raffinazione**, che ha le caratteristiche di una industria in senso stretto.

Le industrie di raffinazione di olio di oliva sono conteggiate in 12 e 38 sansifici (dati ASSITOL del 2012). Tali industrie provvedono alla raffinazione dell'olio dei frantoi nelle varie forme di "olio di oliva raffinato" e in diverse classi di "olio di sansa" (un sottoprodotto ottenuto dagli scarti dell'olio durante il processo di molitura). Anche nell'industria della raffinazione si denota come si sia implementata una strategia di integrazione verticale, creando dei sistemi di impacchettamento e distribuzione del prodotto finito che raggiungono una percentuale del 63% del prodotto finito.

Inoltre, il rimanente 37% di prodotto è stato venduto; il 26% a confezionatori e l'11% all'industria alimentare soprattutto conserviera.

Le aziende olearie

Sono definite tali quelle imprese che svolgono una attività di commercializzazione dell'olio cui è spesso associata anche l'attività di imbottigliamento.

Si può schematizzare il sistema commerciale del settore in due macro-aree di imprese; sapendo però delle forti integrazioni tra le diverse funzioni del settore:

- Imprese commerciali o di intermediazione.
- Imprese di imbottigliamento o industria confezionatrice.
- Queste imprese fanno tutte riferimento alla Federazione Nazionale del Commercio Oleario-FEDEROLIO.

Piano di settore olivicolo- oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Report la struttura del settore olivicolo oleario 2013, ISMEA.

Imprese commerciali o di intermediazione:

nel settore dell'olio di oliva esiste una importante figura di giunzione tra le grandi industrie confezionatrici e le numerose aziende produttrici di olio quella del grossista a monte dell'azienda di confezionamento. In Italia vi sono circa 35 aziende che si occupano di acquistare in territorio nazionale ed all'estero olio direttamente dai produttori agricoli per poi effettuare delle unioni di oli, denominati blend, che vengono poi rivenduti all'impresa di seconda trasformazione.

Si stima che circa l'85% di queste imprese siano localizzate nel sud Italia. Inoltre, queste aziende ossiedono le caratteristiche di aziende medio piccole con un fatturato che non supera i 5 milioni di euro tranne alcuni casi di grandi industrie situate nella regione Toscana.

L'importanza di un grossista nel fornire la "massa critica" all'industria di trasformazione emerge in modo preponderante quando la controparte è una grande industria confezionatrice che altrimenti dovrebbe interfacciarsi con centinaia se non migliaia di produttori agricoli per ottenere l'olio necessario alla produzione del prodotto finito.

Imprese di imbottigliamento o industrie confezionatrici

Per lo più composta da grandi industrie, confezionano l'olio di produzione propria e acquistato sul mercato. La successiva commercializzazione avviene o attraverso il grossista per la "catena lunga" o direttamente al distributore finale.

Le attività di queste imprese si sostanziano in:

- Selezione ed analisi della materia prima
- Formazione dei blend
- Filtrazione dei blend
- Condizionamento
- Imbottigliamento

Le maggiori aziende in questa fase sono grandi industrie con fatturati superiori ai 50 milioni di euro di fatturato e presentano una grande quantità di capitale estero. A queste poche grandi aziende si affiancano un grande numero di aziende medio piccole (anche frantoi) che imbottigliano e commercializzano olio proveniente dalla stessa regione dell'impresa.

Oltre all'imbottigliamento per conto proprio è molto diffuso in queste aziende l'imbottigliamento per conto terzi.

Questo avviene quando aziende imbottigliano olio per conto e con il marchio di altri, si guardi ad esempio bottiglie di olio vendute con il marchio di catene di distribuzione (come olio Coop o Conad).

In questa fase della filiera è presente una più marcata differenza tra l'industria dell'olio d'oliva e le aziende medio piccole di natura agricola.

Difatti l'industria olearia è composta da 220 aziende di grandi dimensioni con 4100 addetti ed un fatturato di circa 3440 milioni di euro (media dei fatturati del periodo 2005-2008).

Di queste 220 le più grandi (individuate con il fatturato) sono localizzate nel Centro-Nord Italia, lontano dalle aree più produttive di Calabria, Sicilia e Puglia in cui invece vi è una presenza di aziende medio-piccole.

Negli anni il settore oleario, ed in particolare le grandi aziende di imbottigliamento, sono state caratterizzate da importanti cambiamenti nella compagine societaria che hanno determinato l'ingresso di capitale spagnolo nelle proprietà delle aziende.

Le nuove proprietà di alcuni gruppi industriali hanno puntato su una strategia di prezzo con prodotti di massa ed indifferenziati che ha stressato in termini di concorrenza il sistema olivicolo-oleario e mettendo in ulteriore difficoltà le PMI del settore, già provate dalla crisi economica del 2007 oltre che minare il made in Italy a livello qualitativo sul mercato internazionale.

Negli ultimi anni comunque si sono mostrati segnali di indebolimento finanziario di questa strategia di produzione di massa a favore di una più attenta alla qualità dei prodotti.

Distribuzione dei prodotti

La distribuzione dell'olio è attuata principalmente attraverso la Distribuzione Moderna che da sola assorbe circa il 56% del prodotto confezionato (salendo invece al 70% se si considera solo il confezionato). Il restante 44% è ripartito in:

- 6% dettaglio tradizionale
- 25% vendita diretta
- 3.5% HO.RE.CA
- 9.5% altre

La distribuzione moderna ha un forte potere contrattuale imponendo ai produttori:

- Costanza qualitativa
- Prezzi competitivi
- Organizzazione del layout distributivo
- Compartecipazione alle attività di promozione.

Piano di settore olivicolo- oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Report la struttura del settore olivicolo oleario 2013, ISMEA.

La Distribuzione Moderna richiede ai produttori una offerta molto segmentata per qualità e prezzo, in funzione di una clientela vasta e differenziata.

Difronte a tali richieste è evidente che solo le grandi industrie del settore possono riuscire ad imporre le proprie richieste ad un interlocutore tanto grande, grazie alla capacità di garantire una adeguata massa critica di forniture.

Le aziende medio-piccole si vedono escluse da questo canale distributivo e ricorrono dunque a strategie di nicchia, posizionandosi su fasce di prezzo premium e rivolgendosi ad una clientela qualificata.

Nel tempo si è riaffermato la vendita al dettaglio “tradizionale” con una offerta composta da olio di fascia premium e quelli più a basso costo.

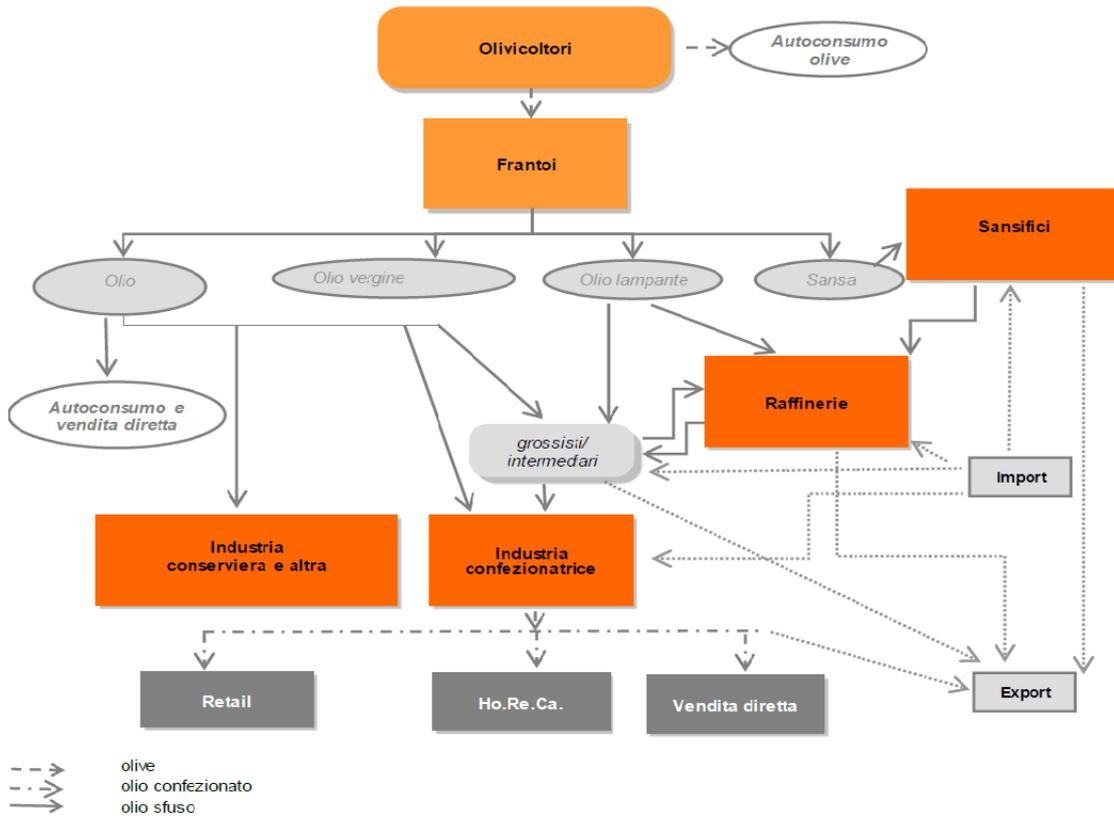
Difatti la vendita al dettaglio ha raggiunto livelli tutt’altro che marginali, con la vendita ai privati che si attesta al 10%. Questo è dovuto probabilmente ad una maggiore attenzione del consumatore alla qualità dei prodotti.

Risulta crescente nel settore olivicolo-oleario il ruolo della HO.RE.CA (termine che indica il settore alberghiero, della ristorazione e del catering), sebbene ancora con una quota bassa, questa, mostra un forte interesse verso l’offerta di olio con l’intenzione di creare nel mondo della ristorazione abbinamenti di cibo con particolari oli, arrivando fino alla creazione di una carta degli oli. Questo interesse crescente della HO.RE.CA. fornisce loro un potere contrattuale crescente consentendogli di avere garanzie sulla qualità dei prodotti e avanzare richieste particolari sul confezionamento.

Una piccola parte dell’olio prodotto viene ceduto ad aziende operanti nel settore agroalimentare, per lo più conserviere.

Le aziende olearie alle volte adottano strategie di integrazione a valle, commercializzando loro stesse il prodotto, ma risulta ancora importante a tale fine il grossista che funge non solo da anello di congiunzione tra fase di prima trasformazione ed aziende imbottigliatrici, ma anche da giunzione tra l’industria e la distribuzione.

Come analizzato, infatti, il settore dell’olio rimane molto frammentato e la figura del grossista risulta cruciale per la formazione della massa critica e l’ottenimento di un potere contrattuale forte nei confronti della distribuzione.



Fonte: Ismea

Fig.2

1.4 I flussi di prodotto

Dall’analisi dei flussi, di cui è possibile vedere una rappresentazione in figura3, si evince che le disponibilità a livello nazionale (considerate come somma delle produzioni, importazioni e variazioni delle scorte) si attestano in media a 1,1 milioni di tonnellate di cui 500 mila derivanti dalla produzione nazionale.

La destinazione principale è l’uso interno (61%), seguita dal mercato estero con una quota del 33% ed una quota limitata viene utilizzata nell’industria alimentare e cosmetica.

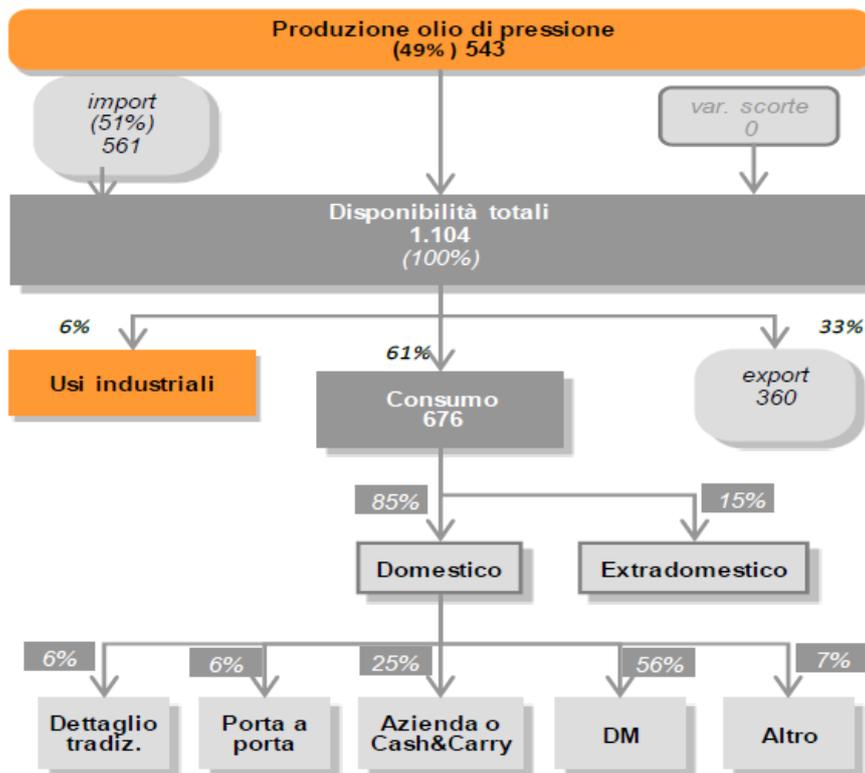
Negli anni si è verificata una continua diminuzione della produzione interna a fronte dell’importazione di olio, prevalentemente da Spagna ed una continua, ma lenta, crescita delle esportazioni. Difatti per sostenere tali ritmi produttivi le importazioni di olio sfuso hanno superato la produzione nazionale di olio.

Del 61% destinato all’uso interno la maggioranza viene destinata ad uso domestico mentre appena il 15% è destinato al settore HO.RE.CA.

Risulta ancora radicata, soprattutto nel sud Italia, l’abitudine di acquistare olio direttamente dal produttore, prassi ostacolata dalla normativa europea, che vieta la vendita di olio al pubblico in contenitori superiori ai 5 litri. Mediamente negli anni la percentuale di produzione totale destinata alla vendita al dettaglio oscilla tra il 25% ed il 35%. Comunque, la tendenza della vendita diretta al pubblico aumenta più l’azienda risulta essere piccola e strettamente agricola.

L’autoconsumo invece risulta superiore nelle aziende a conduzione familiare.

I flussi di prodotto negli ultimi quattro anni



Fonte: Ismea

Fig.3

1.5 La produzione straniera di olive

L'Italia rappresenta dopo la Spagna il secondo produttore ed esportatore mondiale di olive, anno dopo anno però il divario tra la produzione spagnola e quella italiana continua sempre più ad aumentare.

Un divario a cui si aggiunge il primato di principale importatore di olio al mondo, con una bilancia commerciale in pareggio data dalle esportazioni di olio importato e confezionato nel territorio nazionale.

Mediamente le importazioni di prodotto si attestano intorno alle 590 mila tonnellate, con un picco di 666 mila tonnellate toccate nel 2014.

Le ragioni di una forte dipendenza dell'industria italiana dalle importazioni, che risultano prevalentemente dalla Spagna, sono ricercabili nella struttura dell'industria confezionatrice italiana. Inoltre, è doveroso sottolineare che la produzione nazionale (circa 479 mila tonnellate nel 2012) non coprirebbe nemmeno il consumo interno (circa 600 mila tonnellate) figuriamoci le 1269 mila tonnellate di esportazioni registrate nel 2012.

L'acquisto di ingenti quantitativi di prodotto dall'estero (1154 mila tonnellate nel 2012) è motivato dalla necessità dell'industria nazionale di raggiungere alti volumi di olio che vengono importati sfusi e con il quale si ottengono blend a loro volta imbottigliati ed esportati in massima parte. Questa attività fa sì che l'industria nazionale si focalizzi sulla produzione di prodotti di qualità media e con un buon rapporto qualità prezzo, a discapito della qualità di cui è sinonimo il Made in Italy.

questa tipologia di offerta però riscontra l'apprezzamento della maggioranza dei consumatori, che forse spinti ancora dal perdurare della crisi economica nell'economia reale, porta i consumatori a cercare prodotti di qualità media e con un buon rapporto qualità prezzo.

Sebbene l'industria nazionale abbia proposto un'offerta rispondente alle necessità del momento dei consumatori, l'Italia registra una netta diminuzione del consumo interno (-12% tra il 2008-2015).

Al contrario continuano a crescere i consumi di olio in paesi non tradizionalmente produttori quali il Giappone +100%, il Canada +25%, +38% Germania, +12% negli USA e +9% nel Regno Unito.

Mentre le economie emergenti di Cina e Russia registrano enormi crescite relative rispettivamente il triplo delle esportazioni per la Cina e + 33% per la Russia.

Tali tendenze trovano conferma nell'incremento degli scambi internazionali del settore, che passano da 3 a 5 miliardi di euro tra il 2004 ed il 2014. Le possibilità di crescita rimangono comunque enormi, basti pensare che l'olio da olive costituisce solo il 4% della produzione mondiale di olio e grassi.

Coloro che hanno beneficiato di questa enorme crescita sono stati soprattutto Portogallo, Spagna e Tunisia, le cui produzioni sono più competitive in termini di prezzo rispetto alle produzioni nazionali (vedi appendice 2 e 3).

L'olio Nazionale è caratterizzato da un costo superiore rispetto a quello dei competitors internazionali.

La causa è ricercabile nei più alti costi di produzione che caratterizzano la filiera italiana le cui motivazioni sono ricercabili:

- Elevata frammentazione del sistema produttivo che risulta popolato principalmente da aziende medio piccole, cosa che ostacola la formazione di economie di scala necessarie per la riduzione dei costi di produzione. (si ricorda che in Italia vi sono 825 mila aziende agricole impegnate nell'olivicoltura (fonte ISTAT), per una dimensione unitaria di 1.3 ettari.
- Forte diffusione di sistemi produttivi spesso obsoleti.
- Utilizzo dell'olio extra vergine, da parte della GDO, come prodotto civetta, con una pressione commerciale che arriva la 70% arrivando a trattarlo come una commodity.

1.6 Analisi SWOT

- Punti di Forza e punti di Debolezza

Punti di forza	Punti di debolezza
Fase agricola	
Presenza di importanti aree vocate alla coltivazione dell'olivo sia per quantità sia per qualità del prodotto	Frammentarietà della struttura produttiva (ridotte dimensioni aziendali) e diffusione dell'olivicoltura in zone difficili: scarsa mobilità fondiaria. Valore unitario dei terreni molto elevato
Potenzialità elevata di differenziare la produzione, per varietà (oltre 300 varietà e 500 accessioni), modalità produttive, origine ecc.	Presenza prevalente di impianti tradizionali estensivi e limitata diffusione di meccanizzazione e irrigazione (superfici ampie e non irrigue)
Valore ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed antropologico degli oliveti	Ritardo nel recepimento delle innovazioni tecnologiche e mancati investimenti (bassa capacità finanziaria delle imprese e caratteristiche strutturali del comparto poco ricettive)
Estensione territoriale della coltura e importante contributo in termini occupazionali	Oscillazioni delle produzioni in termini qualitativi e quantitativi e presenza di vaste aree con produzione di lampante
Attenzione crescente alle produzioni di qualità (Dop/Igp, bio, richiesta di nuove classi merceologiche ecc..) rispetto agli oli vergini e lampanti con aumento delle superfici coinvolte e con il riconoscimento di nuove produzioni nel medio periodo	Ricambio generazionale quasi assente
Know how elevato	Olivicoltura di tipo tradizionale, non "imprenditoriale" e non professionale degli operatori
Filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Costi di produzione elevati e scarsa produttività: flessione costante di redditività
Buona disponibilità di nuove tecnologie da introdurre nella conduzione degli oliveti	Ruolo ancora poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto. Basso potere contrattuale dei produttori
	Ritardo nell'applicazione dei risultati della ricerca scientifica. Scarsa attenzione all'olivicoltura nei PUC e in generale nella pianificazione territoriale
	Inadeguatezza degli stoccaggi e inefficace localizzazione sul territorio.
	Utilizzo di anticrittogamici e diserbanti vietati dalla legislazione dei principali mercati di destinazione extra UE
Prima trasformazione	
Capillare localizzazione dei frantoi nelle aree vocate, con maggiore garanzia di lavorazioni tempestive e di qualità	Numero elevato di frantoi economicamente poco efficienti, con bassa capacità di lavorazione oraria media, con impianti di trasformazione non ottimali e che di fatto costituiscono "non imprese".
Elevato numero di filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Prevalenza di frantoi che effettuano soltanto lavorazioni conto terzi e scarsa presenza di frantoi cooperativi.
Elevata professionalità dei frantoiani italiani	Capacità limitata di investimento e di innovazione tecnologica di molte aziende e non garanzia di qualità.

Fonte dati: Piano di settore olivicolo-oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Presenza di distretti produttivi con un'elevata concentrazione di prodotto	Dimensioni che non permettono "massa critica": eccessiva frammentazione.
Capacità di una notevole differenziazione del prodotto sia per tipologia (Dop/Igp, bio, altri prodotti certificati, ecc..) sia in base al gusto.	Costi elevati di produzione soprattutto per i piccoli frantoi Costi elevati per la gestione e per lo smaltimento dei sottoprodotti della trasformazione. Bassa utilizzazione degli impianti rispetto al "potenziale" o capacità produttivo
Elevata competenza e specializzazione del settore del <i>machinery</i> italiano in grado di esportare il proprio <i>know how</i>	Bassa capacità finanziaria delle imprese, ritardi negli investimenti e scarsa internazionalizzazione
Possibilità di utilizzare ogni parte del frutto estraendo tutte le categorie di olio dall'oliva e utilizzare i residui per produrre energia da fonte rinnovabile	Accesso difficoltoso ai finanziamenti soprattutto per gli impianti non collegati ad aziende agricole o non frantoi cooperativi
	Ruolo ancora poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto e dei sottoprodotti
	Costo elevato del lavoro e degli adempimenti normativi
	Scarsa capacità di aggregazione e scarsa integrazione verticale/formalizzazione di accordi all'interno della filiera
	Potere contrattuale limitato
Confezionamento e consumo	
Know how elevato e riconosciuto	Basso livello di integrazione dell'industria olearia con le fasi a monte della filiera nazionale e scarsa capacità di attuare politiche di aggregazione per raggiungere "massa critica"
Concentrazione degli operatori di grandi dimensioni	Dipendenza dall'import
Capacità elevata di segmentare il prodotto (Dop/Igp, bio, nuove classi merceologiche come ad esempio Alta qualità ecc..)	Eccessivo "nanismo" di larga parte delle imprese del settore e conseguente struttura finanziaria e commerciale poco adeguata ad affrontare la competizione sempre più allargata
Propensione all'export e capacità di acquisire quote nei mercati esteri anche grazie all'immagine del "made in Italy"	Scarsa percezione del surplus qualitativo e salutistico delle produzioni DOP e IGP da parte del consumatore
Quote di mercato elevate nei paesi tradizionalmente consumatori	Mancanza di soggetti forti della D.O. nella distribuzione estera e dipendenza eccessiva dalle regole dettate dalla GDO.
Partecipazione attiva nella Ricerca e Sviluppo insieme ad organismi pubblici italiani ed internazionali	Bassa attenzione verso le produzioni di qualità DOP IGP e Bio e scarso peso delle produzioni di qualità nel mix
Ampia esperienza nel contrasto delle frodi alimentari ed elevata specializzazione dei centri di ricerca e degli operatori.	Poca attitudine degli operatori italiani a fare sistema
	Costi elevati del lavoro e della gestione amministrativa
	Range di prezzo troppo ampio ed elevato, rispetto ai prodotti della categoria condimenti, poco comprensibile nella fase al consumo
	Presenza di "olio non conforme" in relazione alla qualità: olio di oliva raffinato venduto come extravergine
	Difficoltà nel riuscire ad individuare una metodologia

Fonte dati: Piano di settore olivicolo- oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

	ufficiale per l'individuazione delle frodi commerciali.
	Alta "pressione promozionale" e utilizzo dell'olio extra vergine come prodotto civetta nei punti vendita e banalizzazione del prodotto (considerato ancora da molti una <i>commodity</i>)
	Conservazione non sempre adeguata nel trasporto, nei magazzini di distribuzione e nei punti vendita (esposizione a luce e fonti di calore)

- Opportunità e Minacce

Opportunità	Minacce
Fase agricola	
Maggiore stabilizzazione del reddito degli agricoltori con l'entrata in vigore del disaccoppiamento	Abbandono dell'olivicoltura soprattutto di quella non "professionale" o marginale da un punto di vista territoriale e erosione del territorio olivicolo
Tecniche colturali che permettono la stabilizzazione delle produzioni, riducendo il fenomeno dell'alternanza	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
Rinnovata coscienza della tutela e pianificazione del territorio	Adeguamento ai prezzi internazionali
Ampie opportunità di ammodernamento delle imprese offerte dai Programmi di sviluppo rurale per il periodo 2014-2020.	Aumento delle superfici olivetate nei paesi competitor (Tunisia, Marocco, Turchia) e anche in quelli nuovi produttori (Argentina, Australia, Cile, ecc.)
Rinnovata coscienza della tutela e pianificazione del territorio	Possibile ulteriore perdita di reddito a causa di una riduzione dei prezzi di mercato del prodotto finito.
Opportunità offerte dai Programmi di sostegno delle Organizzazioni di Produttori (OP) finanziati ai sensi dell'OCM (Reg. UE n. 1308/2013, articolo 29)	Diffusione di fitopatie che minacciano la produzione olivicola
Trasformazione e consumo	
Filiera corta anche tramite accordi e aumento del consumo dei prodotti	Crescita di investimenti per la produzione di oli di qualità presso i paesi concorrenti
Sensibilità crescente del consumatore verso le produzioni di qualità	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione
Buona immagine dell'olio di oliva di origine italiana e regionale presso il consumatore nazionale e internazionale.	Politiche aggressive di paesi concorrenti nell'acquisizione del controllo di aziende a marchio italiano
Produzione di volumi maggiori di prodotto italiano di qualità con la possibilità di un'ulteriore segmentazione del mercato	Crisi economico-finanziaria vigente: induce una contrazione dei consumi soprattutto voluttuari
Lento ma progressivo aumento dei consumi internazionali, soprattutto nei paesi tradizionalmente non consumatori, e maggiori opportunità di segmentazione del prodotto	I marchi italiani di proprietà spagnola potrebbero servire solo come biglietto da visita nei nuovi mercati internazionali senza, peraltro, commercializzare un prodotto italiano
Promozione spinta dell'olio di oliva, extravergine in particolare, come parte caratterizzante della dieta mediterranea e del "made in Italy" agroalimentare	Potere decisionale in mano a pochi distributori finali
Programmi comunitari con risorse a sostegno della promozione del consumo di olio	Attività di dumping sui prezzi da parte del mondo della produzione spagnolo fra le esportazioni verso l'Italia rispetto a quelle verso altri paesi.
Elevata considerazione salutistica del prodotto	
Margini di crescita nella ristorazione	
Possibilità di "rientro" dei marchi italiani	

Di seguito si analizzerà l'analisi SWOT effettuata dal Ministero delle Politiche Agricole alimentari, forestali e del turismo per il piano di settore olivicolo oleario del 2010.

Nella fase agricola i punti di forza mostrati dall'analisi SWOT sono riconducibili alla presenza, sul territorio, di importanti aree dedite alla coltivazione dell'olio con una elevata diversificazione di varietà di olive mantenendo una particolare attenzione alla quantità e soprattutto alla qualità del prodotto finale grazie all'elevato Know How presente nelle aziende agricole.

Negli ultimi anni si è vista una costante crescita delle superfici destinate a produzioni di elevata qualità con caratteristiche di coltivazioni biologiche o ricadenti nell'ambito di protezioni comunitarie come DOP e IGP. La produzione di olio mostra oltre ad una notevole importanza ambientale, paesaggistica, colturale ed antropologica, anche una significativa varietà nei metodi e tecniche di coltura e destinazione degli impianti (produzione di alberi ornamentali, olio, olive) con innovazione nel processo colturale da implementare. Nella fase agricola le debolezze sono da ricercarsi nella piccola dimensione delle aziende agricole e nella loro conduzione spesso di tipo familiare.

Questo comporta una frammentazione dell'attività produttiva, una presenza di impianti di coltura vecchi e poco meccanizzati ed un ritardo patologico nel recepimento delle innovazioni, dovuto anche alle precarie condizioni economica e finanziarie.

Per quanto riguarda la fase di trasformazione si nota la presenza di una differenziazione delle produzioni sul territorio per varietà, per processo (biologica, agricoltura integrata ecc.) e per tipicità (DOP, IGP) unita alla presenza capillare di frantoi, creando così una filiera in grado di eseguire la propria attività con maggiore rapidità mantenendo alti gli standard qualitativi.

L'elevato numero di aziende che determinano una frammentazione dell'intero settore rappresenta non solo una forza ma anche una debolezza dovuta a scarsa efficienza economica di queste ed un basso numero di frantoi cooperativi. Queste aziende, di cui la maggioranza piccole imprese, hanno capacità limitate di investimento e di innovazione, provocando dunque l'incapacità di una organizzazione generale del settore nel suo complesso.

Questo comporta una riduzione di competitività dell'intero comparto a livello internazionale oltre ad una produzione molto variabile in termini qualitativi e quantitativi.

Inoltre, le piccole aziende di questa fase, dovuto anche al perdurare della crisi economica, soffrono di una continua bassa capacità finanziaria ed un difficoltoso accesso al credito bancario.

Nella fase di commercializzazione i punti di debolezza sono caratterizzati da incapacità della GDO di relazionarsi efficacemente con le fasi a monte.

Per sopperire alla domanda di olio, caratterizzata da una tendenza di crescita, le industrie di confezionamento fanno sempre più ricorso all'import di ingenti quantitativi di olio sfuso, da unire ad olio nazionale e rivendere nel mercato nazionale ed internazionale. Questo ricorso ad olio straniero è altresì giustificato dalla una strategia di riduzione dei costi, in quanto l'olio di altri paesi comunitari quali Spagna e Grecia risulta avere un prezzo inferiore a quello nazionale.

Nell'ottica di perseguire una continua riduzione dei costi, per incontrare i bisogni dei consumatori di un olio di media qualità con un basso prezzo, le grandi industrie hanno smesso di perseguire elevati standard qualitativi dei loro oli, non vedendo dunque i possibili surplus ottenibili dalla vendita di oli biologici o soggetti a denominazioni protette o controllate (come DOP, IGP). Aspetto invece che le piccole aziende stanno perseguendo, essendo state eliminate dalla grande distribuzione, in quanto incapaci di garantire volumi stabili e prezzi concorrenziali.

Sempre a causa dell'elevata frammentazione del settore i costi di produzione risultano particolarmente elevati a causa dell'incapacità di creare una massa critica di grandi dimensioni fonte di potere contrattuale e incapacità di usufruire di economie di scala. Inoltre, vi è il problema di reperire manodopera specializzata causata da un mancato ricambio generazionale, essenziale per una corretta attività di coltura e successiva raccolta.

Le principali opportunità per il settore oleario risiedono nella crescente richiesta di olio di qualità da parte dei mercati internazionali e nazionali, spinti anche dal diffondersi di una sensibilità salutistica e di ricerca della qualità (come ad esempio il diffondersi della dieta mediterranea). Questo consente di valorizzare maggiormente il prodotto finale e per le aziende comporterà l'ottenimento di maggior surplus. Per essere colta, questa opportunità richiede che l'intero settore deve decidere di incrementare i volumi di olio di qualità diminuendo invece quelli di qualità media e bassa.

Nella fase agricola vi sono opportunità nell'adozione di innovazioni nelle tecniche colturali in grado di ridurre sensibilmente il fenomeno dell'alternanza.

Inoltre, la presa di coscienza degli imprenditori dell'importanza della tutela del territorio e dell'ambiente risulta cruciale per la continuità nel futuro dell'attività di produzione di olio.

Inoltre, il carattere multifunzionale delle aziende agricole dedite alla coltivazione di olive può essere diversificando l'attività aziendale, puntando anche sul turismo portando così benefici notevoli all'intero settore.

Le minacce nella fase agricola risiedono nella competizione internazionale, principalmente sul fronte dei costi, che all'estero sono nettamente inferiori a quelli nazionali.

Inoltre, le recenti fitopatie, come la celebre Xylella, minacciano le produzioni di regioni intere quali la Puglia e la Calabria.

Nella fase di trasformazione e consumo le opportunità risiedono nella possibilità di creare una filiera corta in grado di abbattere i costi di produzione.

Opportunità risiedono anche nel settore dell'HO.RE.CA, in continua crescita ed infine la produzione di scarti da molitura può essere usata per l'abbattimento dei costi energetici delle strutture di trasformazione, ottenendo una dualità di benefici, economici per l'azienda e salvaguardia dell'ambiente.

Le minacce in questa fase sono rintracciabili nella concorrenza straniera. I continui investimenti stranieri in aumento della produttività portano il nostro paese in posizione di svantaggio i per volumi prodotti sia per i prezzi superiori rispetto ai principali competitors.

Il perdurare della crisi economica ha ridotto sensibilmente i consumi, soprattutto quelli di prodotti di qualità. Gli acquisti di aziende italiane da parte di aziende spagnole avvenute negli anni può essere solo un modo per sfruttare la celebrità del made in Italy in altri mercati senza poi vendere prodotti italiani.

Inoltre, i competitor internazionali adottano strategie di dumping sui prezzi nelle esportazioni verso l'Italia rispetto alle esportazioni in altri paesi.

Inoltre, la presenza di poche decine di imprese nella fase di confezionamento e distribuzione pone in poche mani decisioni riguardanti il futuro di un settore comprendente quasi un milione di aziende più o meno grandi.

1.7 Appendice

Appendice 1

1 La struttura della filiera

I numeri della filiera

	<i>udm</i>	2010	2011	2012
struttura				
aziende agricole ¹	(n)	902.075	902.075	902.075
superficie	(ha)	1.123.330	1.123.330	1.123.330
ha/azienda	(ha)	1,2	1,2	1,2
frantoi attivi ²	(n)	4.808	4.809	4809
imprese industriali ³	(n)	220	220	220
offerta				
produzione	(000 t)	513	542	479
PPB settore olio	(milioni €)	1.310	1.513	1.383
incidenza PPB olio/PPB agricoltura	(%)	2,9	2,8	2,8
peso produzioni a denominazione ⁴	(% q.)	2,0	1,8	2,0
produzione/consumo ⁵	(% q.)	77,7	74,6	68,8
fatturato industria olio d'oliva ⁶	(milioni €)	3.360	3.300	3.200
incidenza sul fatturato ind. agroalimentare ⁶	(% v.)	2,7	2,6	-
scambi con l'estero				
<u>import</u>	(milioni €)	1.203	1.208	1.154
peso sul tot. agroalimentare	(% v.)	3,3	3,0	2,9
import/consumi	(% q.)	92,8	89,3	85,8
<u>export</u>	(milioni €)	1.166	1.237	1.269
peso sul tot. agroalimentare	(% v.)	4,2	4,1	4,0
export/produzione	(% q.)	74,3	77,0	86,8
<u>saldo</u>	(milioni €)	-37	29	114
saldo normalizzato	(% v.)	-1,5	1,2	4,7
mercato				
Indice dei prezzi all'origine ⁷	(2000=100)	109,9	126,6	102,5
Indice dei prezzi dei mezzi di produzione ⁷	(2000=100)	133,1	136,7	138,5

¹Dati del Censimento generale dell'Agricoltura Istat 2010; ²Dato Agea; ³Stima Ismea su dati Assitol e Federolio; ⁴Stima Ismea su dati enti certificatori e Istat; ⁵Stima Ismea su dati bilancio di Approvvigionamento; ⁶ stima Ismea su dati Federalmentari e altre fonti; ⁷ Ismea.
Fonte: Istat ove non diversamente indicato

Appendice 2

Prezzi¹ italiani dell'olio di oliva (euro/chilo)

	2012	2013	2014	2015	Var. 2015/14%
Extravergine	2,61	3,08	3,9	5,3	36,9
Vergine	1,94	2,44	2,6	3,5	34,9
Lampante	1,68	2,10	1,9	2,6	40,9

(1) Prezzo alla produzione, franco magazzino produttore, Iva esclusa

Fonte: Ismea

Appendice 3

Prezzi¹ internazionali dell'olio di oliva (euro/chilo)

	2012	2013	2014	2015	Var % 2015/14
Spagna					
Extravergine	2,07	2,64	2,39	3,56	48,9%
Lampante	1,90	2,36	2,09	3,07	46,8%
Grecia					
Extravergine	2,14	2,65	2,91	3,47	19,1%
Lampante	1,59	1,84	1,95	2,42	23,9%
Tunisia					
Extravergine	2,07	2,54	2,58	3,37	30,4%
Lampante	1,75	2,25	2,05	2,62	27,7%

(1) Prezzo alla produzione, franco magazzino produttore, Iva esclusa

Fonte: Ismea

Bibliografia Capitolo

- Piano di settore olivicolo- oleario 2010, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.
- Piano di settore olivicolo oleario 2016, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.
- Report la struttura del settore olivicolo oleario 2013, ISMEA
- 6° censimento generale dell'agricoltura 2010, ISTAT.
- Analisi ISMEA 6° censimento nazionale dell'agricoltura, ISMEA

Capitolo 2

Le debolezze delle PMI nel settore oleario

Partendo dall'analisi SWOT (Tabella 1), brevemente analizzata nel precedente capitolo, si potrà individuare ed analizzare nel dettaglio le debolezze che affliggono il settore ed in particolare le piccole e medie imprese che formano il fulcro del settore oleario italiano, individuando inoltre le cause che hanno generato tali debolezze.

Punti di forza	Punti di debolezza
Fase agricola	
Presenza di importanti aree vocate alla coltivazione dell'olivo sia per quantità sia per qualità del prodotto	Frammentarietà della struttura produttiva (ridotte dimensioni aziendali) e diffusione dell'olivicoltura in zone difficili: scarsa mobilità fondiaria. Valore unitario dei terreni molto elevato
Potenzialità elevata di differenziare le produzioni, per varietà (oltre 300 varietà e 500 accessioni), modalità produttive, origine ecc.	Presenza prevalente di impianti tradizionali estensivi e limitata diffusione di meccanizzazione e irrigazione (superfici ampie e non irrigue)
Valore ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed antropologico degli oliveti	Ritardo nel recepimento delle innovazioni tecnologiche e mancati investimenti (bassa capacità finanziaria delle imprese e caratteristiche strutturali del comparto poco ricettive)
Estensione territoriale della coltura e importante contributo in termini occupazionali	Oscillazioni delle produzioni in termini qualitativi e quantitativi e presenza di vaste aree con produzione di lampante
Attenzione crescente alle produzioni di qualità (Dop/Igp, bio, richiesta di nuove classi merceologiche ecc..) rispetto agli oli vergini e lampanti con aumento delle superfici coinvolte e con il riconoscimento di nuove produzioni nel medio periodo	Ricambio generazionale quasi assente
Know how elevato	Olivicoltura di tipo tradizionale, non "imprenditoriale" e non professionale degli operatori
Filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Costi di produzione elevati e scarsa produttività: flessione costante di redditività
Buona disponibilità di nuove tecnologie da introdurre nella conduzione degli oliveti	Ruolo ancora poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto. Basso potere contrattuale dei produttori
	Ritardo nell'applicazione dei risultati della ricerca scientifica. Scarsa attenzione all'olivicoltura nei PUC e in generale nella pianificazione territoriale
	Inadeguatezza degli stoccaggi e inefficace localizzazione sul territorio.
	Utilizzo di anticrittogamici e diserbanti vietati dalla legislazione dei principali mercati di destinazione extra UE
Prima trasformazione	
Capillare localizzazione dei frantoi nelle aree vocate, con maggiore garanzia di lavorazioni tempestive e di qualità	Numero elevato di frantoi economicamente poco efficienti, con bassa capacità di lavorazione oraria media, con impianti di trasformazione non ottimali e che di fatto costituiscono "non imprese".
Elevato numero di filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Prevalenza di frantoi che effettuano soltanto lavorazioni conto terzi e scarsa presenza di frantoi cooperativi.
Elevata professionalità dei frantoiani italiani	Capacità limitata di investimento e di innovazione tecnologica di molte aziende e non garanzia di qualità.

Presenza di distretti produttivi con un'elevata concentrazione di prodotto	Dimensioni che non permettono "massa critica": eccessiva frammentazione.
Capacità di una notevole differenziazione del prodotto sia per tipologia (Dop/Igp, bio, altri prodotti certificati,ecc..) sia in base al gusto.	Costi elevati di produzione soprattutto per i piccoli frantoi Costi elevati per la gestione e per lo smaltimento dei sottoprodotti della trasformazione. Bassa utilizzazione degli impianti rispetto al "potenziale" o capacità produttivo
Elevata competenza e specializzazione del settore del <i>machinery</i> italiano in grado di esportare il proprio <i>know how</i>	Bassa capacità finanziaria delle imprese, ritardi negli investimenti e scarsa internazionalizzazione
Possibilità di utilizzare ogni parte del frutto estraendo tutte le categorie di olio dall'oliva e utilizzare i residui per produrre energia da fonte rinnovabile	Accesso difficoltoso ai finanziamenti soprattutto per gli impianti non collegati ad aziende agricole o non frantoi cooperativi
	Ruolo ancora poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto e dei sottoprodotti
	Costo elevato del lavoro e degli adempimenti normativi
	Scarsa capacità di aggregazione e scarsa integrazione verticale/formalizzazione di accordi all'interno della filiera
	Potere contrattuale limitato
Confezionamento e consumo	
Know how elevato e riconosciuto	Basso livello di integrazione dell'industria olearia con le fasi a monte della filiera nazionale e scarsa capacità di attuare politiche di aggregazione per raggiungere "massa critica"
Concentrazione degli operatori di grandi dimensioni	Dipendenza dall'import
Capacità elevata di segmentare il prodotto (Dop/Igp, bio, nuove classi merceologiche come ad esempio Alta qualità ecc..)	Eccessivo "nanismo" di larga parte delle imprese del settore e conseguente struttura finanziaria e commerciale poco adeguata ad affrontare la competizione sempre più allargata
Propensione all'export e capacità di acquisire quote nei mercati esteri anche grazie all'immagine del "made in Italy"	Scarsa percezione del surplus qualitativo e salutistico delle produzioni DOP e IGP da parte del consumatore
Quote di mercato elevate nei paesi tradizionalmente consumatori	Mancanza di soggetti forti della D.O. nella distribuzione estera e dipendenza eccessiva dalle regole dettate dalla GDO.
Partecipazione attiva nella Ricerca e Sviluppo insieme ad organismi pubblici italiani ed internazionali	Bassa attenzione verso le produzioni di qualità DOP IGP e Bio e scarso peso delle produzioni di qualità nel mix
Ampia esperienza nel contrasto delle frodi alimentari ed elevata specializzazione dei centri di ricerca e degli operatori.	Poca attitudine degli operatori italiani a fare sistema
	Costi elevati del lavoro e della gestione amministrativa
	Range di prezzo troppo ampio ed elevato, rispetto ai prodotti della categoria condimenti, poco comprensibile nella fase al consumo
	Presenza di "olio non conforme" in relazione alla qualità: olio di oliva raffinato venduto come extravergine
	Difficoltà nel riuscire ad individuare una metodologia
	ufficiale per l'individuazione delle frodi commerciali.
	Alta "pressione promozionale" e utilizzo dell'olio extra vergine come prodotto civetta nei punti vendita e banalizzazione del prodotto (considerato ancora da molti una <i>commodity</i>)
	Conservazione non sempre adeguata nel trasporto, nei magazzini di distribuzione e nei punti vendita (esposizione a luce e fonti di calore)

* Fonte ISMEA, Indagine sui costi di produzione delle olive da olio

2.1 Struttura produttiva e di prima trasformazione frammentaria

la struttura del settore oleario è assimilabile ad una forma piramidale con un elevato numero di piccole e medie imprese nella fase di produzione agricola e di prima trasformazione mentre il numero di imprese nelle successive fasi di seconda trasformazione ed imbottigliamento tende a ridursi drasticamente fino ad arrivare a qualche decina di imprese nella distribuzione organizzata di cui solo alcune di grandi dimensioni.

In particolare, la prima fase conta una media di circa 900 mila aziende agricole, tutte piccole e medie imprese, localizzate per lo più nel sud Italia; la fase della prima trasformazione conta circa 5000 frantoi e la fase di seconda trasformazione, impacchettamento e distribuzione conta appena 220 imprese di cui come detto solo alcune di grandi dimensioni.

Questa struttura frammentaria provoca una serie di inefficienze che inevitabilmente si ripercuotono sull'andamento dell'intero settore e della sua competitività nei mercati internazionali; tutte assimilabili ad una storica mancanza di integrazione delle fasi produttive.

Il settore per poter rispondere in maniera efficiente ed efficace alle esigenze della domanda, per quanto riguarda ad esempio ad aspetti di volume e qualitativi, necessita di una forma seppur minima di integrazione tra le varie fasi produttive. In questo modo è possibile effettuare una programmazione a livello non solo di impresa o di cooperativa ma ad un livello nazionale.

Poter effettuare una programmazione comporta tutti i vantaggi derivanti da una integrazione verticale, dalla riduzione dei costi al raggiungimento della massa critica con un aumento delle vendite di olio nazionale ed una riduzione di importazione di olio estero.

Nel settore oleario italiano invece si può notare una forte frammentazione del settore in ogni sua fase.

I principali effetti della frammentazione del settore sono:

- Difficoltà di raggiungere la “massa critica”, ossia quella quantità di olive necessaria al soddisfacimento della domanda interna ed esterna di olio. Ciò è dipeso in particolare dall'assenza di comunicazione tra le aziende che si occupano di imbottigliamento e distribuzione e le imprese agricole e di prima trasformazione. Questo porta ad una totale assenza di sinergia tra le imprese che altrimenti potrebbero pianificare anno per anno i volumi di produzione cercando di equilibrarli alle variazioni di domanda stabilizzando il mercato e riducendo le importazioni di olio straniero che i distributori devono importare per soddisfare la domanda di olio.
- Le aziende operanti nelle differenti fasi non potendo comunicare tra loro perseguono obiettivi spesso diversi con le imprese agricole che lavorano per lo più per l'autoconsumo e solo poche quantità di olio vengono destinate alla vendita. Mentre le aziende distributrici hanno l'obiettivo di soddisfare la domanda di olio che supera l'offerta nazionale a prezzi imposti dalla GDO sempre più vicini al costo di produzione.

- L'assenza di collaborazione tra le imprese delle varie fasi porta inoltre ad avere un potere contrattuale dei produttori, nei confronti della GDO, quasi nullo. Difatti si nota che solo poche grandi imprese operanti nel settore riescono ad avere un potere contrattuale con la GDO, avendo così condizioni contrattuali a loro favorevoli. Le altre imprese invece non avendo potere contrattuale non riescono ad imporre un prezzo a loro favore, vedendosi obbligati invece a vendere alla GDO i propri prodotti oleari a prezzi che danno margini sempre più bassi e sempre più vicini al prezzo di costo.

Questo porta a due conseguenze:

- Le aziende per operare con la GDO devono soddisfare volumi di produzione molto elevati tali da consentire loro un minimo di profitto, essendo il prezzo unitario basso. Questo comporta che solo le grandi aziende possono operare in tal modo e dunque il quasi milione di piccole aziende agricole si vede tagliato fuori da un mercato molto redditizio ma ad appannaggio di chi può offrire grandi quantità a prezzi quasi di costo.
- Le aziende che decidono di lavorare con la GDO e soddisfare i volumi di vendita richiesti a prezzi competitivi devono inevitabilmente ricorrere ad olio di importazione come quello Spagnolo o Tunisino. Questo inevitabilmente riduce la qualità del prodotto finito che non rispecchia più gli standard qualitativi dell'olio certificato italiano.

Difatti è possibile vedere in tabella 2 e 3 come i prezzi degli oli stranieri siano inferiori a quelli italiani in particolare facendo riferimento ai prezzi dell'olio extravergine di oliva che risulta avere un prezzo di 2 euro inferiore a quello dei principali competitor stranieri. In queste condizioni appare evidente il motivo per cui le industrie confezionatrici ricorrono sempre più spesso ad olio importato invece che acquistarlo sul mercato nazionale.

Tab.1

Prezzi¹ internazionali dell'olio di oliva (euro/chilo)

	2012	2013	2014	2015	Var % 2015/14
Spagna					
Extravergine	2,07	2,64	2,39	3,56	48,9%
Lampante	1,90	2,36	2,09	3,07	46,8%
Grecia					
Extravergine	2,14	2,65	2,91	3,47	19,1%
Lampante	1,59	1,84	1,95	2,42	23,9%
Tunisia					
Extravergine	2,07	2,54	2,58	3,37	30,4%
Lampante	1,75	2,25	2,05	2,62	27,7%

(1) Prezzo alla produzione, franco magazzino produttore, Iva esclusa

Fonte: Ismea

Prezzi¹ italiani dell'olio di oliva (euro/chilo)

	2012	2013	2014	2015	Var. 2015/14%
Extravergine	2,61	3,08	3,9	5,3	36,9
Vergine	1,94	2,44	2,6	3,5	34,9
Lampante	1,68	2,10	1,9	2,6	40,9

(1) Prezzo alla produzione, franco magazzino produttore, Iva esclusa

Fonte: Ismea

Tab.2

- Costi di produzione superiori ai costi medi dei competitor. Questa è una diretta conseguenza della mancata integrazione verticale, o comunque, di una totale assenza di collaborazione tra produttori, frantoi e aziende impacchettatrici e di distribuzione, come si vedrà meglio nel prossimo paragrafo.

Una forma seppur minima di sinergia tra le imprese delle varie fasi comporta non, come detto, il raggiungimento di obiettivi di volumi e di stabilizzazione del mercato, ma ancor più importante porta ad una riduzione dei costi.

La collaborazione fra imprese di fasi diverse può realizzarsi sotto varie forme, integrazione verticale con la creazione di poche grandi industrie, creazione di cooperative o accordi di collaborazione tra più imprese al fine di raggiungere un obiettivo comune, come il lancio di un nuovo prodotto.

Tutti questi tipi di collaborazione portano il fondamentale beneficio di ridurre i costi di produzione attraverso un efficientamento dell'intero sistema produttivo.

Più aziende agricole che perseguono uno stesso obiettivo di volume collaborando in una cooperativa o una associazione possono:

- Condividere tecnologie per massimizzare i livelli produttivi
- Collaborare in momenti di difficoltà, come ad esempio se una azienda del gruppo è in crisi o ha problemi produttivi le altre associate possono sopperire ai volumi dell'impresa in difficoltà ed assumere i dipendenti di quella. Aiutando così non solo se stesse, mantenendo i volumi stabili, ma anche il territorio in cui operano.
- Condividere conoscenze, questo dà la possibilità di abbattere i propri limiti, dando la possibilità ad imprese giovani e più inesperte di usufruire di economie di esperienza che altre imprese in attività da più tempo hanno acquisito.
- Inoltre, una cooperativa può fornire in caso di necessità risorse finanziarie ai propri associati consentendo dunque un continuo sviluppo tecnologico e di ammodernamento del processo produttivo.

2.2 Costi di produzione

Uno dei problemi che affligge il settore oleario, in particolare le fasi della coltivazione e della prima trasformazione nei frantoi, è l'eccessivo costo di produzione, che risulta superiore a quello dei competitor stranieri. Come visto in precedenza questo è dipeso da una frammentazione del settore e da una mancanza di collaborazione tra le varie fasi.

Nel dettaglio si analizzeranno i costi di produzione della fase di coltivazione e di quella di prima trasformazione dei frantoi.

2.2.1 Analisi dei costi della fase colturale

La fase colturale è caratterizzata prevalentemente da aziende con una dimensione media che si aggira intorno ai 5 ettari con una concentrazione media di piante per ettaro di 223 unità. Questo dimostra come la fase colturale sia caratterizzata da un elevato numero di piccole aziende agricole di cui quasi la metà a gestione familiare. Purtroppo, questa struttura produttiva caratterizzata da molte PMI a gestione familiare risulta essere poco collaborativa le une con le altre. Difatti è possibile notare in tabella 5 come solo il 41,4% delle aziende agricole affida il proprio raccolto a frantoi cooperativi mentre il 55,2% affida la trasformazione a terzi a pagamento o con permuta di una parte delle olive aumentando inevitabilmente i costi per l'azienda che vede così ridotti propri guadagni. Quasi inesistente è invece la presenza di aziende agricole integrate verticalmente, ossia con la presenza in azienda di un proprio frantoio e di un sistema di confezionamento autonomo. Difatti solo il 3,4 % delle imprese possiede un proprio frantoio e solo il 10,3% possiede un impianto di confezionamento, con un conseguente risparmio sui costi che lo si potrà usare per aumentare il profitto oppure ridurre il prezzo del prodotto finito aumentandone la competitività sul mercato.

Si è notato inoltre (vedi tabella 4) che all'aumentare della dimensione dei terreni la resa per ettaro aumenta, questo risultato è associato alla maggiore concentrazione di piante per ettaro, che risulta presente in grandi terreni.

Questa indagine mostra come le aziende di grandi dimensioni riescono ad avere volumi di olive elevati ed una resa per ettaro superiore.

Il punto d'interesse non risiede tanto nella vastità del terreno ma nella concentrazione di alberi per ettaro.

Questa concentrazione di alberi così elevata è possibile ad oggi solo per le aziende di grandi dimensioni.

I motivi di tale situazione sono ricercabili in un aspetto.

Le risorse finanziarie disponibili. Una impresa per poter sostenere una concentrazione di Alberi per ettaro tanto elevata ha bisogno di meccanizzare ogni aspetto della produzione, dalla diffusione di concimi e diserbanti alle procedure di raccolta delle olive e trasporto. Tutte innovazioni tecnologiche disponibili per le aziende ma ovviamente costose, non solo per il loro acquisto ma anche per il loro mantenimento nel tempo.

Le imprese effettuando investimenti in tale direzione riescono ad ottenere una resa maggiore in minor terreno riducendo dunque i costi sia di gestione del terreno che di risparmio sui processi meccanizzati.

Una soluzione di questo tipo risulta ottimale per piccole aziende con piccoli appezzamenti di terreno ma l'implementazione di queste innovazioni necessitano di grandi investimenti iniziali impossibili da sostenere per piccole aziende con scarse possibilità di ricorso al credito.

Tab. 4 - Produzione di olive per ettaro per classe di SAU olivicola e per n. piante per ettaro (media kg di olive/ha; anno 2010)

Classe di SAU olivicola	Kg di olive/ha	N. piante/ha	Kg di olive/ha
[1- 2) ha	3.855	<150)	3.970
[2-5) ha	4.053	[150-300)	4.938
>[5 ha	5.831	>[300	6.577
Totale aziende	5.145	Totale aziende	5.145

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Tab. 5 – Lavorazione delle olive e Dotazione aziendale (%; totale aziende intervistate=100)

Lavorazione delle olive		Dotazione aziendale	
Frantoio	Peso %	Frantoio proprio	Impianto di confezionamento
		Peso %	Peso %
Cooperativo	41,4	Si	3,4
Proprio	3,4	No	96,6
Conto terzi	55,2		
Totale	100,0	Totale	100,0

Base dati: aziende intervistate (89,7% del campione)

Fonte: Ismea.

Nella fase Colturale vi sono molti aspetti che influiscono sulla resa delle piante aumentandola e di conseguenza aumentando i profitti per l'impresa ma che necessitano di investimenti iniziali di seguito se ne analizzeranno alcuni.

Irrigazione, numerosi studi dimostrano come un costante apporto idrico alle colture aumenti sensibilmente la loro produzione portando benefici sui volumi prodotti per ettaro di terreno. Nonostante gli innegabili benefici alle colture solo il 17% delle imprese intervistate sono solite irrigare le colture e di cui solo il 30% sono imprese di medie dimensioni ed il restante 70% sono di grandi dimensioni mentre solo una piccola parte delle piccole imprese usa irrigare in parte le piante, con notevoli svantaggi nei volumi di olive prodotte rispetto ai competitor.

Difatti in media le aziende che adottano l'irrigazione delle colture hanno:

- Una coltura che supera i 10 ettari, con una concentrazione di piante per ettaro di 227 piante.
- Sostengono un costo di irrigazione per ettaro di 223.
- Hanno registrato ricavi dalla vendita dell'olio e olive pari a 3597 euro per ettaro.

Tab. 8 - La pratica dell'irrigazione in relazione alla dimensione aziendale

Classe di SAU	(%; Irrigazione=100)			(%; Classe di SAU olivicola=100)			
	No Peso %	Si Peso %	In parte Peso %	No Peso %	Si Peso %	In parte Peso %	Totale
[1- 2) ha	29,5	0,0	25,0	92,9	0	7,1	100,0
[2-5) ha	54,5	30,0	25,0	85,7	10,7	3,6	100,0
>[5 ha	15,9	70,0	50,0	43,8	43,8	12,5	100,0
Totale	100,0	100,0	100,0	75,9	17,2	6,9	100,0

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)
Fonte: Ismea.

Tab. 9 – Aziende che hanno praticato l'irrigazione (caratteristiche strutturali, gestionali e produttive, ricavi totali, costi per l'irrigazione; anno 2010)

Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)	Unità di misura	
Piante/ha	N°	227
Ettari	ha	10,4
Produzione olive	Kg/ha	6.983
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta	30,7
Ricavi		Ricavo (€/ha)
Ricavi totali vendita olive e olio	€/ha	3.597
Ricavi olive	€/ha	1.246
Ricavi olio	€/ha	2.351
Valore delle rimanenze finali	€/ha	360
Valore della produzione	€/ha	3.956
Costo irrigazione		Costo (€/ha)
Costo irrigazione ad ettaro	€/ha	233
Costo irrigazione a pianta	€/pianta	1,03
Costo irrigazione per Kg di olive	€/Kg	0,03
% su ricavo totale	%	6%

Base dati: aziende che hanno sostenuto il costo per effettuare l'irrigazione nel 2010 (19% del campione).
Fonte: Ismea.

La potatura risulta essere il più importante intervento sulla pianta per il mantenimento dell'equilibrio produttivo della stessa. Data la sua importanza la potatura delle piante viene praticata dal 96,6% del totale delle imprese intervistate (tab.10) tramite due metodi diversi sia sulla procedura che sui costi.

- Il primo sistema consiste nell'eliminazione dei residui della potatura tramite bruciatura degli stessi, con un costo per ettaro di 481 euro per ettaro (tab.12). Questo metodo senza dubbio meno costoso ma con un impatto ambientale notevole rapportato a grandi appezzamenti di terreno risulta essere utilizzato da aziende a conduzione familiare o diretta.
- Il secondo sistema consiste nell'eliminazione dei residui tramite trinciatura con successivo riutilizzo dei residui come concime. il costo della potatura risulta essere uguale alla precedente attestandosi a 481 euro per ettaro mentre il costo della procedura di smaltimento dei residui comporta un inevitabile aumento dei costi.

Questo sistema porta benefici per la pianta che usufruisce di concimazione naturale, per l'ambiente in quanto i residui non vengono bruciati e per l'imprenditore che deve affrontare una spesa maggiore per la potatura a fronte di un risparmio nell'acquisto di concimi. Tale procedimento necessita di investimenti per acquisire i macchinari in grado di trasformare le potature in concimi, a causa di questi investimenti tale procedimento viene adottato per lo più da imprese non familiari con grandi appezzamenti di terreno.

Se ad entrambi i metodi si tiene conto della manodopera offerta dai familiari, dunque un costo sostenuto dalle imprese non familiari, il costo sale a 717 euro per ettaro.

L'importanza di questa operazione costringe tutte le imprese a sostenere un costo che mediamente ha un'incidenza sui ricavi importante, attestandosi al 18% se non si considera la manodopera familiare mentre sale al 26% dei ricavi per ettaro se li si considerano.

Tab. 10 - Potatura ordinaria (%; totale aziende intervistate=100)

	Peso %
No	3,4
Si	96,6
Totale	100,0

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Tab. 11 - Altre lavorazioni correlate alla potatura ordinaria (%; totale aziende intervistate=100)

	Eliminazione residui di potatura	Potatura verde
	Peso %	Peso %
No	16,0	48,0
Si	84,0	52,0
Totale	100,0	100,0

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Tab. 12 – Aziende che hanno effettuato la potatura nel 2010 (caratteristiche strutturali, gestionali e produttive, ricavi totali, costi per la potatura)

Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)	Unità di misura		
Piante/ha	N°		223
Ettari	ha		5,2
Produzione olive	Kg/ha		5.168
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta		23
Tempo di potatura ad ettaro	ore/ha		80
Tempo di potatura a pianta	min/pianta		21
Ricavi			Ricavo (€/ha)
Ricavo totale olive olio	€/ha		2.712
Ricavi olive	€/ha		505
Ricavi olio	€/ha		2.207
Valore delle rimanenze finali	€/ha		300
Valore della produzione	€/ha		3.012
Costo potatura		Costo A (€/ha)	Costo B (€/ha)*
costo potatura ad ettaro	€/ha	481	717
costo potatura a pianta	€/pianta	2,1	3,1
costo potatura per Kg di olive	€/Kg	0,09	0,14
% su ricavo totale	%	18%	26%

*stima

Base dati: aziende che hanno realizzato la potatura nel 2010 (97% del campione)

Fonte: Ismea.

Lavorazione del terreno e diserbo chimico

Un'altra lavorazione essenziale per il corretto sviluppo della pianta è la lavorazione del terreno, effettuata in maniera più o meno meccanizzata ma che consiste sempre nel rivoltare il terreno e pulire le aree vicine agli olivi.

Tale attività è applicata dal 95% del campione intervistato, con una distribuzione omogenea delle imprese sul territorio, con una differenza altimetrica ma non geografica a dimostrazione dell'importanza di questa attività, in particolare come mostrato in tabella 14-15 il 72,7% delle aziende che eseguono questa pratica si trovano in collina, il 9,1 in montagna ed il 18,2 in pianura (Tab.15). Questa notevole differenza fra montagna e collina risiede nel costo del procedimento, decisamente maggiore in montagna data la complessità del territorio e dunque della necessità di avere particolari strumenti e macchinari atti ad operare in un territorio impervio. Per questo le piccole e medie imprese operanti nel territorio montano preferiscono non operare lavorazioni del terreno. Inoltre, è interessante notare che sempre per motivi di impossibilità a sostenere costi di produzione eccessivi, del 5% delle imprese che non adottano lavorazioni del terreno ben il 67% è costituito da aziende con non più di 2 ettari di terreno a disposizione.

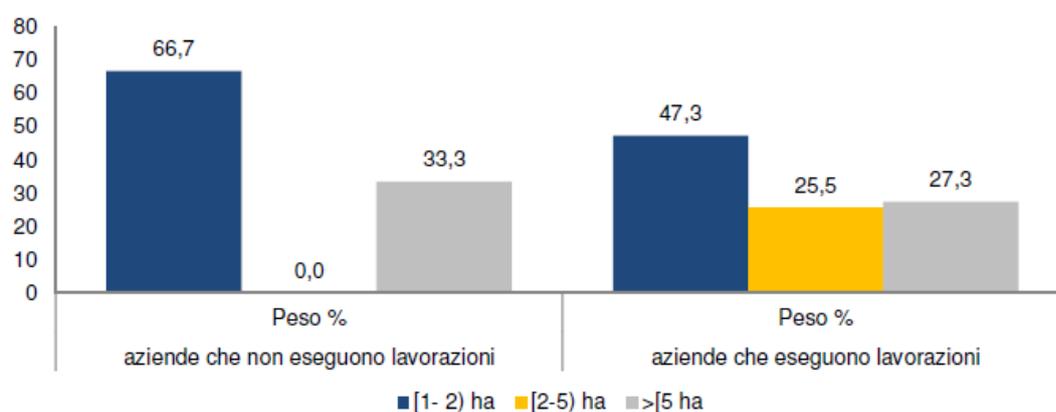
La lavorazione del terreno può essere effettuata più volte l'anno, con la conseguenza di dare alla pianta maggior nutrimento dalla terra essendo assenti piante infestanti che entrano in competizione con l'ulivo.

Il numero di lavorazioni effettuate in un anno varia sensibilmente all'aumentare della grandezza dell'azienda. (fig16)

Difatti si può notare come in generale tutte le aziende di qualsiasi dimensione tendano a lavorare il terreno 3 volte l'anno, ma con delle eccezioni.

Il 43% delle piccole imprese preferisce effettuare una sola lavorazione del terreno, mentre per le aziende di medie dimensioni non è possibile individuare una preferenza sul numero di lavorazioni essendo le preferenze distribuite omogeneamente. Per quanto riguarda le aziende di grandi dimensioni è visibile una preferenza sulle tre lavorazioni e sulle 2 lavorazioni.

Fig. 6 – Relazione tra l'esecuzione delle lavorazioni del terreno e la classe di SAU olivicola (%; Lavorazioni del terreno=100)



Base dati: aziende intervistate (100% del campione)
Fonte: Ismea.

Tab. 14 - Lavorazioni del terreno (%; totale aziende intervistate=100)

Lavorazioni	Peso %
No	5,2
Si	94,8
Totale	100,0

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Tab. 15 - Lavorazioni del terreno in relazione alla zona altimetrica (%; Lavorazioni=100)

Lavorazioni	Peso %	Zona Altimetrica			Totale
		Collina	Montagna	Pianura	
No	100	0	0	100,0	
Si	72,7	9,1	18,2	100,0	

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Tab. 16 - Relazioni tra il numero delle lavorazioni del terreno e la classe di SAU (%; Classe di SAU=100)

N. lavorazioni	Classe di SAU olivicola		
	[1- 2) ha Peso %	[2-5) ha Peso %	>5 ha Peso %
1	42,9	23,1	0,0
2	14,3	26,9	33,3
3	42,9	26,9	46,7
4	0,0	23,1	20,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Base dati: aziende che hanno effettuato lavorazioni del terreno nel 2010 (95% del campione)

Fonte: Ismea.

Il diserbo chimico, attività che consiste nell'eliminazione di piante infestanti con utilizzo di agenti chimici, risulta sempre meno utilizzato a causa del suo forte impatto ambientale difatti tale sistema viene ad oggi utilizzato solo dal 9% delle imprese intervistato. Il rimanente 91% preferisce adottare trattamenti del terreno meno invasivi quali le lavorazioni periodiche del terreno appena trattate.

Dal punto di vista del costo, in media, l'attività di lavorazione e di diserbo, considerate complessivamente, si attestano a 133,3 euro per ettaro per le aziende a conduzione familiare e sale a 186,6 euro per ettaro per le aziende che si avvalgono di lavoratori pagati.

Tab. 18 - Aziende che hanno effettuato lavorazioni e/o diserbo per la gestione del suolo nel 2010 (caratteristiche strutturali, gestionali e produttive, costi per la gestione del suolo)

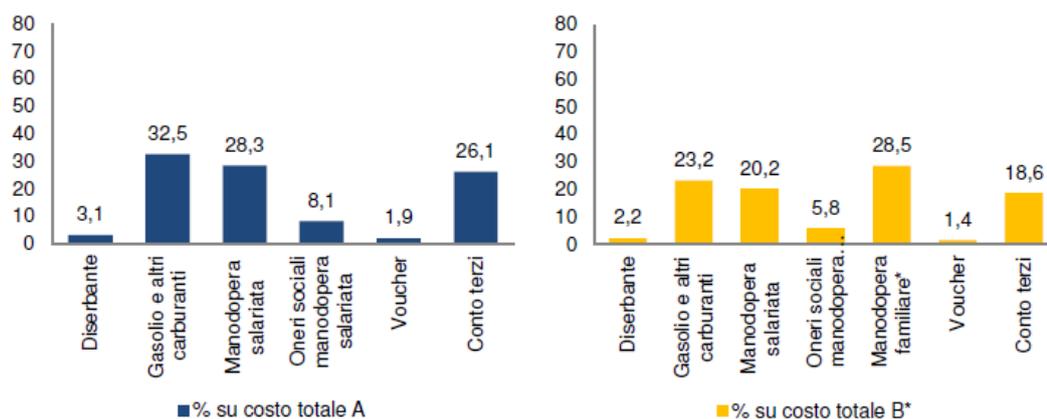
Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)	Unità di misura		
Piante/ha	N°	222	
Ettari	ha	5,1	
Produzione olive	Kg/ha	5.214	
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta	24	
Ricavi		Ricavo (€/ha)	
Ricavi totali olive e olio	€/ha	2.648	
Ricavi olive	€/ha	524	
Ricavi olio	€/ha	2.124	
Valore delle rimanenze finali	€/ha	246	
Valore della produzione	€/ha	2.894	
Costo lavorazioni e diserbo	Costo A (€/ha)	Costo B (€/ha)*	
Costo lavorazioni e diserbo ad ettaro	€/ha	133,3	186,6
Costo lavorazioni e diserbo a pianta	€/pianta	0,6	1,1
Costo lavorazioni e diserbo per Kg di olive	€/Kg	0,03	0,04
% su ricavo totale	%	5%	7%

*stima. Base dati: aziende che hanno effettuato lavorazioni del terreno nel 2010 (95% del campione)
Fonte: Ismea.

Osservando l'incidenza dei fattori che contribuiscono all'operazione di trattamento del terreno e di diserbo si nota come la maggior incidenza sui costi sia costituita dalla forza lavoro, sintomo che il processo risente di una arretratezza tecnologica forte, in queste condizioni di basso impiego di tecnologia risultano avvantaggiate quelle imprese che possono contare sul lavoro offerto da familiari senza essere pagati consentendo dunque alle piccole imprese di ridurre i costi ma non abbastanza da riuscire a competere con le grandi imprese. queste adottano processi di lavorazione del terreno quasi completamente meccanizzati riuscendo così a ridurre al minimo la manodopera(fig.9-a).

Dovendo però utilizzare macchinari l'incidenza di carburanti e manutenzione degli stessi sale notevolmente in confronto alle imprese a conduzione familiare la cui principale incidenza sui costi è ascrivibile proprio al lavoro dei familiari salariato (9. -b).

Fig. 9 – Incidenza percentuale del costo dei fattori produttivi impiegati per la gestione del suolo (%; costo totale A della fase=100; costo totale B della fase =100)



* stima
Base dati: aziende che hanno effettuato lavorazioni del terreno nel 2010 (95% del campione)
Fonte: Ismea.

Analizzando nel dettaglio i costi relativi all'esecuzione delle diverse lavorazioni sul terreno, (fig.10) si può notare come all'aumentare del numero di lavorazioni aumentino anche i costi con una omogeneità di costi tra chi utilizza il lavoro familiare e chi invece adopera lavoro salariato. Le differenze tra lavoro familiare e quello salariato lo si evince quando si sale a 3 e 4 lavorazioni per anno. In questi casi i costi per le imprese familiari rimangono costanti intorno ai 150 euro per ettaro; invece prendendo in considerazione il lavoro salariato i costi per l'impresa aumentano a 179 euro per ettaro nelle tre lavorazioni per poi fare un balzo a 265 euro per ettaro nel caso di 4 lavorazioni annue.

Concimazione

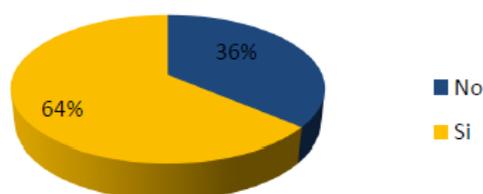
La concimazione è una tecnica colturale che consente di ottenere aumenti produttivi delle piante e prodotti di maggiore qualità.

Le tipologie di concimazione sono di due tipi organica con aggiunta di minerali e solo minerali.

Tale tecnica, senza dubbio importante, ma costosa viene adottata dal 64 % delle imprese intervistate. Analizzando nel dettaglio le dimensioni aziendali si evince come la maggioranza delle grandi imprese, ben l'81% adotti tale tecnica, mentre nelle altre imprese di minori dimensioni si scende al 57%.

Ciò che incide maggiormente sul costo totale della pratica colturale è l'acquisto del concime che si aggira tra l'82 e l'88% del totale. (appendice).

Fig. 18 - Concimazione (%; totale aziende intervistate=100)



Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

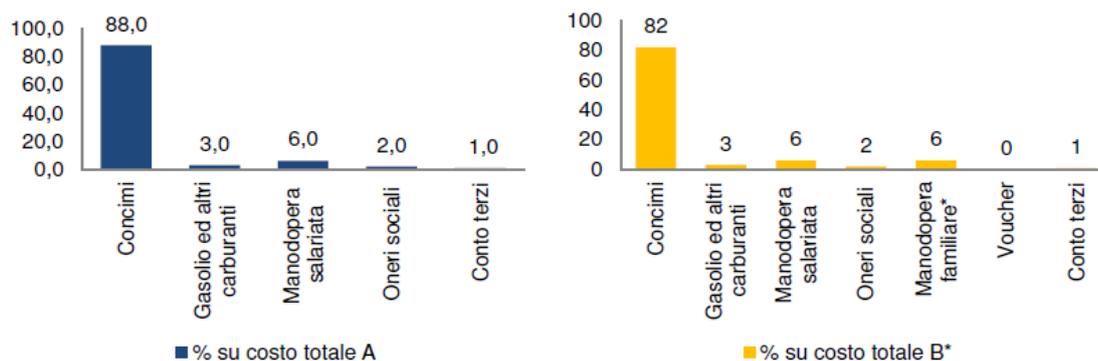
Tab. 25 - Relazione tra la tecnica della concimazione e la classe di SAU (%; classe di SAU olivicola=100)

Classe di SAU	Concimazione		Totale
	No	Si	
[1-2] ha	42,9	57,1	100,0
[2-5] ha	42,9	57,1	100,0
>[5] ha	18,8	81,3	100,0

Base dati: aziende intervistate (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Fig. 19 - Incidenza percentuale del costo dei fattori produttivi impiegati per effettuare la concimazione (%; costo totale A della fase=100; costo totale B della fase =100)



*stima

Base dati: aziende che hanno effettuato la concimazione nel 2010 (64% del campione)

Fonte: Ismea.

Ciò significa che è un costo difficilmente riducibile attraverso meccanizzazione del processo di spargimento, senza dubbio importante su grandi appezzamenti di terreno, ma comunque rimane un costo che incide in minima parte sul costo totale della procedura.

L'unico modo per ridurre il costo della procedura è ridurre il costo dei concimi ad esempio attraverso la potatura con trinciatura dei residui e la loro successiva trasformazione in concime.

Trattamenti fitosanitari

Tali procedure, consistenti nello spargimento di sostanze chimiche sulle piante hanno il fine ultimo di proteggere le piante di ulivo d malattie ed insetti che se lasciato senza controllo portano alla morte della pianta in poco tempo.

Risulta dunque cruciale l'utilizzo di questi trattamenti nel tempo, nonostante i costi ovviamente possano risultare consistenti.

Negli ultimi anni si è assistito in puglia al diffondersi di un virus il cui nome è diventato tristemente noto a partire dal 2008, la Xylella fastidiosa. Tale malattia, che colpisce gli ulivi e in altri ceppi di virus anche altri tipi di piante, si è diffusa senza controllo in tutto il sud della puglia con conseguenze devastanti sui raccolti degli ultimi anni.

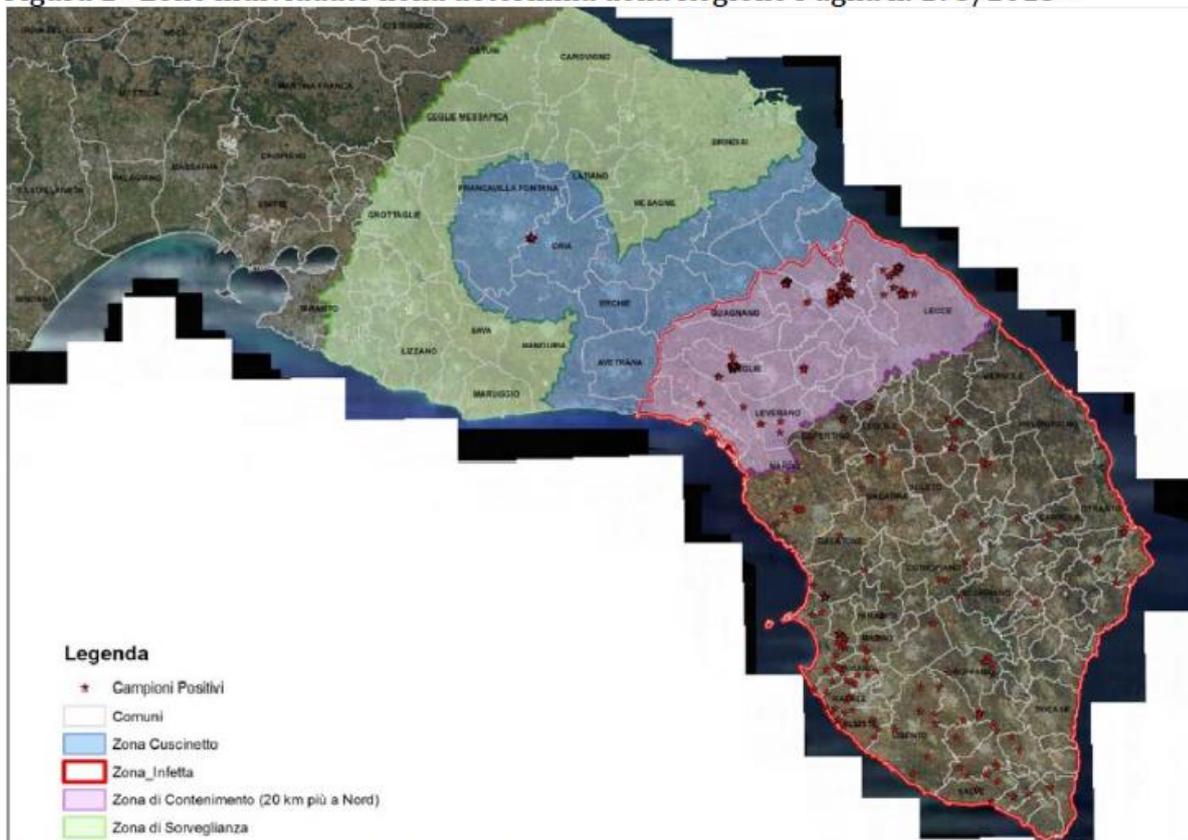
Difatti quando un ulivo viene colpito dal virus l'unico rimedio per evitare il diffondersi della malattia rimane l'abbattimento della pianta e la sua totale distruzione. A partire dal 2008, anno in cui la Xylella cominciò a colpire gli ulivi del Salento, migliaia di alberi sono stati abbattuti, di cui molti secolari, con conseguenze gravi per le imprese, che hanno perso non solo il raccolto dell'anno ma le piante stesse, il cui rimpiazzo è senza dubbio costoso.

Il ministero delle politiche agricole nella relazione al contrasto della Xylella prescrive di effettuare annualmente entro il mese di maggio trattamenti fitosanitari al fine di prevenire il diffondersi della malattia in piante sane.

Per comprendere meglio il rischio a cui si va incontro in assenza di trattamenti fitosanitari basti guardare la mappa della diffusione della Xylella nella regione puglia.

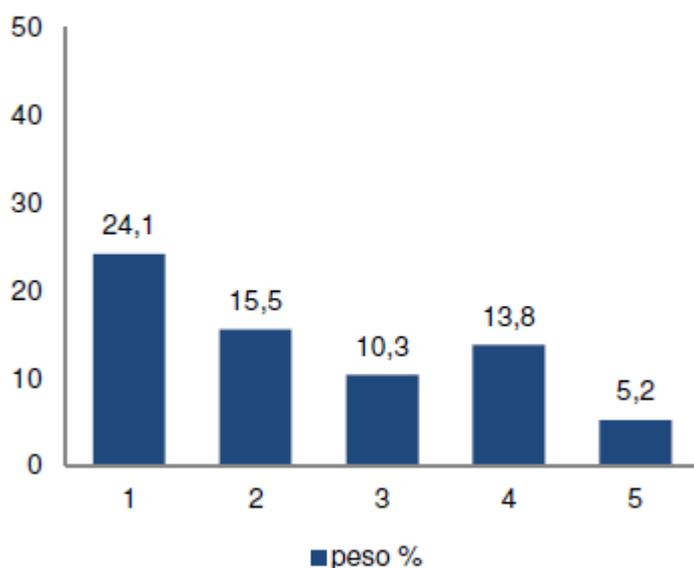
Data l'importanza di questi trattamenti il 71% delle aziende intervistate praticano trattamenti fitosanitari alle loro piante. Il numero di trattamenti effettuati in un anno può cambiare in base alle esigenze delle imprese, comunque non si evince una particolare preferenza delle imprese per un numero preciso di trattamenti

Figura 1 - Zone individuate nella determina della Regione Puglia n. 195/2015 ⁸



Fonte: Regione Puglia - Innova Puglia (2015)⁹

Fig. 24 - Numero di trattamenti fitosanitari effettuati all'anno (aziende)



Base dati: aziende che hanno effettuato trattamenti fitosanitari (71% del campione)

Fonte: Ismea.

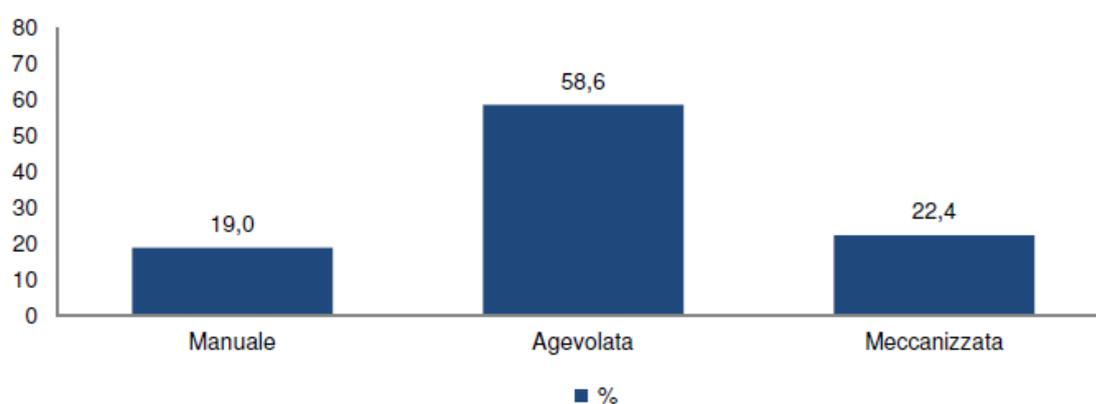
La media di coloro che utilizza tali procedure registra un aumento della produzione rispetto alla media generale. Il costo di questa procedura, indipendentemente dal tipo di trattamento effettuato e dal numero di trattamenti si attesta a 120 euro nelle imprese con dipendenti familiari e sale a 136 per le imprese con lavoratori salariati. L'incidenza sul costo si suddivide in costo del fitofarmaco 36% ed a seguire manodopera con il 26%. Per tali trattamenti risulta importante l'utilizzo di macchinari per un corretto spargimento dei trattamenti.

La raccolta e trasporto

La raccolta delle olive è un processo che può essere attuato tramite diversi metodi che nel tempo si sono sviluppati. grazie all'avvento di macchine sempre più potenti e veloci, il processo è stato reso notevolmente più efficiente, con un risparmio in termini di tempo e di manodopera, riuscendo dunque a ridurre i costi totali per la raccolta delle olive.

Nella fase produttiva del settore oleario si evince come solo il 22% delle aziende agricole effettua la raccolta meccanizzata, mentre il 19% preferisce ancora una raccolta interamente manuale. Questo rappresenta uno dei più importanti punti di debolezza della fase, la mancanza di meccanizzazione, di una forma di standardizzazione del processo che riduca l'intervento umano solo in pochi essenziali passaggi, lasciando il resto alle macchine.

Fig. 29 -Tipo di raccolta (%; totale aziende intervistate=100)



Base dati: aziende intervistate (100% del campione)
Fonte: Ismea.

La causa principale dell'assenza di meccanizzazione di un processo che più di altri ne beneficerebbe è la mancanza di investimenti. Tali investimenti spesso non vengono effettuati per varie ragioni, primo tra questi la mancanza di risorse. È possibile infatti vedere come all'aumentare della grandezza dell'azienda e dunque della sua capacità di reperire risorse, la meccanizzazione di questo processo aumenti considerevolmente. Nella classe di aziende con un terreno superiore ai 5 ettari la raccolta interamente meccanizzata viene adottata dal 56,3% delle imprese mentre scende ad un 10,7% per le imprese tra 2-5 ettari e scende ulteriormente a 7,1% per le imprese con un terreno tra 1 e 2 ettari.

Classe di SAU	(%;Classe di SAU=100)			
	Manuale	Agevolata	Meccanizzata	Totale
	Peso %	Peso %	Peso %	
[1- 2) ha	35,7	57,1	7,1	100,0
[2-5) ha	17,9	71,4	10,7	100,0
>[5 ha	6,3	37,5	56,3	100,0

I costi di tale procedura risultano mediamente molto elevati, calcolando anche i salari dei lavoratori si arriva a 717 euro per ettaro con un ricavo medio del raccolto di 2700 euro per ettaro. Tale procedura incide sul ricavo totale del 29%.

Analizzando nel dettaglio i costi e i ricavi di ciascuna tipologia si nota come il costo delle procedure varino molto a seconda se si tiene conto della manodopera o meno (tabella sotto).

Nel caso in cui si guardi ad imprese a conduzione familiare i costi della procedura passano da 265 euro per ettaro nel caso della raccolta manuale a 610 per la raccolta meccanizzata, questo in quanto nella raccolta manuale non viene considerato il lavoro dei familiari.

Passando invece al caso delle aziende agricole che si avvalgono di lavoro salariato notiamo come la raccolta manuale risulti molto più onerosa della raccolta meccanizzata con ben 921 euro per ettaro contro i 708 euro per ettaro. Questo mostra dunque come l'utilizzo di macchine, che comunque richiedono un investimento iniziale considerevole, apportino degli innegabili benefici.

Tali benefici non si fermano solo ai costi ridotti ma riguardano anche la velocità di raccolta che passa dalle 121 ore per ettaro nella raccolta manuale alle 67 ore per ettaro nella raccolta meccanizzata.

Il processo meccanizzato consente una standardizzazione della raccolta con una effettiva riduzione di errori umani che uniti alla maggiore velocità del processo consentono una maggiore resa delle piante (con un minor spreco di olive).

Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)		Sistema di raccolta		
		Manuale	Agevolata	Meccanizzata
Piante/ha	N°	192	206	240
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta	22	19	26
Tempo di raccolta ad ettaro	ore/ha	121	93	67
Tempo di raccolta a pianta	min/pianta	38	27	17
Costo A (€/ha)	€/ha	265,7	367,7	610,0
Costo B (€/ha)*	€/ha	921,8	737,6	708,8
Ricavo totale olive/olio		1.983,0	2.026,9	3.178,7
% su ricavo totale (costo A)		13%	18%	19%
% su ricavo totale (costo B*)		46%	36%	22%

*stima

Base dati: aziende che hanno effettuato la raccolta delle olive nel 2010 (100% del campione)

Fonte: Ismea.

Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)	Unità di misura		
Piante/ha	N°		223
Ettari	ha		5,1
Produzione olive	Kg/ha		5.145
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta		23
Tempo di raccolta ad ettaro	ore/ha		80
Tempo di raccolta a pianta	min/pianta		22
Ricavi		Ricavo (€/ha)	
Ricavo totale olive olio	€/ha		2.699
Ricavi olive	€/ha		498
Ricavi olio	€/ha		2.200
Valore delle rimanenze finali	€/ha		296
Valore della produzione	€/ha		2.995
Raccolta		Costo A (€/ha)	Costo B (€/ha)**
Costo raccolta ad ettaro	€/ha	527,7	771,2
Costo raccolta a pianta	€/pianta	2,4	3,4
Costo raccolta per Kg di olive	€/Kg	0,1	0,1
% su ricavo totale	%	20%	29%

*stima

Base dati: aziende che hanno effettuato la raccolta delle olive nel 2010 (100% del campione)

Fonte: Ismea.

2.2.2 Analisi dei costi della fase di prima trasformazione

La fase di molitura effettuata in oltre 2000 frantoi sparsi per la penisola è cruciale per la trasformazione delle olive in olio di qualità.

Il processo di molitura può essere effettuato mediante diverse procedure che danno come risultato finale oli di diversa qualità.

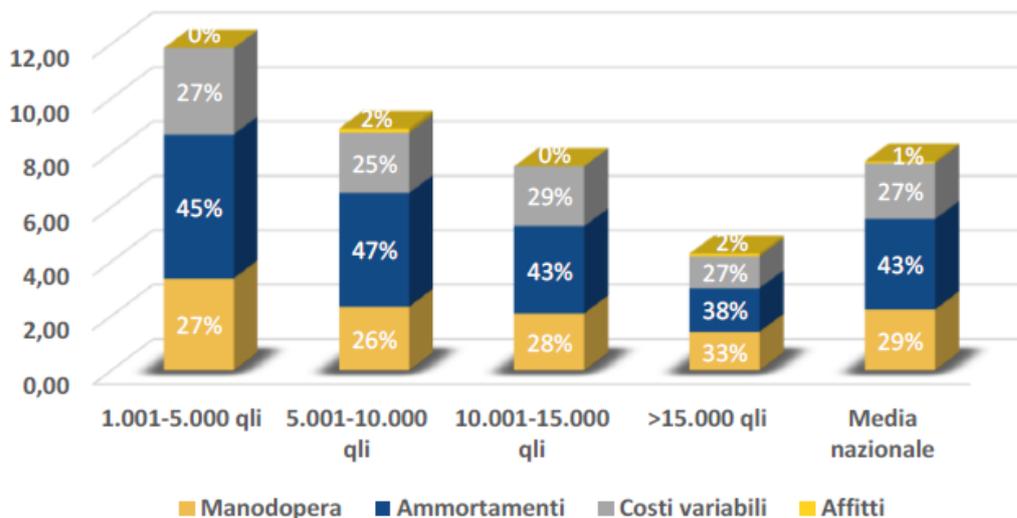
La migliore tecnica di molitura dell'olio risulta essere l'estrazione a freddo delle olive, tale tecnica consiste nella spremitura delle olive con macchinari ad una temperatura non superiore ai 27 gradi. Tale tecnica consente di mantenere invariate le caratteristiche organolettiche dell'olio e di esaltarne il sapore.

Un altro metodo di molitura non più utilizzato in Italia consiste nella molitura tramite estrazione chimica.

Il processo di estrazione a freddo, date le sue innumerevoli qualità ed il forte apprezzamento dei consumatori, è l'unico attualmente utilizzato in Italia.

I costi di tale procedura sono sostanzialmente superiori ad altri metodi di estrazione dell'olio ed analizzando la composizione dei costi di estrazione dell'olio sostenuti dai frantoi(fig.) si evince come il costo vari in base ai volumi di olive trattati dai frantoi.

Fig. 33– Costo della molitura delle olive (€ al quintale) in funzione della classe dimensionale delle aziende e ripartizione % del costo tra le diverse voci che lo compongono



Fonte: Ismea

Mediamente la lavorazione di un quintale di olive costa 7,69 euro.

Analizzando i costi sostenuti divisi in base alla grandezza dei frantoi si vede che i frantoi piccoli sostengono costi pari a 11,85 euro per quintale, superiore alla media nazionale, mentre i frantoi di maggiori dimensioni sostengono costi sempre meno onerosi sino a quelli che trattano quantità di olive superiori ai 15.000 quintali è di appena 4,3 euro al quintale.

La spiegazione di una variazione tanto grande la si può ricercare nella capacità produttiva dell'azienda. All'aumentare della scala dell'azienda e dunque della sua capacità produttiva serviranno sempre meno input (macchinari, manodopera, affitti ecc.) per produrre olive. Dunque, i frantoi all'aumentare della loro scala possono usufruire di economie di scala. La loro Capacità produttiva sovente è sovradimensionata rispetto ai loro volumi, questo lo si evince dall'alta incidenza degli ammortamenti sui costi totali, essendo costi fissi essi dovrebbero avere una incidenza minore se l'impianto venisse utilizzato a pieno regime.

2.3 Difficoltà di accedere al credito

Dall'analisi dei costi effettuata nel precedente paragrafo si evince come alla base di costi di produzione elevati vi sia una patologica mancanza di investimenti da parte delle imprese delle fasi agricole e di prima trasformazione. Questo eccesso dei costi di produzione spiega perché i prezzi di olio nazionale siano superiori a quelli dei competitors stranieri (Spagna, Tunisia) e di conseguenza la perdita di competitività dell'intero settore oleario italiano.

La mancanza di investimenti non dipende solo da inerzia degli imprenditori ma da una patologica mancanza di risorse finanziarie che si protrae oramai da diversi decenni ed aggravatasi con l'ultima crisi economica del 2008.

Fonte dati: Indagine sui costi di produzione e i ricavi dei frantoi oleari, ISMEA, 2010

La crisi del 2008 ha portato le banche italiane a ridurre drasticamente il credito a tutte le aziende italiane ed hanno reso i parametri per accedere al credito molto più stringenti. Questo ha in pratica reso l'accesso al credito del PMI quasi impossibile in quanto essendo piccole e spesso conduzione familiare non posseggono requisiti di fatturato e di garanzie soddisfacenti.

Le PMI dunque non possono accedere al credito, senza il quale non possono fare investimenti. Senza investimenti adeguati la produzione diviene sempre più obsoleta e i costi di produzione aumentano, rendendo i prodotti finiti più costosi e dunque fuori mercato. I ricavi di conseguenza finiscono, i costi rimangono alti e si arriva ad una situazione caratterizzata da imprese con debiti, assenza di risorse finanziarie e di mancanza di credito delle banche. Queste dinamiche hanno creato un circolo vizioso che sta portando il settore oleario verso una crisi irreversibile.

La soluzione ad un problema che sembra irreversibile risiede in un intervento dell'autorità pubblica unito ad una ristrutturazione dell'intero settore dal punto di vista organizzativo e della cultura aziendale come si vedrà nel seguente capitolo.

2.4 La cultura dell'”Adagiarsi”

Un aspetto spesso inesplorato nell'analisi di un settore è la cultura che caratterizza le imprese che operano in tale settore economico.

Nel settore olivicolo -oleario italiano si possono vedere vari modi di agire delle imprese nelle varie fasi produttive. Nell'ultima fase di imbottigliamento e distribuzione le aziende sono per lo più grandi con una cultura imprenditoriale e aperta al mercato e alla competizione internazionale.

Del tutto diversa appare invece la cultura aziendale che caratterizza le PMI della fase agricola e di prima trasformazione.

Come si è potuto vedere le imprese agricole sono per lo più piccole imprese con meno di 250 alberi e di cui 2/3 lavorano per lo più per l'autoconsumo del prodotto oleario.

Queste imprese presentano inoltre una gestione prevalentemente familiare con l'imprenditore che nella maggioranza dei casi ha una età superiore ai 60 anni.

Queste imprese hanno una cultura aziendale data per lo più dalla mentalità antiquato degli imprenditori, che porta le imprese ad abituarsi alla condizione in cui si trovavano nel passato, pensando che l'economia potessero rimanere cristallizzata ad un commercio al dettaglio diretto.

Con l'unione monetaria europea e i vari accordi commerciali con gli altri paesi stranieri, le barriere nazionali al commercio sono con il tempo venute a mancare esponendo il mercato dell'olio d'oliva alla concorrenza straniera, in particolare delle esportazioni di Spagna e Tunisia.

Gli imprenditori, afflitti da inerzia e convinti che nulla mai sarebbe cambiato per loro, li porta a non vedere i cambiamenti che il commercio internazionale avrebbe portato e le sfide che avrebbero dovuto affrontare. Per questo le PMI si sono trovate del tutto incapaci di reagire alla concorrenza straniera.

La concorrenza estera e a seguito di una serie di acquisizioni di imprese italiane da parte di imprese Spagnole porta alla diffusione presso la GDO di olio di qualità inferiore ma anche ad un prezzo decisamente inferiore a quello “artigianale” prodotto dalle PMI.

Per questo motivo e per una crisi che affligge l'Italia dagli anni '90 molti dei consumatori che acquistavano l'olio direttamente dalle aziende agricole preferiscono acquistare olio presso la GDO in modo da risparmiare sul prezzo del prodotto finito.

Le PMI da subito entrarono in crisi, avendo perso la maggioranza dei consumatori, ma nel momento in cui ci si rese conto che innovare era l'unica soluzione per sopravvivere e rispondere alle sfide che la concorrenza estera aveva posto, la crisi nelle PMI era già diffusa e solo con l'intervento dello stato si cerca tuttora di rilanciare un mondo di piccole e medie imprese in grado di produrre olio di alta qualità famoso in tutto il mondo, ma che solo di recente trova l'attenzione dei consumatori.

Bibliografia Capitolo

- Indagine sui costi di produzione delle olive da olio, ISMEA, 2012
- Indagine sui costi di produzione e i ricavi dei frantoi oleari, ISMEA, 2015
- Piano olivicolo oleario 2016, Ministero delle Politiche Alimentari e Forestali, 2016

Capitolo 3

Opportunità di crescita e sviluppo

3.1 Innovare per affrontare nuove sfide

Il settore Oleario italiano versa negli ultimi decenni in una crisi che non sembra avere una sua autonoma conclusione. Le motivazioni di questa situazione le sono state analizzate nel precedente capitolo e mostrano come il settore oleario delle PMI che producono olio di alta qualità stia, gradualmente ed inesorabilmente, morendo, aprendo la strada a industrie dell'agroalimentare che offrono olio di bassa qualità a prezzi concorrenziali.

Per uscire da questo lento declino vi è bisogno che ciascuna impresa intraprenda un percorso di innovazione e rilancio. Tale percorso però deve essere guidato dall'autorità pubblica, anche con l'aiuto della comunità europea, verso l'obiettivo finale di creare un settore oleario di piccole e medie imprese che cooperino tra loro, offrendo prodotti che soddisfino le esigenze di varie categorie di consumatori, a prezzi quanto più competitivi possibile, ottenuti tramite una gestione efficiente e orientata alla riduzione dei costi mantenendo la qualità produttiva ai massimi livelli.

Gli interventi che Stato e imprese devono eseguire possono essere divisi in quattro fondamentali categorie di intervento.

- Interventi sulla struttura produttiva, al fine di incrementare la capacità nazionale e al contempo intervenire per minimizzare i costi mantenendo la qualità.
- Interventi per aumentare la coesione e l'integrazione delle imprese in tutte le fasi produttive, al fine di migliorare i rapporti tra i vari attori della filiera dal punto di vista orizzontale che verticale.
- Qualificazione del prodotto e meccanismi di protezione dei prodotti, qualificare il prodotto con opportune certificazioni e proteggerlo da imitazioni e contraffazioni.
- Comunicazione e marketing, al fine di elevare la consapevolezza dei consumatori sui benefici dell'olio di qualità.

3.1.1 Interventi sulla struttura produttiva

L'obiettivo che si pone un intervento di questo tipo è di recuperare la capacità produttiva delle imprese agricole e dei frantoi persi negli anni a causa dell'obsolescenza dei macchinari e delle strutture, evitare l'abbandono di aree e piante produttive ed infine ridurre i costi senza compromettere la qualità del prodotto finito.

Nel dettaglio gli interventi vedono una messa in atto in due fasi.

Nella prima fase l'obiettivo è quello di comprendere i fabbisogni di ciascun territorio ed impresa della filiera. Sarà dunque necessario effettuare sondaggi, studi sul campo ed indagini di mercato di ogni tipologia di olio venduto.

Difatti si dovrà creare una mappa della penisola individuando per ciascuna area ed impresa i bisogni che ciascuna presenta, bisogni che sono stati analizzati nel precedente capitolo, come bisogni di risorse finanziarie, interventi di ammodernamento e riduzione dei costi.

Sarà inoltre opportuno, al fine di creare un settore competitivo e pronto alle sfide del commercio internazionale, analizzare le preferenze dei consumatori per quanto riguarda l'olio. Preferenze che vanno da caratteristiche organolettiche ai prezzi di vendita.

Nella penisola italiana ogni area geografica presenta una produzione di olio con caratteristiche organolettiche differenti dalle altre. ad esempio ciascun olio presenta caratteristiche al profumo e all'assaggio che lo rendono distinguibile dagli altri oli.

Sarà dunque cruciale comprendere le preferenze dei consumatori in modo da accrescere la produzione di oli che incontrano i favori dei consumatori e ridurre se non eliminare altre produzioni, come la produzione di olio lampante, la cui produzione è eccessiva rispetto alle richieste del mercato.

La seconda fase prevede la messa in pratica di interventi volti a risolvere i bisogni che le imprese hanno mostrato nella precedente analisi.

In particolare, diverse analisi hanno mostrato come gli interventi debbano concentrarsi in:

- investimenti in ristrutturazione/riqualificazione e ammodernamento degli impianti, reimpianto di oliveti e sostegno a progetti;
- Creazione di cooperative e associazioni che possano creare una maggiore integrazione tra le aziende della filiera.
- Formazione degli olivicoltori grazie alla capillare presenza sul territorio delle varie associazioni dei produttori e delle cooperative che possono favorire la condivisione di esperienza tra le aziende, consentendo dunque la possibilità di far sfruttare economie di esperienza a tutte le aziende membri di associazioni e cooperative;
- Coordinamento fra le strutture di ricerca e i soggetti che rappresentano le esigenze delle imprese produttive e di trasformazione. In modo tale che la ricerca possa rispondere nel miglior modo possibile ai bisogni delle aziende.
- Promuovere e facilitare l'aggregazione delle imprese nella fase di prima trasformazione. In tal modo è possibile raggiungere una riduzione dei costi, un maggior efficientamento della produzione e il raggiungimento dei volumi di produzione.
- Strumenti finanziari gestiti dalle cooperative ed associazioni e facilità nell'accesso al credito in modo da favorire interventi di ammodernamento della produzione.

3.1.2 Interventi per aumentare la coesione delle imprese fra tutte le fasi della filiera

L'obiettivo di interventi in questa direzione è volto alla creazione di una maggiore integrazione verticale ed orizzontale tra le imprese della filiera. Motivi che spingono un tale intervento sono volti alla riduzione dei costi di produzione grazie alla possibilità di usufruire di economie di scala e di esperienza.

L'integrazione verticale della filiera in poche imprese o in cooperative di piccole e medie imprese porta l'Inter settore a ridurre gli sprechi ed i costi eccessivi che si verificano quando per ottenere il prodotto finito il processo venga diviso in un numero elevato di passaggi affidato a diverse imprese.

L'integrazione porterà le imprese a collaborare tra loro al fine, di perseguire degli obiettivi comuni; cosa che ad oggi, la frammentazione del settore, non consente di realizzare.

Le imprese difatti per rimanere competitive sul mercato necessitano di avere a livello di filiera una forma di organizzazione che porta le imprese non più ad essere in competizione tra loro o a perseguire obiettivi diversi (come l'auto consumo) ma a lavorare congiuntamente per raggiungere i medesimi obiettivi, ossia quelli di lavorare come un'unica grande impresa.

In tal modo per le imprese sarà possibile:

- Raggiungere i volumi di produzione richiesti dal mercato a costi di produzione minimi
- Ottenere un potere contrattuale nei confronti della GDO, riuscendo a mostrarsi alla controparte come un'unica impresa rispetto ad un elevato numero di piccole medie imprese indipendenti le une dalle altre. Per le imprese sarà dunque più facile ottenere termini contrattuali a loro favorevoli.

La creazione di cooperative e associazioni di settore consentirà di creare un soggetto forte che possa facilitare l'accesso al credito a tutte le piccole imprese, facendosi da garante presso istituti di credito o fornire essi stessi credito ai soci. In tal modo le imprese potranno effettuare interventi di ammodernamento e sviluppo dei macchinari altrimenti impossibili da attuare senza le risorse finanziarie opportune.

3.1.3 Qualificazione del prodotto e meccanismi di protezione

I sistemi di qualificazione dell'olio nascono per dare la possibilità di confermare attraverso una certificazione il luogo di provenienza del prodotto e assicurare il rispetto di determinati standard qualitativi dei prodotti.

Con il tempo sono nate differenti certificazioni, queste in 'passato hanno riscontrato un tiepido successo presso i consumatori. Negli ultimi anni invece i prodotti dotati di certificazione di provenienza o di qualità hanno riscontrato notevole successo. Il motivo di questo è da ricercarsi ad un crescente interesse da parte dei consumatori verso i prodotti considerati "salutari" come i prodotti biologici.

Le certificazioni hanno assunto negli ultimi tempi un ruolo di garanzia per i consumatori che cercano prodotti di alta qualità ed originali di un determinato territorio.

Un problema che si è diffuso in tutto il mondo e che colpisce principalmente i prodotti agroalimentari italiani è la falsificazione, pratica che consiste nella vendita di prodotti privi di certificazione e senza essere stati sottoposti a controlli qualitativi, spacciandoli per originali.

Tali procedure, ovviamente illegali, comportano non solo un danno per i consumatori che vengono truffati ma soprattutto costituiscono un enorme danno economico per le imprese produttrici dei prodotti originali che vengono private della clientela. Le imprese difatti investono enormi risorse per fornire prodotti di elevata qualità, sottoponendoli a costanti controlli di qualità e sostenendo le spese per la certificazione. Le falsificazioni privano dunque le imprese delle vendite necessarie a coprire i costi e a fornire loro un giusto utile.

Il ruolo delle certificazioni riveste dunque un ruolo nuovo, non solo nel fornire certezze riguardo determinate caratteristiche qualitative, ma altrettanto importante nel certificare l'originalità del prodotto.

Per rispondere al crescente interesse dei consumatori nella qualità del prodotto, in molti chiedono che venga creata e regolamentata una apposita certificazione che consenta di identificare un prodotto italiano e che fornisca certezza riguardo alla qualità dello stesso e che prescindano dalla indicazione geografica del prodotto.

Nel settore oleario le certificazioni più importanti riguardano la certificazione del luogo di origine, quali DOP (denominazione di origine protetta) e IGP (indicazione geografica protetta) e la qualità del prodotto quali i certificati ISO e il certificato ICEA, garanzia di una coltivazione biologica dell'olio.



Certificazione DOP



Certificazione IGP



Certificazione ICEA

Gli interventi che si rendono utili per sviluppare il sistema delle certificazioni sono:

- Incrementare e valorizzare la produzione di olio a marchio Dop/Igp rivedendo, ove serve, i disciplinari per allinearli ai livelli più alti di qualità;
- Operare nell'ottica del potenziamento operativo e della maggior efficacia dei Consorzi di tutela in chiave mercato sia interno che estero;
- Abbattere i costi di certificazione in modo da rendere più appetibile la produzione di un prodotto certificato;
- Rivedere i disciplinari produttivi in maniera tale che oltre alla tutela dell'origine la Dop sia anche una maggior garanzia delle qualità intrinseche del prodotto (abbassare alcuni parametri come acidità, ecc.);

- Maggiore formazione ai produttori e ai rappresentanti dei consorzi affinché si possa commercializzare il prodotto e valorizzare il territorio che rappresentano anche fuori dai confini regionali e all'estero;
- Maggiore segmentazione qualitativa. Il prodotto olio extravergine va segmentato, anche in termini normativi, a seconda delle diverse caratteristiche organolettiche (acidità, polifenoli, ecc.) e creazione di un disciplinare di produzione che possa essere riconducibile al regolamento (UE) 1305/2013 art. 16 lettera c;
- Intensificare l'attenzione alla qualità del prodotto ottenuto favorendo anche investimenti in innovazione e modernizzazione dei frantoi oleari anche nel maggior rispetto dell'ambiente. attraverso impianti di trasformazione e ciclo chiuso con zero emissioni e autonomia energetica
- Valorizzazione della ricchezza varietale anche mettendo a sistema tutti i dati già inseriti nel sito del Piano di settore Olivicolo-oleario. Per una maggior diffusione dei dati e delle informazioni relativi alle caratteristiche delle differenti cultivar si ritiene opportuno divulgare le informazioni anche con altre forme diverse dal DB attualmente esistente;
- Attivare innovative modalità di presentazione e vendita del prodotto sia nelle canele Retail che in quello HORECA.

3.1.4 Incremento della comunicazione e marketing

Nel futuro del settore oleario la comunicazione riveste un ruolo importante. nel mercato attuale la diffusione di prodotti standardizzati e a basso costo è sempre più diffusa. Il settore oleario italiano del resto non punta a prodotti di media qualità, per cui è fondamentale per la corretta diffusione dell'olio di qualità una corretta comunicazione che informi e istruisca i consumatori ai benefici, scientificamente provati, dell'olio prodotto in Italia nel rispetto di elevati standard qualitativi.

Gli interventi in tal senso saranno:

Creazione di campagne marketing di informazione per sensibilizzare i consumatori sui benefici derivanti dall'acquistare e consumare prodotti oleari di qualità. In particolare, si dovranno mostrare i benefici di una corretta dieta mediterranea accompagnata da un olio italiano di qualità e ancor meglio se derivato da olive ottenute da agricoltura biologica.

I mezzi di informazione più indicati per una tale campagna devono essere i più indicati al tempo odierno, dunque campagne social di informazione, spot su piattaforme di riproduzione video, quali YouTube, e campagne televisive.

3.2 Piano di settore olivicolo oleario 2016

Il Governo italiano nell'ottica di risollevarne le sorti del settore oleario ha creato insieme alle associazioni di categoria un piano oleario nazionale che cerchi di unire il settore nel raggiungimento di obiettivi comuni a tutta la filiera.

Il piano elenca puntualmente gli obiettivi che intende perseguire:

- incrementare la produzione nazionale di olive e di olio extravergine di oliva, senza accrescere la pressione sulle risorse naturali e sulla risorsa idrica, attraverso la razionalizzazione della coltivazione degli oliveti tradizionali, il rinnovamento degli impianti e l'introduzione di nuovi sistemi colturali che concilino la sostenibilità ambientale con quella economica, anche con riferimento all'olivicoltura a valenza paesaggistica, di difesa del territorio e storica;
- sostenere e promuovere attività di ricerca per accrescere e migliorare l'efficienza dell'olivicoltura italiana;
- sostenere iniziative di valorizzazione del made in Italy e delle classi merceologiche di qualità superiore certificate dell'olio extravergine di oliva italiano, anche attraverso l'attivazione di interventi per la promozione del prodotto sul mercato interno e su quello internazionale;
- stimolare il recupero varietale delle cultivar nazionali di olive da mensa in nuovi impianti olivicoli integralmente meccanizzabili;
- incentivare e sostenere l'aggregazione e l'organizzazione economica degli operatori della filiera olivicola, in conformità alla disciplina delle trattative contrattuali nel settore dell'olio di oliva prevista dal regolamento (UE) n. 1308 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013.

Il piano oleario del 2016 ha un proposito propulsivo del settore spingendolo fuori dalla crisi in cui versa, cercando di renderlo competitivo sul mercato nazionale ed internazionale.

Il fondo stanziato per il piano dal decreto legislativo 51 del 2015 ammonta a 32 milioni di euro da usare per il periodo 2016-2017. Tale stanziamento si prefigge di finanziare gli interventi previsti nel piano dividendo gli stanziamenti per obiettivi da raggiungere. In taluni casi gli stanziamenti risultano inferiori a quanto necessario per perseguire tutte le iniziative proposte per questo andranno dunque ad essere complementari a risorse stanziate in altri progetti con finalità simili a quelle del piano oleario.

Gli stanziamenti sono così suddivisi come è possibile vedere in tabella 1 e 1-bis.

Obiettivi	Importi assegnati	2015	2016	2017
Obiettivo A) Incremento produttività	€ 9.000.000,00	€ 500.000,00	€ 4.500.000,00	€ 4.000.000,00
Obiettivo B) Ricerca, sviluppo e innovazione	€ 7.000.000,00	€ 2.500.000,00	€ 2.000.000,00	€ 2.500.000,00
Obiettivo C) Qualità e tracciabilità	€ 2.400.000,00		€ 1.200.000,00	€ 1.200.000,00
Obiettivo D) Olive da mensa	€ 2.000.000,00	€ -	€ 1.000.000,00	€ 1.000.000,00
Obiettivo E) Aggregazione ed organizzazione economica	€ 11.600.000,00	€ 1.000.000,00	€ 5.300.000,00	€ 5.300.000,00
Totale	€ 32.000.000,00	€ 4.000.000,00	€ 14.000.000,00	€ 14.000.000,00

Obiettivi	Importi assegnati		2016	2017
Obiettivo A) Incremento produttività	€ 9.000.000,00		€ 4.500.000,00	€ 4.000.000,00
<i>residui di competenza 2015</i>			€ 500.000,00	
Obiettivo B) Ricerca, sviluppo e innovazione	€ 7.000.000,00		€ 2.000.000,00	€ 2.500.000,00
<i>residui di competenza 2015</i>			€ 2.500.000,00	
Obiettivo C) Qualità e tracciabilità	€ 2.400.000,00		€ 1.200.000,00	€ 1.200.000,00
<i>residui di competenza 2015</i>			€ -	
Obiettivo D) Olive da mensa	€ 2.000.000,00		€ 1.000.000,00	€ 1.000.000,00
<i>residui di competenza 2015</i>			€ -	
Obiettivo E) Aggregazione ed organizzazione economica	€ 11.600.000,00		€ 5.300.000,00	€ 5.300.000,00
<i>residui di competenza 2015</i>			€ 1.000.000,00	
Totale	€ 32.000.000,00		€ 18.000.000,00	€ 14.000.000,00
		di cui residui di competenza 2015	€ 4.000.000,00	

Il decreto attuativo del piano oleario del 2016 prevede che gli interventi siano gestiti dal Ministero delle politiche agricole “mediante provvedimenti che, caso per caso, individuano l’ammontare delle risorse assegnate, le condizioni di ammissibilità, le spese ammissibili, la forma e l’intensità delle agevolazioni, nonché i termini e le modalità per la presentazione di eventuale domande e per la concessione ed erogazione degli aiuti; sia effettuato il monitoraggio dell’impiego delle risorse e del raggiungimento degli obiettivi. Se dal monitoraggio emerge che le risorse assegnate su un singolo obiettivo manifestano difficoltà nell’essere utilizzate si provvede alla loro rimodulazione in favore degli altri obiettivi”.

Incremento produttività

Il settore oleario si presenta, come detto in precedenza, molto frammentato. Tale problematica comporta difficoltà nel raggiungere adeguati volumi di produzione e di conseguenza adeguati livelli di redditività.

A tal proposito si intende con il piano oleario mappare il territorio suddividendolo in aree produttive omogenee dal punto di vista del tipo di produzione operata e dai bisogni che manifestano in modo da intervenire uniformemente in ciascuna area.

Gli interventi specifici vengono poi decisi nel tavolo di indirizzo e monitoraggio e attuate dal HIPAA.

In particolare, il decreto attuativo prevede che le singole decisioni siano previste in tre ambiti fondamentali:

1. programma di **ricerca e sviluppo** a livello nazionale finalizzato alla definizione di modelli produttivi specifici per le diverse olivicolture territoriali, per il trasferimento e l'applicazione delle più recenti innovazioni e risultati della ricerca indirizzati all'incremento dei volumi e della qualità della produzione nazionale;
2. costituzione, promozione e adesione ad un **regime di qualità certificato** per la filiera olivicola ad elevato carattere di sostenibilità nelle fasi della coltivazione, della trasformazione e della commercializzazione. Questo comporta una certificazione per i consumatori sulla qualità e sull'origine dei prodotti, certificazione per cui si è disposti a pagare di più se si ha una adeguata sensibilizzazione sull'argomento.
3. agevolazioni alle reti di imprese, per la realizzazione di investimenti compresi nel programma comune di rete coerenti con l'obiettivo del Fondo.

I possibili interventi specifici che si prenderanno in esame per il finanziamento sono:

1. Coordinamento nazionale

- Mappatura dei fabbisogni specifici dei territori: definizione degli interventi per aree olivicole omogenee.
- Linee guida tecniche che supportino l'attuazione del progetto integrato di sviluppo dell'olivicoltura nazionale
- Formazione degli operatori e diffusione delle informazioni

2. Interventi nella fase agricola

- Ristrutturazione, ammodernamento e ampliamento delle colture mediante nuovi impianti, reimpianto di nuovi alberi per favorire l'infittimento delle colture, lo sviluppo di impianti intensivi ad alta densità e sviluppo della meccanizzazione nei vari processi della fase. (come potature, raccolta ecc.).
- Recupero della produttività degli impianti olivicoli tradizionali e di quelli abbandonate con la diffusione di innovative tecniche di coltivazione e di conduzione
- Forme di sostegno alle imprese olivicole che partecipano ai processi di ristrutturazione e recupero della produttività.

3. Integrazione verticale ed orizzontale

- l'aggregazione delle aziende in cooperative che forniscano supporto ed incentivi per la meccanizzazione e per i sistemi di gestione collettiva della produzione; in grado di assicurare una conduzione degli oliveti secondo criteri di efficienza e nel rispetto dell'ambiente.

4. Elaborazione di un disciplinare unico nazionale di filiera che adotti criteri di sostenibilità ed efficienza quale base per un regime di qualità legato al processo (e non al prodotto); Ambito della trasformazione:

- Adozione di tecnologie innovative di estrazione meccanica a freddo degli oli vergini di oliva nelle aree di produzione, così da ridurre i costi di trasporto e preservare le caratteristiche organolettiche delle olive.
- Ampliamento delle strutture di stoccaggio e confezionamento.
- Ammodernamento e/o ampliamento degli impianti di confezionamento per prodotti di qualità certificata gestiti dalle cooperative.
- Valorizzazione dei sottoprodotti dell'industria olearia (come la colza). Utilizzo dei sottoprodotti ad uso energetico e per la chimica verde. Creare una normativa che regoli la creazione, e la gestione dei sottoprodotti della filiera olivicola, in modo da assicurare le caratteristiche dei sottoprodotti, come la provenienza e la composizione.
- Assistenza tecnica e tutoraggio per agevolare l'adesione ai regimi di certificazione e per l'applicazione dei criteri di sostenibilità da parte delle cooperative a cui le imprese agricole aderiscono.

Ricerca, sviluppo e innovazione

L'avvicinamento del mondo della ricerca alle reali esigenze del mondo produttivo e il trasferimento dei risultati della ricerca verso quest'ultimo è un'azione strategica fondamentale per acquisire competitività sul mercato internazionale e nazionale.

Il progetto favorisce la ricerca e lo sviluppo per porre rimedio ai principali problemi che affliggono il settore, di seguito brevemente riassunti (per una analisi dettagliata vedere cap.2).

- **Produzione primaria**, gli elevati costi di produzione per oliveti di tipo tradizionale e scarsamente produttivi e la frammentazione aziendale; approccio di tipo conservativo con scarsa diffusione di criteri innovativi, difficile adattabilità alla meccanizzazione, ridotta fertilità dei terreni, costi di irrigazione e inefficiente utilizzo della risorsa acqua e scarsa difesa da organismi nocivi (come la *Xylella fastidiosa*).

- **Fase di trasformazione**, scarso accesso al credito per acquistare macchinari per la molitura più efficienti e dalla resa maggiore;
- **Mercato, commercializzazione e consumi**: prezzi dell'olio di oliva nel mercato mondiale al disotto dei costi medi di produzione, perdita di competitività sul mercato nazionale e internazionale, complessità degli adempimenti normativi lungo la filiera, scarsa informazione ai consumatori sulle caratteristiche qualitative degli oli.

La ricerca effettuata presso università e centri di ricerca per essere efficace deve mantenere un rapporto continuo con il mondo delle imprese sin dalla ricerca di base fino all'implementazione del risultato della ricerca con le imprese. Il vero ostacolo che spesso si frappone tra una innovazione e le imprese che ne potrebbero beneficiare risiede nella scarsa comunicazione tra il mondo della ricerca e quello dell'imprenditoria. Questo comporta alle volte che le imprese trovino difficoltà nell'implementazione di un'innovazione al processo produttivo ad esempio a causa di differenze tecnologiche difficilmente eliminabili o l'incompatibilità del processo produttivo con l'innovazione appena sviluppata.

Qualità e tracciabilità del prodotto

Il decreto attuativo prevede i seguenti principali interventi:

realizzazione di campagne informative, di programmi di comunicazione istituzionale e di educazione del consumatore su temi della salute e della qualità del prodotto, con campagne promozionale ed informative sul mercato interno ed esterno per i prodotti oleari.

Gli interventi per una maggiore qualificazione del prodotto saranno incentrati su:

1. Segmentazione del prodotto

- Aumentare la quota di extra vergine valorizzando le produzioni DOP, IGP, BIO e Produzione integrata;
- Accompagnare il miglioramento della qualità con l'implementazione di criteri di sostenibilità nella filiera olivicola, anche con l'istituzione di un marchio nazionale sugli oli extravergini di qualità "sostenibile";
- Sviluppare la produzione integrata di olio extravergine anche per favorire ulteriormente la collocazione degli oli di produzione nazionale sui mercati internazionali.

2. Interventi delle imprese

- Intensificare l'attenzione alla qualità del prodotto ottenendo favorendo investimenti in innovazione e modernizzazione dei frantoi oleari anche nel maggior rispetto dell'ambiente attraverso impianti di trasformazione e ciclo chiuso con zero emissioni e autonomia energetica;

- Recuperare quote oggi indisponibili di extravergine e valorizzare anche l'olio lampante portandolo a livelli qualitativi analoghi a quello spagnolo così da fargli ottenere prezzi migliori.
- Incrementare e valorizzare la produzione di olio a marchio Dop/Igp:
 - rivedere, ove serva, i disciplinari per allinearli ai livelli più alti di qualità;
 - rivedere i disciplinari produttivi in maniera tale che oltre alla tutela dell'origine la Dop sia anche una maggior garanzia delle qualità intrinseche del prodotto (abbassare alcuni parametri come acidità, ecc.);
- Operare nell'ottica del potenziamento operativo e della maggior efficacia dei Consorzi di tutela in chiave mercato sia interno che estero;
- Abbattere i costi di certificazione in modo da rendere più appetibile la produzione di un prodotto certificato;
- Maggiore segmentazione qualitativa. Il prodotto olio extravergine va segmentato, anche in termini normativi, a seconda delle diverse caratteristiche organolettiche (acidità, polifenoli, ecc.) e creazione di un disciplinare di produzione conforme al regolamento (UE) 1305/2013, art. 16, lettera c;
- Valorizzazione della ricchezza varietale anche mettendo a sistema tutti i dati già inseriti nel sito del Piano di settore Olivicolo-oleario. Per una maggior diffusione dei dati e delle informazioni relativi alle caratteristiche delle differenti cultivar si ritiene opportuno divulgare le informazioni anche con altre forme diverse dal Data Base attualmente esistente.

3. **Promozione prodotto olio certificato**

- Sostenere la **promozione dell'olio d'oliva italiano sui mercati esteri** attraverso gli strumenti e le risorse destinate alla promozione, al fine di incrementare la visibilità presso i consumatori/operatori commerciali stranieri e favorire così una maggiore internazionalizzazione delle produzioni e delle imprese italiane.
- Attivare innovative modalità di presentazione e vendita del prodotto sia nel canale Retail che in quello HORECA.

4. **Attività di informazione e comunicazione istituzionale**

- Promuovere azioni di educazione e di informazione alimentare rivolte ai consumatori che evidenzino le caratteristiche salutistiche e nutrizionale dell'olio di oliva extravergine italiano di qualità certificata.
- Contribuire ad un percorso di promozione del consumo "consapevole e di qualità" coinvolgendo anche gli altri canali consueti di consumo come la ristorazione e la distribuzione organizzata.

Aggregazione ed organizzazione economica

Il decreto attuativo prevede i seguenti principali interventi:

elaborazione ed attivazione di misure di sostegno idonee ad agevolare l'accesso al credito per favorire la concentrazione della produzione attraverso le organizzazioni di produttori e le associazioni di organizzazioni di produttori riconosciute;

definizione del quadro giuridico per l'attribuzione di agevolazioni atte a sostenere lo sviluppo e il consolidamento delle relazioni contrattuali tra le diverse fasi della filiera, anche ai sensi dell'articolo 169 del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013.

Declinazione degli interventi e delle possibili azioni attuative

1. Aggregazione ed organizzazione economica dei produttori

- Attivazione di forme di agevolazione e di sostegno per la costituzione di capitale circolante necessario per “aggregare” e concentrare il prodotto. Sostenere l'aggregazione della produzione consolidando e sviluppando ulteriormente il ruolo dell'organizzazione dei produttori (O.P.) e delle loro associazioni nazionali (A.O.P.).
- Sostenere la capacità di aumento dello stoccaggio e delle necessità di logistica avanzata quando volte alla concentrazione della produzione attraverso le O.P./A.O.P. nel rispetto anche dell'articolo 169 del regolamento (UE) 1308/2013
- Procedure di semplificazione delle attività di controllo lungo la filiera

Al fine di favorire l'aggregazione del comparto attraverso la costituzione di strutture verticali (cooperative, consorzi, O.P., A.O.P. ecc.) per rendere il sistema olivicolo italiano più competitivo e più reattivo alle dinamiche di mercato, è necessario sviluppare interventi che elevino il grado di attrattività delle O.P. e delle A.O.P. I soggetti associati sono chiamati oggi a svolgere un'azione di rinnovamento del loro ruolo. È quindi necessario dare loro una chiave e uno strumento strategico per lo svolgimento dei compiti ad esse assegnati: il necessario **capitale circolante iniziale** per l'acquisizione del prodotto dai propri soci, il momentaneo stoccaggio, la contrattazione e la successiva cessione nei termini di un accordo di filiera che sta lentamente maturando tra gli operatori ai diversi livelli di filiera.

L'accesso al credito sarà realizzato attraverso più strumenti:

1. l'attivazione di un Fondo rischi;
2. l'erogazione di una garanzia accessoria sul prestito a costi agevolati;
3. la possibile attivazione di un contributo in conto interessi (previa verifica della fattibilità).

Gli interventi compatibili e funzionali all'attivazione dei predetti strumenti possono essere:

di natura contributiva (riduzione del costo di garanzia e degli interessi);

attivazione di specifici strumenti finanziari agevolanti la gestione di finanza di impresa (Fondo rischi a copertura del capitale circolante assicurato).

Sarà valutata in corso d'opera la possibilità di accendere, presso le O.P., anche un fondo di mutualizzazione ai sensi della vigente normativa comunitaria.

Le azioni relative al presente obiettivo saranno definite nell'ambito del "Tavolo di indirizzo e monitoraggio" e attuate dal Mipaaf.

3.3 Strumenti per favorire l'accesso al credito

Il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, al fine di favorire l'accesso al credito bancario delle imprese agricole, ha stanziato alcune risorse da utilizzare, nel rispetto del regime del "de minimis", ad abbattimento dei costi delle commissioni di garanzia dovute per il rilascio della garanzia a prima richiesta Ismea.

Il Fondo di Garanzia a prima richiesta

Dal 1° marzo 2013 è stata avviata l'attività di concessione di contributi alle aziende del settore olivicolo oleario per l'abbattimento dei costi delle commissioni di garanzia del Fondo di Garanzia a prima richiesta. Alla luce dell'adozione del nuovo regime "de minimis", l'attività di concessione di contributi alle aziende del settore olivicolo oleario per l'abbattimento dei costi delle commissioni di garanzia del Fondo di Garanzia a prima richiesta è stata prorogata sino al 31.12.2015, recependo il nuovo regime di aiuti e pertanto consentendo l'abbattimento del costo delle commissioni di garanzia sino ad un massimo di 15.000 euro.

Ismea, tramite Fondo di Garanzia gestito dalla propria società Sgfa, fornisce garanzie a fronte di mutui bancari agli imprenditori agricoli che non dispongono delle garanzie necessarie per potere accedere al credito. Si tratta di una garanzia a prima richiesta che viene inoltrata per conto dell'agricoltore dalla banca erogante (fideiussione) o dai confidi, i quali, in questo secondo caso, affiancano la garanzia Ismea con una propria analoga (cogaranzia). La garanzia Ismea:

- favorisce l'accesso al credito delle aziende agricole integrando le garanzie dell'impresa e abbattendo gli spread applicati dalle banche;
- non è considerata dalla UE come aiuto di stato e pertanto è compatibile con altri aiuti comunitari e nazionali (PSR; incentivi regionali, etc.);
- è contro garantita in ultima istanza dallo Stato Italiano e, di conseguenza, Banca d'Italia ha stabilito che i finanziamenti garantiti da Sgfa hanno ponderazione zero ai fini del patrimonio di vigilanza e della concentrazione del rischio.

Beneficiari:

- Possono accedere al Fondo di Garanzia gli imprenditori agricoli di cui all'art.1 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 nello svolgimento di attività agricole, connesse e collaterali. In merito alla finalità dell'operazione, sono garantibili tutti i finanziamenti a breve, medio e lungo termine rivolti a:
 - opere di miglioramento fondiario
 - interventi di ricerca, sperimentazione e innovazione tecnologica (comprese le energie rinnovabili)
 - costruzione, acquisizione e miglioramento di beni immobili
 - acquisto di macchine, attrezzature e bestiame
 - ristrutturazione dei debiti aziendali
 - conduzione/liquidità.

Il Fondo di garanzia per il settore olivicolo-oleario

Il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, al fine di favorire ulteriormente l'accesso al credito bancario del settore olivicolo-oleario, ha stanziato € 1.000.000 da utilizzare come contributo per il pagamento della commissione di garanzia.

Dal 1° marzo 2013 gli imprenditori agricoli, le Cooperative agricole e loro Consorzi, le società agricole (semplici e di capitali) operanti in via prevalente nel settore oleicolo e che fanno richiesta di garanzia, hanno diritto ad un abbattimento della commissione fino a € 15.000, pari al valore massimo consentito dal "de minimis" in agricoltura.

Pertanto, nel caso in cui la commissione avesse un valore inferiore a tale limite, la garanzia non avrebbe costi per il produttore oleicolo mentre, nel caso in cui risultasse superiore, il costo sarebbe dato dalla relativa differenza.

Modalità e limiti di intervento

Sgfa garantisce fino 70% del finanziamento richiesto in banca (elevabile all'80% nel caso di giovani imprenditori agricoli) per un valore massimo, in valore assoluto garantito, di € 1.000.000 per le micro e le piccole imprese e € 2.000.000 per le medie imprese. La domanda di garanzia viene inoltrata dalla banca (o confidi) via web (senza invio di documentazione cartacea) e si conclude con la firma da parte dell'imprenditore della proposta di garanzia. L'importo della commissione di garanzia viene determinato in sede di istruttoria sulla base delle caratteristiche del richiedente e del finanziamento (rating attribuito all'azienda, finalità e durata del finanziamento) e corrisposta in un'unica soluzione all'atto dell'erogazione (rateizzabile a determinate condizioni in caso di valori superiori a € 10.000).

3.3.1 Progetto OLEA

Soggetto Proponente

Dipartimento di Produzione Vegetale, Università degli Studi della Tuscia

Importo: contributo concesso di € 999.999,00 pari al 99% circa del costo ammesso di € 1.010.100,00

Partner Coinvolti

- Università degli Studi di Viterbo, Dipartimento di Produzione Vegetale e Dipartimento di Agrobiologia ed Agrochimica, Viterbo, *Rosario Muleo, Eddo Rugini, Maurizio Ruzzi* (UNITUS)
- Consiglio Nazionale per le Ricerche, Istituto di Genetica Vegetale, Unità Operativa di Supporto di Perugia, oltre alla *Dott.ssa Luciana Baldoni* responsabile della UO, compongono l'UO operativa ricercatori della sede di Bari, Pignone Domenico, e della sede di Firenze, *Vendramin Giovanni* (CNR-IGV)
- Istituto di Genomica Applicata, Ente di ricerca senza fini di lucro di natura privata, Udine, *Michele Morgante* (IGA)
- Fondazione Edmund Mach - Istituto Agrario di San Michele all'Adige (IASMA), San Michele all'Adige (TN), *Riccardo Velasco* (IASMA)
- Ente per le Nuove Tecnologie, l'Energia e l'Ambiente (ENEA), Unità Tecnica Trisaia, UTTRI-Biotec Trisaia, Rotondella (MT), *Gaetano Perrotta* (ENEA)
- Università degli Studi di Padova, Centro di Ricerca Interdipartimentale per le Biotecnologie Innovative, *Giorgio Valle* (UNIPD-CRIBI)
- Consiglio per la Ricerca e la Sperimentazione in Agricoltura, Centro per la Ricerca per l'Olivicoltura e l'Industria Olearia, Rende (CS), *Samanta Zelasco* (CRA-OLI)
- Consiglio per la Ricerca e la Sperimentazione in Agricoltura, Centro di Ricerca per la Genomica e la Postgenomica Animale e Vegetale, Fiorenzuola D'Arda, *Luigi Cattivelli* (CRA-GPG)Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Agronomia Ambientale e Produzioni Vegetali, *Gianni Barcaccia* (UNIPD-DAAPV)
- Università degli Studi di Napoli Federico II, Dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta, dell'Ambiente e delle Produzioni Animali, Napoli, *Rosa Rao* (UNINA)
- Università degli Studi di Pisa, Dipartimento di Biologia delle Piante Agrarie, Pisa, *Andrea Cavallini* (UNIPIDBPA)
- Scuola Superiore di Studi Universitari e Perfezionamento S. Anna, Pisa, *Pietro Tonutti e Enrico Pé* (SSSA)
- Università degli studi di Bari, Dipartimento Biologia e Chimica Agro-Forestale ed Ambientale e Dipartimento Protezione delle Piante e Microbiologia Applicata (DPPMA), *Antonio Blanco e Vito Savino* (UNIBA)

- Università degli Studi di Perugia, Dipartimento di Scienze Economico-Estimative e degli Alimenti, Perugia, *Maurizio Servili* (UNIPG)Università degli Studi di Pisa, Dipartimento di Coltivazione e Difesa delle Specie Legnose, Pisa, *Riccardo Gucci* (UNIFI-DCDSL).

Presentazione del Progetto

Il Progetto OLEA propone di attuare ricerche finalizzate allo sviluppo di mezzi e prodotti e all'acquisizione di conoscenze indispensabili per la salvaguardia delle produzioni olivicole delle regioni italiane, per la individuazione e selezione di cloni e per il miglioramento genetico dell'olivo (nuovi portinnesti e varietà tradizionali migliorate), con particolare riferimento a:

- aumento della produttività e precocità di entrata in fruttificazione;
- aumento della resistenza ai principali patogeni (*Verticillium dahliae*) e parassiti (*Bactrocera oleae*);
- aumento della resistenza agli stress ambientali (freddo, salinità, siccità);
- adattamento dell'albero ai diversi sistemi di coltivazione;
- miglioramento della qualità commerciale, nutrizionale e organolettica e del valore salutistico dell'olio e delle olive.

A tali fini sono ritenuti strategici i seguenti obiettivi:

- Analisi della sequenza e della struttura del genoma;
- Caratterizzazione molecolare, fenotipica e fitosanitaria del germoplasma coltivato e spontaneo mediante metodi validati a livello internazionale;
- Sviluppo di marcatori molecolari associati a importanti caratteri agronomici;
- Identificazione e caratterizzazione dei geni coinvolti nei principali processi biologici;
- Comprensione dei sistemi di regolazione dell'espressione genica implicati nel metabolismo della drupa e degli altri organi della pianta e nelle capacità adattative e riproduttive;
- Selezione di nuovi genotipi e portinnesti adatti ai diversi modelli di olivi coltura del variegato territorio italiano.

Piano di Attività

Il Progetto OLEA è suddiviso in 10 Work Package (WPs), per i quali sono previste le seguenti attività, per il Primo Anno di Attività:

Coordinamento. Le attività di ricerca del progetto sono state coordinate da un Consiglio Scientifico costituito dai responsabili dei Work Package, presieduto dal coordinatore nazionale. Il coordinatore nazionale, in collaborazione al responsabile/i di ciascun WP, provvederà a monitorare lo stato di avanzamento delle attività trimestralmente e, con cadenza analoga, monitorerà l'attività amministrativa delle UUOO. Alla fine del secondo semestre verrà redatta una relazione sullo stato di avanzamento delle attività scientifiche e sulla situazione amministrativa e finanziaria. Il coordinamento avrà la funzione di garantire l'interscambio delle informazioni e dei materiali e l'operatività di tutti i gruppi.

Il coordinamento inoltre organizzerà degli incontri pubblici per diffondere e organizzare la gestione delle informazioni e dei risultati per un efficace sfruttamento degli stessi.

Genomica strutturale. Si propone la produzione di un draft della sequenza del genoma, la sua annotazione dal punto di vista del contenuto in geni e in elementi ripetuti e il collegamento della sequenza alla mappa genetica, per facilitare l'individuazione di geni, sequenze di regolazione e marcatori utili alla selezione. Risultati:

- Produzione di una sequenza di tipo draft del genoma, annotata dal punto di vista del contenuto in elementi ripetuti e collegata alla mappa genetica.
- Tale sequenze potranno essere utilizzabili per l'individuazione di geni utili per il miglioramento genetico della specie.

Genomica funzionale. Si intendono definire repertori di geni espressi e profili di espressione genica e proteica su numerosi genotipi coltivati e su tessuti di diversi organi bersaglio, sedi di processi e funzioni fisiologiche dello sviluppo della pianta e degli organi riproduttivi.

Risultati:

- Descrizione estesa di repertori di geni espressi e dei profili di espressione genica e proteica da diversi genotipi e da tessuti di organi target, sedi di processi e funzioni fisiologiche dello sviluppo; Identificazione e selezione di funzioni geniche coinvolte nei processi fisiologici di interesse;
- Identificazione di polimorfismi SNP;
- Isolamento di geni candidati a svolgere funzioni chiave nell'ambito dei network regolatori che sottendono all'architettura della pianta, allo sviluppo del fiore e del frutto e alla resistenza a stress biotici e abiotici;
- analisi microarray con piattaforma Combimatrix su stadi di sviluppo del fiore/frutto;
- Determinazione di profili di espressione proteica tramite saggi di LCIMS di estratti proteici del frutto;

Caratterizzazione delle risorse genetiche e breeding. L'attività ha come obiettivi: i) il riordino, la caratterizzazione genetica e fenotipica e la definizione dello stato sanitario delle varietà italiane di maggiore interesse per le regioni olivi cole, anche ai fini della tracciabilità molecolare dei prodotti e ii) la selezione di nuovi genotipi (cultivar e portinnesti) attraverso un piano di miglioramento genetico per incrocio tra varietà tradizionali e selezione assistita da differenti strumenti molecolari per la valutazione dei caratteri utili.

Risultati:

- Genotyping con nuovi marcatori plastidiali di cultivar italiane di riferimento per tracciabilità.
- Genotyping con nuovi marcatori SNP e SSR di cultivar italiane di riferimento per tracciabilità.
- Raccolta primi dati fenotipici degli individui delle progenie da incrocio per mappatura QTL.
- Raccolta dati sui genotipi sottoposti a selezione.
- Materiale vegetale pronto per l'avvio delle prove in campo.

Sviluppo di una piattaforma bioinformatica. La piattaforma bioinformatica servirà ad elaborare i dati ottenuti dal sequenziamento genomico per tradurli in conoscenze sui geni e sulla loro annotazione strutturale e funzionale, ad integrare i dati ottenuti dalle attività di genomica strutturale e funzionale con le informazioni relative alle risorse genetiche e al breeding ed infine essa consentirà lo sviluppo e l'implementazione di un sistema avanzato di interrogazione dei database.

Risultati:

- Identificazione ed annotazione funzionale dei geni di olivo.
- Sviluppo ed implementazione di diversi strumenti bioinformatici.
- Realizzazione delle interfacce necessarie per l'accesso alle risorse tramite Internet.

Analisi degli organi riproduttivi e dei frutti. Si intendono individuare e comprendere i processi biologici e fisiologici che controllano il cambiamento di fase nella specie, la regolazione annuale dell'induzione fiorale, lo sviluppo degli organi riproduttivi e i meccanismi di auto-sterilità. Verranno altresì analizzati a livello molecolare i processi di sviluppo e maturazione del frutto e il metabolismo relativo ai composti primari e secondari veicolati nell'olio.

Risultati:

- Individuazione dei meccanismi genetico-molecolari che regolano l'interazione polline-pistillo nel fiore maturo e che sono alla base del processo di fecondazione e dell'allegazione del frutto.
- Analisi ormonali in frutti persistenti e cascolanti.
- Sintesi di librerie di DNA dai frutti.
- Analisi di espressione di specifici geni legati a parametri qualitativi del frutto.
- Trascritti coinvolti nel metabolismo dei polifenoli del frutto che contribuiscono alle caratteristiche qualitative dell'olio.

Studio dell'architettura dell'albero. Si propone l'individuazione e la comprensione dei processi di crescita della pianta, dell'interazione tra i diversi organi, del controllo della vigoria e della ramificazione della chioma e della regolazione dello sviluppo dell'albero in funzione della densità di impianto e della forma di allevamento.

Risultati:

- Selezione di porta innesti capaci di ridurre la vigoria della pianta.
- Definizione delle più appropriate combinazioni portinnesto/nesto.
- Ottenimento di nuovi genotipi da impiegare come portainnesti.
- Geni implicati nello sviluppo, crescita e vigoria della pianta.

Resistenza agli stress. Per gli stress ambientali le attività previste includono l'identificazione e caratterizzazione di geni coinvolti nella resistenza all'attacco del patogeno *Verticillium dahliae*, e della mosca (*Bactrocera oleae*) e la definizione dei profili metabolico e proteico correlati alla risposta della pianta a questi agenti. Sono state studiate le risposte adattative dell'olivo a stress ambientali con particolare riferimento allo stress idrico-salino ed allo stress da freddo, al fine di definire le basi molecolari dei processi di adattamento e di vernalizzazione della pianta.

Risultati:

- Campioni di RNA di alta qualità idonei per sequenziamento.
- Archivi di sequenze che descrivono tutti i messaggeri presente nei tessuti analizzati.
- Identificazione delle caratteristiche genetiche dei campioni utilizzati.
- Identificazione di geni indotti/repressi in risposta a *Verticillium*.
- Identificazione di trascritti putativamente coinvolti nella risposta della pianta all' attacco della mosca.
- Validazione di pool di trascritti tramite RT-PCR Quantitativa.
- Sviluppo di nuovi marcatori SNP su trascritti per la resistenza/suscettibilità alla mosca.

Metabolismo e fisiologia. È da considerarsi propedeutico alle altre attività e ci si propone di studiare la variabilità dei metaboliti del frutto nelle varietà di maggiore interesse per le diverse regioni olivicole italiane, con particolare attenzione ai composti di interesse salutistico, alle relazioni tra enzimi endogeni e composti fenolici e volatili del frutto e dell'olio vergine di oliva.

Risultati:

Panoramica della variabilità quali-quantitativa del corredo fenolico di cultivar e della sua evoluzione nel corso della maturazione, da relazionare con i risultati delle indagini genetiche e del corredo enzimatico, costituendo un supporto per l'intera indagine. Evidenziare relazioni tra condizioni ambientali di coltivazione e sintesi dei metaboliti secondari. I risultati consentiranno di definire, regione per regione, il set di varietà di interesse strategico per il rilancio di produzioni locali di eccellenza. Crescita dei tessuti del frutto e curve di inoliazione in funzione dello stato idrico.

Piano di sfruttamento dei risultati e ricadute. I risultati derivanti dalle ricerche pianificate rappresenteranno uno strumento innovativo e propulsivo per aumentare l'efficienza produttiva in termini qualitativi, economici ed ambientali nel settore olivicolo, di importanza fondamentale per l'agricoltura del nostro paese. Essi verranno messi a disposizione della comunità scientifica internazionale, degli operatori della filiera, delle associazioni dei produttori, dei servizi di assistenza tecnica, delle industrie alimentari, meccaniche e oleicole, degli stakeholders interessati alla produzione, commercio e consumo dei prodotti, delle autorità nazionali e locali. Essi dovranno rappresentare un contributo significativo al rilancio della produzione oleicola italiana nel mondo.

Risultati:

- Costituzione di un sistema informatico.
- Avvio della costituzione di un Consorzio.
- Generazione di sistemi molecolari e diagnostici di largo impiego.

Negli anni successivi, ove fossero disponibili ulteriori finanziamenti richiesti, potranno essere portate a termine tutte le attività dei Work Package raggiungendo così gli obiettivi designati. I gruppi di ricerca partecipanti ad OLEA, organizzati nelle DUOO, costituiscono una rete di laboratori che raggruppa conoscenze e competenze multidisciplinari e tecnologie avanzate, costituendo un insieme di eccellenza nel panorama della ricerca internazionale puntando allo sviluppo e all'applicazione di metodologie di analisi chimiche nella specie *Olea europea* L.

3.3.2 Progetto OLEUM

Un test semplice ed economico per verificare le indicazioni sulla salute legate all'olio d'oliva.

Il Regolamento della Commissione (UE) N. 432/2012 elenca una serie di requisiti per i produttori per pubblicizzare legalmente i benefici per la salute dei polifenoli nell'olio d'oliva. Grazie al progetto OLEUM, è possibile adesso applicare un metodo semplice per certificare la conformità a questo regolamento.

Il fatto che i polifenoli dell'olio d'oliva contribuiscano alla protezione dei lipidi ematici dallo stress ossidativo, uno stress fisiologico del corpo che può causare mutazioni del DNA e portare a malattie come il cancro, le malattie cardiache e del sangue, il diabete e le malattie neurodegenerative, è ben documentato. Il regolamento europeo ci dice che questi benefici diventano tangibili con un'assunzione giornaliera di 20 g di olio d'oliva e che possono essere affermati solo quando tale assunzione giornaliera contiene almeno 5 mg di idrossitirosole e dei suoi derivati. Verificare la conformità con questi requisiti non è facile come potrebbe sembrare.

“Ci sono sofisticate tecniche cromatografiche, come la cromatografia liquida ad alta prestazione (HPLC) associata alla spettrometria ultravioletta/visibile o di massa, che sono usate per determinare il contenuto fenolico dell'olio vergine di oliva,” spiega Giuseppe di Lecce dell'Università di Bologna. “Questi sistemi però richiedono strumenti analitici molto costosi e tecnici qualificati.”

Insieme a un gruppo di ricercatori delle Università di Bologna e Vigo, Di Lecce ha ideato un semplice metodo analitico per quantificare il contenuto fenolico dell'olio extra vergine di oliva. I risultati dello studio preliminare, che è stato finanziato nell'ambito del progetto OLEUM, sono promettenti.

“I risultati mostrano che la semplice ed economica analisi colorimetrica basata sull’uso del reattivo di Folin-Ciocalteu (FC) può essere applicata con successo per verificare la conformità all’indicazione sui polifenoli introdotta dal Regolamento dell’UE,” sottolinea Lecce.

Il metodo di FC è una nota analisi colorimetrica che si può eseguire in qualsiasi laboratorio e i test fatti da software statistici concentrati sull’idrossitirosolo hanno riscontrato che i suoi dati sono pienamente paragonabili a quelli ottenuti, dopo l’idrolisi, con il metodo HPLC-UV usando idrossitirosolo e tirosolo.

Il prossimo passo per il team consisterà nell’analizzare un gran numero di campioni per arrivare alle conclusioni finali. Questi primi risultati però lasciano sperare che piccoli laboratori e produttori potranno presto beneficiare di metodi strumentali rapidi e innovativi per determinare la qualità e l’autenticità dell’olio d’oliva.

OLEUM è un progetto da 5 milioni di euro finanziato nell’ambito di Orizzonte 2020. Il suo obiettivo generale è assicurare la qualità e l’autenticità dell’olio d’oliva su scala globale. Altri progressi, come per esempio la creazione di un protocollo affidabile per determinare i composti fenolici nell’olio d’oliva secondo le indicazioni per la salute dell’UE, sono previsti prima della sua conclusione, nel 2020.

In particolare, il progetto OLEUM si prefigge di porre rimedio a problemi sorti in 4 ambiti:

1. Leggi e regolamentazione
2. Analisi dei prodotti oleari
3. Armonizzazione e coordinamento
4. Fiducia dei consumatori e del mercato

In tali ambiti si vogliono raggiungere i seguenti obiettivi strategici:

- Sviluppare nuovi metodi di analisi, o migliorare quelli esistenti per la verifica della qualità e della autenticità dell’olio di oliva.
- Sviluppare un sistema integrato per assicurare la bontà dei metodi di analisi utilizzati per certificare i prodotti oleari.
- Sviluppare e sostenere una comunità mondiale di laboratori esperti nell’analisi dell’olio di oliva in modo da realizzare una ampia rete di collaborazione.

Leggi e regolamentazione

Fornire ai responsabili UE e alle autorità internazionali delle proposte per il miglioramento degli standard di regolamentazione del settore oleario. Tali proposte si basano sull'analisi dei punti critici e inadeguatezze riscontrate nella normativa attuale europea e nazionale.

Analisi

Rivedere i metodi di analisi esistenti per la verifica della qualità e l'individuazione delle frodi mediante l'identificazione di potenziali carenze nelle procedure di verifica della qualità e il miglioramento in termini di prestazioni ed efficienza.

Rafforzare la metodologia di valutazione sensoriale favorendo una migliore riproducibilità e sviluppando una procedura quantitativa equivalente (Panel Test Quantitativo).

Identificare nuovi marcatori analitici al fine di sviluppare e validare soluzioni analitiche innovative per:

- rilevare miscele illegali tra oli extravergini d'oliva e oli di oliva sottoposti a deodorazione *soft*;
- individuare miscele illegali tra oli di oliva e altri oli vegetali;
- valutare lo stato di conservazione dell'OO in termini di freschezza e definizione della qualità alla data di scadenza;
- monitorare la conformità con l'indicazione geografica di origine riportata in etichetta.

Armonizzazione e coordinamento

Suggerire miglioramenti per regolamenti internazionali e procedure riconosciute (UE, COI, CODEX, ISO), inclusi nuovi metodi potenziali e materiali di riferimento.

Cercare di accrescere la comunità di ricercatori nel campo oleario ed incrementare la collaborazione con le imprese del settore.

Redigere un inventario di pratiche fraudolente esistenti ed emergenti al fine di prevenire comportamenti lesivi per le imprese del settore.

Promuovere la creazione e diffusione di conoscenze liberamente accessibili mettendo a disposizione a livello globale tutte le informazioni provenienti dalla ricerca del progetto (es. calibrazioni per metodi cosiddetti *non targeted*) e da altre fonti affidabili, affinché vengano utilizzati per la standardizzazione e per rendere scaricabili dati e spettri.

Fiducia dei consumatori e del mercato

Coinvolgere il maggior numero di soggetti interessati (*opinion leader*/regolatori, industrie e piccole-medie imprese del settore alimentare e delle bevande, media, comunità scientifica, consumatori) nella diffusione, utilizzo e scambio delle conoscenze per stabilire una fonte sostenibile di informazioni affidabili relative alla metodologia per l'autenticazione dell'OO e che sarà disponibile per la comunità internazionale e per i consumatori.

Bibliografia Capitolo

- Piano di settore olivicolo oleario 2016, Mipaaf, 2016;
- Progetto OLEA, Università degli Studi della Tuscia, 2013
- Progetto OLEUM, Horizon 2020, project ID 635690, 2014

Capitolo 4



Olearia Clemente

In questo capitolo si vuole mostrare come per una piccola e media impresa sia possibile diventare competitiva e di successo, nonostante le dimensioni modeste.

Per le piccole e medie imprese è possibile innovare e altresì cambiare il proprio modo di fare business, passando da una logica arretrata di autoconsumo ad una logica di continua innovazione entrando nel mercato nazionale ed internazionale

Per dimostrare tali affermazioni si porta all'attenzione l'Olearia Clemente, una impresa operante nel settore oleario a conduzione familiare che, come si vedrà, è partita da modeste condizioni per poi divenire una importante azienda della filiera con una propria produzione di olio ed un proprio impianto di trasformazione e confezionamento. Rispondendo appieno alle esigenze del mercato e grazie all'innovazione rimane competitiva a livello nazionale ed internazionale.

1. L'Azienda

L'olearia Clemente è una società a responsabilità limitata con sede a Manfredonia in provincia di Foggia.

È stata trasformata in società di capitali nel 1991 ed ha ad oggi un capitale sociale di 826.000 euro.

I dipendenti nell'anno 2016 sono 51, un numero modesto a dimostrazione dell'alta meccanizzazione dell'azienda.

Il fatturato nell'anno 2016 si attesta a 33.261.103 di euro con un utile a fine esercizio pari a 86.315 euro.

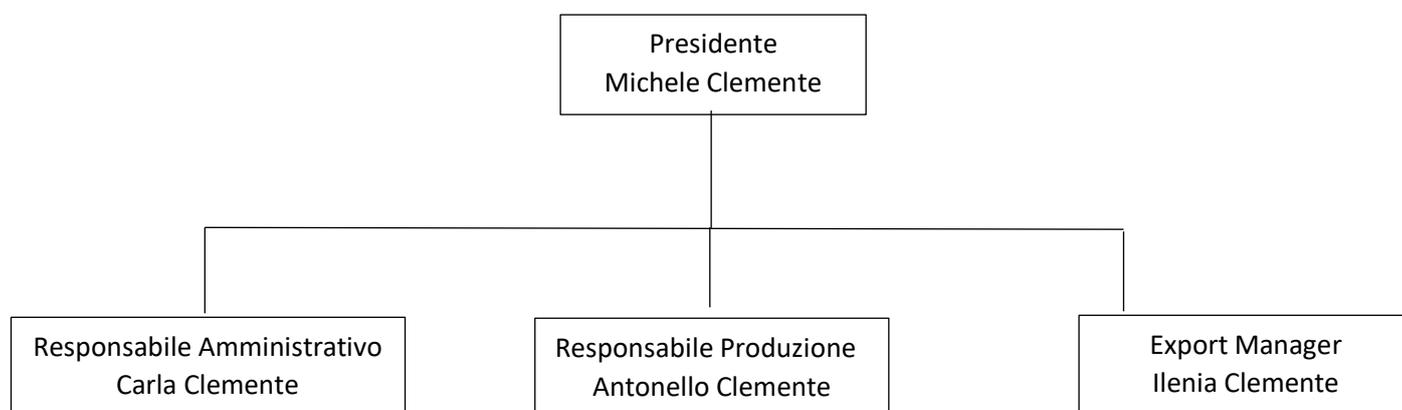
Inoltre, il rapporto di indebitamento è dell'89,51%.

La società dunque si dimostra essere in controtendenza rispetto all'andamento generale del settore che mostra da decenni i segni di un perdurante stato di crisi, difatti l'azienda mostra la tendenza a produrre utili, seppur pochi a causa della scarsa domanda nazionale dovuta al perdurare della crisi nell'economia reale.

Indici	2016
Fatturato	€ 33.261.103,00
MOL	€ 850.207,00
ROA	0.44%
Utile / Perdita d'Esercizio	€ 86.315,00
Oneri Finanziari	.
Totale Passività	€ 21.539.804,00
Patrimonio Netto	€ 2.258.964,00
Rapporto di Indebitamento	89.51%
Oneri Finanziari / EBITDA	.
ROI	0.44%
ROS	0.28%
ROE	3.82%
Numero Addetti	51
Capitale Sociale	Cap. Soc. € 826.000

*Fonte dati: report aziende.it, https://www.reportaziende.it/olearia_clemente_srl

L'olearia Clemente è una azienda a conduzione familiare difatti i membri della famiglia Clemente occupano i principali ruoli di dirigenza all'interno dell'azienda.



2. La storia dell'azienda

L'impresa di famiglia nacque in Puglia quando alla fine dell'800 Berardino Clemente iniziò a vendere olio. Suo figlio Michele, e suo nipote Berardino seppero dare il giusto seguito all'attività paterna.

Berardino riuscì non solo a mantenere saldi i rapporti commerciali messi in atto da suo padre Michele, ma seppe trasformare le sue rinomate capacità degustative, in un punto di forza commerciale, diventando un partner strategico per le grandi aziende di confezionamento del nord, per le quali selezionava e acquistava l'olio pugliese.

Con il tempo capì che per crescere e mantenere vivo il sogno di suo nonno doveva valorizzare il suo prodotto nella sua terra.

Iniziò così l'attività d'imbottigliamento ed insegnò tutto quello che sapeva in materia di degustazione e coltivazione ai due figli maschi Michele e Antonello. Nel 1983, a soli 60 anni, Berardino scomparve prematuramente ed improvvisamente. I suoi figli, seppur giovanissimi decidono di prendere le redini dell'azienda di famiglia.

Riprendono i rapporti con i produttori, i frantoi e le aziende del nord e nonostante la giovanissima età, mostrano grandi capacità e maturità. In pochi anni anche Carla, la terzogenita, decide di unirsi all'impresa di famiglia, occupandosi di tutta la parte amministrativa.

Di lì a poco, l'intraprendenza e il coraggio dei ragazzi, li porta a spingersi oltre, a decidere di ampliare l'azienda che diventa, in poco più di 20 anni, azienda leader per il settore olivicolo e grande protagonista del mercato italiano e di quello internazionale, di cui si occupa dal 2000 Ilenia, ultimogenita di Berardino.

Oggi l'Olearia Clemente non produce semplicemente olio, ma dà valore al suo Prodotto, alla sua Terra, nella sua Terra, gestendo direttamente tutte le fasi del processo produttivo, dalla cura delle immense distese di uliveti alla gestione dei moderni e certificati impianti di trasformazione e imbottigliamento. L'intero processo produttivo è sottoposto a rigorosi controlli effettuati dall'azienda nell'azienda stessa al fine di garantire un prodotto italiano di alta qualità venduto in tutto il mondo.

3. Le fasi produttive

- **La coltivazione**

La fioritura: Il fiore è ermafrodito, piccolo, con calice di 4 sepali e corolla di petali bianchi. I fiori sono raggruppati in numero di 10-15 in infiorescenze a grappolo, chiamate mignole, emesse all'ascella delle foglie dei rametti dell'anno precedente.

La fioritura vera e propria avviene, secondo le cultivar e le zone, da maggio alla prima metà di giugno.

Maturazione: Nel periodo di maturazione l'oliva assume colorazioni diverse (*invaiaitura*), dal colore verde, al giallo, al viola ed infine quasi al nero e la polpa diviene morbida: questo processo è progressivo e lento, specie con minore irradiazione solare; nell'ultimo stadio di maturazione la polpa raggrinzisce e perde di peso.

La raccolta dell'oliva deve avvenire quando essa è pienamente sviluppata, al punto giusto di inoliazione, antiossidanti e proprietà organolettiche migliori (per prodotti tipici meglio nelle fasi 2 e 3). L'epoca di raccolta delle olive nell'Italia centrale cade in genere fra novembre e dicembre, nel momento in cui hanno raggiunto le massime dimensioni, il massimo di inoliazione e la polpa perde parte della sua consistenza.



▪ La raccolta

Per brucatura a mano: La raccolta che può essere effettuata soprattutto su piante basse, meglio se collocate in pianura e con potatura apposita (a vaso cespugliato o poli conico); ogni operaio raccoglie in media 10 Kg di olive all'ora (80/100 Kg/giorno). Le olive vengono raccolte in un cesto sospeso, ottimo metodo ma costoso e in via di abbandono per carenza di manodopera. Un altro tipo di raccolta è quella “*con telo*“: le olive vengono fatte cadere dall'albero su un telo sotto chioma (c'è sempre il rischio di ammaccatura per olive già molto mature).

Tale sistema di raccolta seppur costoso e lento è quello preferibile per mantenere in salute la pianta ed effettuare una prima scelta delle olive da parte degli operatori.

Le aziende che hanno fatto ricorso a questo sistema di raccolta, sono quelle che hanno una superficie media ridotta, 2,3 ettari, e presentano un numero di piante per ettaro basso, circa 192. La resa a pianta registrata nell'anno di riferimento è di 22 Kg. Le ore di lavoro impiegate, per la raccolta manuale delle olive, sono in media circa 121 ore per ettaro che corrispondono a 38 minuti a pianta.

La differenza tra il costo totale della raccolta manuale, che include la stima del costo della manodopera familiare (922 euro ad ettaro) e il costo totale che la esclude (266 euro ad ettaro) evidenzia che tale modalità di raccolta viene eseguita da aziende che usufruiscono di lavoro familiare. Il costo sostenuto per effettuare tale operazione colturale incide per il 46% sul ricavo totale se si include il valore del lavoro familiare, il 13% se lo si esclude.

Per caduta: Le olive si raccolgono quando sono cadute in modo spontaneo e finiscono sulle reti che restano tese per tutto il periodo della raccolta; è uno dei peggiori metodi di raccolta perché in terra i frutti marciscono e si contaminano facilmente di muffe e batteri, dando un prodotto di qualità scadente. Questo sistema è adatto agli oliveti con piante fitte e su pendio, tuttavia spesso le olive rimangono troppo a lungo sull'albero e risultano eccessivamente mature o vecchie.

Per pettinatura: I frutti vengono staccati dai rami mediante una sorta di pettini, che possono anche essere azionati meccanicamente e con aria compressa (moto di vibrazione) e cadono nelle reti stese sul terreno sottostante. Questo tipo di raccolta è utile per rami molto alti ma provoca qualche danno ai frutti e porta alla caduta anche di foglie e rametti; la produttività di raccolta aumenta di circa il 50 %.



Per scuotimento: Con la raccolta meccanica si fanno cadere per scuotimento e vibrazione le olive su reti poste sul terreno o anche sospese (o in una macchina aspiratrice). Il distacco delle olive viene provocato sottoponendo il tronco e i rami all'azione di scuotitori che vengono agganciati con apposite morse alla pianta e la fanno vibrare sino a disarticolare le olive dal ramo e farle cadere.

Questo sistema richiede alberi di forma e dimensioni adatte all'applicazione dei macchinari e risulta a tutt'oggi poco diffuso quanto, nel corso degli anni, le vibrazioni influiscono sullo stato di salute della pianta, però l'uso di queste macchine riduce i costi in quanto la raccolta manuale incide per circa il 60% sul costo totale di produzione (risulta che le olive raccolte sono solo l'80-90%).

Fattori negativi di cui tenere conto sono i seguenti:

1. oliva di piccola massa e fortemente attaccata al ramo;
2. struttura e dimensioni della pianta;
3. il diverso stato di maturazione;
4. Effetto dannoso per gli alberi nel tempo.

La scelta effettuata da Clemente si divide tra tre metodi di raccolta impiegati insieme, la raccolta a mano, tramite pettinatura e meccanizzata. La motivazione di una tale scelta risiede nella volontà di trattare gli alberi in base alle loro caratteristiche e stato di maturazione delle olive, in quanto la piantagione è caratterizzata da alberi diversi in forma e altezza di cui molti secolari.



Tab. 41 – Costo della raccolta in funzione del tipo di sistema adottato

Caratteristiche strutturali/gestionali (valori medi)		Sistema di raccolta		
		Manuale	Agevolata	Meccanizzata
Piante/ha	N°	192	206	240
Produzione olive media a pianta	Kg/pianta	22	19	26
Tempo di raccolta ad ettaro	ore/ha	121	93	67
Tempo di raccolta a pianta	min/pianta	38	27	17
Costo A (€/ha)	€/ha	265,7	367,7	610,0
Costo B (€/ha)*	€/ha	921,8	737,6	708,8
Ricavo totale olive/olio		1.983,0	2.026,9	3.178,7
% su ricavo totale (costo A)		13%	18%	19%
% su ricavo totale (costo B*)		46%	36%	22%

*stima

Base dati: aziende che hanno effettuato la raccolta delle olive nel 2010 (100% del campione)

Fonte: Ismea.

▪ La molitura

La molitura consiste nella prima fase di estrazione vera e propria. Le olive sono sottoposte ad azioni meccaniche che provocano la rottura della parete cellulare e delle membrane con la conseguente fuoriuscita dei succhi cellulari e dell'olio. Questa azione è affidata allo sfregamento dei frammenti del nocciolo sulle polpe oppure all'urto di dispositivi meccanici in rotazione ad alta velocità sulla massa delle polpe. Il prodotto ottenuto da questa fase nella maggior parte degli impianti è la pasta d'olio, una massa semifluida composta da una frazione solida (frammenti di noccioli, bucce e polpa) e una liquida (emulsione di acqua e olio).

I sistemi utilizzati sono fondamentalmente di due tipi: Frangitura e Separatore.

▪ Frangitura

Il frangitore a martelli è lo strumento preferito nei moderni impianti a ciclo continuo perché s'integra perfettamente con le esigenze di automazione dell'impianto. Il carico è effettuato meccanicamente dall'alto, con elevatori a nastro che prelevano le olive in uscita dalla lavatrice; lo scarico avviene dal basso, sempre meccanicamente, con il riversamento della pasta d'olio nelle gramolatrici. Un frangitore a martelli è composto da una serie di dischi ruotanti dotati di spigoli vivi (martelli) con una velocità di rotazione di 1200-3000 giri al minuto, azionata da motori di 10-40 kW di potenza.



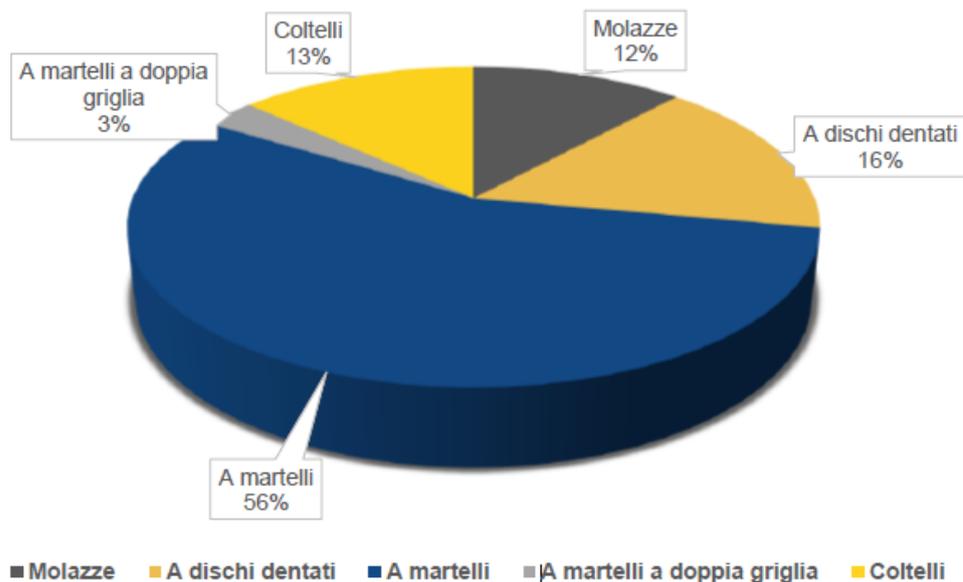
Con questo sistema la rottura della polpa è causata dagli urti dei dispositivi ruotanti ad alta velocità e solo in parte dall'azione meccanica dei frammenti di nocciolo.

La lavorazione si svolge in tempi brevissimi e si presta ad un funzionamento a ciclo continuo con carico e scarico automatizzato.

Il sistema di frangitura più utilizzato è quello meccanico a martelli. Questo sistema viene utilizzato dal 56% delle aziende del campione, seguito da quello a dischi dentati con il 16% e da quello a coltelli con il 13%. Il sistema tradizionale a molazze in pietra, invece, viene utilizzato dal 12% delle aziende oggetto d'indagine. Il frantoio a molazze presenta diversi vantaggi dal punto di vista qualitativo: le olive non subiscono sollecitazioni traumatiche. D'altra parte, però, il frantoio a molazze è abbastanza lento e richiede un maggior utilizzo di mano d'opera ed espone il prodotto ad un rischio elevato di contaminazioni esterne in quanto esposto all'aria.

In genere, i sistemi a frangitura metallici permettono una più fine macinazione delle olive e consentono di lavorare una maggior quantità di olive per unità di tempo. Inoltre, tale sistema è preferito in quanto non espone il prodotto a contaminazioni esterne.

Fig. 6 – Sistema di frangitura

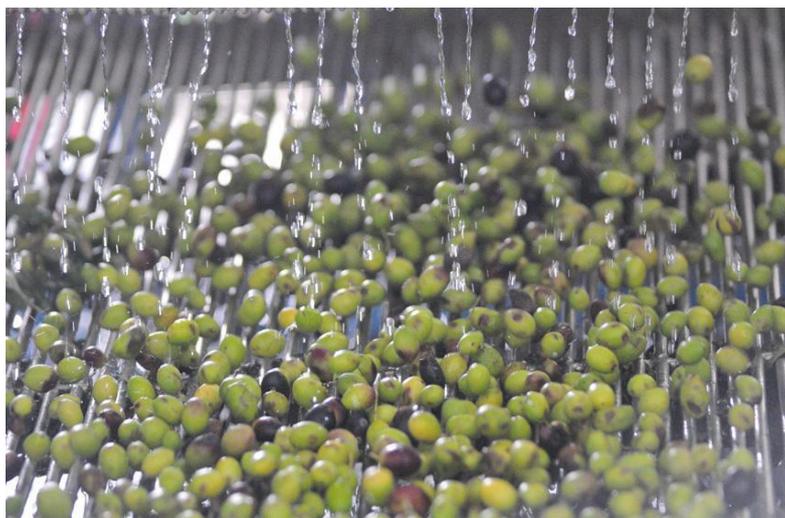


Fonte: Ismea

- **Separatore**

Consiste nella separazione del mosto d'olio dalla sansa, la frazione solida costituita dai frammenti di nocciolo, dalle bucce e da frammenti di polpa.

L'estrazione è attuata con sistemi alternativi che sfruttano principi meccanici concettualmente differenti. In ragione di queste differenze il mosto d'olio e la sansa hanno caratteristiche differenti secondo il metodo d'estrazione impiegato, ma vanno messe in evidenza anche profonde differenze nell'impianto, nella qualità del prodotto, nell'organizzazione del lavoro e nella stessa gestione. I metodi d'estrazione si riconducono a tre tipi fondamentali. La maggioranza delle imprese del settore utilizza il sistema di estrazione per centrifugazione, in particolare la Clemente utilizza il sistema a 2 fasi.



Fonte dati: Indagine sui costi di produzione e i ricavi dei frantoi oleari, ISMEA, 2010
Fonte sito ufficiale Olearia Clemente

Il sistema di estrazione per centrifugazione viene utilizzato dal 94% dei frantoi. Per questa tipologia di estrazione, il 47% utilizza un sistema a 3 fasi (nel quale dopo l'estrazione si ottengono tre prodotti distinti: l'olio, l'acqua di vegetazione e la sansa). In questo sistema viene aggiunta acqua per diluire la pasta, con conseguente aumento dei costi per lo smaltimento delle acque di vegetazione prodotte. Inoltre, si ottiene un olio di minore qualità a causa della perdita di polifenoli. I vantaggi invece sono la maggiore resa in olio e la minore percentuale di umidità contenuta nella sansa che consente di ottenere un olio di sansa di buona qualità. Il 30% dei frantoi usa un sistema a 2 fasi (nel quale si ottengono 2 prodotti: l'olio e la sansa umida). In questo caso non viene aggiunta acqua di diluizione e quindi non viene prodotta acqua di vegetazione che si traduce in un mancato costo di smaltimento della stessa. Inoltre, si ottiene un olio di maggiore qualità dato dalla maggiore presenza di polifenoli. Gli svantaggi sono la minore resa in olio rispetto al sistema a 3 fasi e la produzione di sansa con umidità relative elevate che necessitano maggiori costi di essiccazione prima dell'estrazione dell'olio di sansa che, peraltro, risulterà di minore qualità.

▪ **Conservazione e stoccaggio**

All'uscita dal separatore centrifugo, l'olio è pronto per il consumo.

Il prodotto contiene residui solidi in sospensione e si presenta torbido. In situazione di riposo il residuo solido si deposita sul fondo del recipiente e l'olio illimpidisce spontaneamente.

Di conseguenza l'olio appena separato viene conservato in vasi d'acciaio, a contatto con un'atmosfera d'azoto per prevenire le ossidazioni, per sfruttare la sedimentazione spontanea della morchia; l'olio destinato subito alla commercializzazione è invece sottoposto a filtrazione mediante filtri di tipo barese o filtri-pressa prima del confezionamento.



L'Olearia Clemente risulta essere una delle poche aziende del settore che impiega atmosfera modificata per la conservazione dell'olio, una tecnica che consente di mantenere l'olio in assenza di ossigeno, attraverso l'immissione di gas inerti, come l'azoto, all'interno dei silos, evitando così l'ossidazione e di conseguenza l'invecchiamento precoce del prodotto. Un altro aspetto importante che l'Olearia Clemente usa per la buona conservazione dell'olio è quello di dotare i locali di un impianto di climatizzazione che consente di mantenere la temperatura costante tra i 15 e 18 °C.

▪ **Controllo qualità**

La qualità delle materie prime è fondamentale, così com'è fondamentale un attento controllo su tutti i processi di produzione per evitare eventuali contaminazioni durante i diversi passaggi ed individuare i potenziali rischi.

L'Olearia Clemente si affida ai più moderni sistemi di controllo qualità. Partendo dal terreno, vengono scelte e selezionate solo le coltivazioni che danno maggiori garanzie e vengono seguite tutte le fasi della maturazione del frutto. Solo dopo attenti controlli le olive arrivano in azienda.

Una volta in azienda, entro pochissime ore le olive vengono molite e, grazie anche all'ausilio delle più moderne apparecchiature, tutto è costantemente sotto controllo. Una volta ottenuto l'olio, vengono analizzate le masse di olio sia sotto l'aspetto chimico fisico che sotto l'aspetto sensoriale ed ogni olio viene attentamente catalogato in base alle sue caratteristiche.

Anche durante la fase di imbottigliamento tutto viene attentamente analizzato dai nostri tecnici e dalle moderne tecnologie a disposizione che consentono di riconoscere immediatamente eventuali non conformità sul prodotto.

Prima, durante e dopo, in ogni fase della filiera, per l'Olearia Clemente il controllo qualità è fondamentale per garantire al nostro consumatore il massimo in termini di sicurezza e qualità a 360 gradi. Il controllo qualità prevenendo i rischi di contaminazioni dei prodotti non assolve solo ad un obbligo di legge ma eseguendo controlli ulteriori a quelli previsti dalla legge fornisce un modo all'azienda per creare nei consumatori una opinione verso di essa di alta qualità dei prodotti e di affidabilità del marchio, essenziale per una azienda operante nell'agroalimentare.

Difatti il processo di fidelizzazione dei clienti ad un brand o ad una azienda è lento ed oneroso e nel caso di incidenti sui prodotti o scandali riguardanti l'azienda la perdita di consumatori e di conseguenza di vendite è immediata e totale.

▪ Il confezionamento

L'olio Clemente viene confezionato solo pochi giorni prima della consegna e solo nei recipienti più idonei alla sua conservazione: bottiglie di vetro sterili e lattine. Le linee di confezionamento, così come i silos di stoccaggio, sono sotto azoto. Ciò significa che l'assenza di aria garantisce la conservazione del prodotto. L'intero processo di imbottigliamento è meccanizzato in ogni fase con gli operatori che supervisionano il processo. Questo comporta per l'azienda un aumento della velocità del processo consentendo di imbottigliare e spedire un numero elevato di bottiglie con il conseguente risparmio di costi di stoccaggio e riducendo il rischio di marcimento dell'olio durante lo stoccaggio.



4. L'Export

Ad oggi l'azienda dopo aver compreso l'interesse all'estero dei prodotti italiani, ha spinto molto sull'export dei propri prodotti affidando l'intera gestione dell'export ad una figura creata appositamente ossia l'export manager. Il cui compito è gestire tutte le vendite verso l'estero dei prodotti dell'olearia. L'esistenza di una figura di questo tipo in una piccola impresa mostra come la Clemente sia concentrata sull'export vedendolo come un'opportunità di crescita fondamentale data anche la scarsa domanda di olio di qualità a livello nazionale.

Questa attenzione verso l'export dei propri prodotti è probabilmente il punto di forza che distingue l'Olearia Clemente dalle altre migliaia di piccole imprese sparse per l'Italia.

Negli utili decenni la domanda interna di prodotti italiani di qualità è scesa notevolmente accentuando gli effetti della crisi economica che di conseguenza si è trasformata in una crisi dell'economia reale. Con una

economia interna in crisi l'unica soluzione per rimanere sul mercato è puntare ai mercati esteri ove la crisi non ha mai colpito o si è risolta come negli Stati Uniti.

Esportare i propri prodotti consente dunque di vendere quei prodotti che non si riesce a vendere nel mercato interno. È altresì stato accertato che nei periodi di recessione appena trascorsi molte piccole e medie imprese ottenevano la maggioranza del proprio fatturato dalle esportazioni e non dalla vendita sul mercato interno.

Esportare dunque è una strategia senza dubbio vincente per la crescita di una azienda del settore oleario ma, per attuarla, sono necessari cambiamenti a livello dei prodotti che si dovranno adattare alle esigenze dei consumatori del paese di destinazione; inoltre l'azienda si deve dotare di Certificazioni e autorizzazioni dei paesi di destinazione per esportare prodotti, con il conseguente pagamento di tasse di importazione e certificazioni; ed infine un inevitabile aumento dei costi di distribuzione (aereo, nave) e bisogna altresì considerare la quota delle società intermediarie che in assenza di una propria rete di distribuzione, immettono sul mercato estero i prodotti importati.

5. La meccanizzazione

Un aspetto importante della struttura produttiva della Clemente risiede nell'elevato livello di meccanizzazione del processo. Dal momento della molitura all'imbottigliamento il processo come si è visto è interamente eseguito con l'utilizzo di macchine di ultima generazione. Questo comporta per l'azienda un notevole risparmio di costi:

- manodopera che, come si è visto nei precedenti capitoli, risulta avere la maggiore incidenza in determinate fasi produttive. La Clemente registra al momento occupa 51 dipendenti, la maggior parte di essi si occupa degli aspetti agricoli della produzione, come raccolta, trattamento delle piante, potatura, tutte mansioni che necessitano del lavoro umano per mantenere alti livelli qualitativi del prodotto finito, come la raccolta manuale delle olive.
- efficienza dei macchinari di ultima generazione, in determinate fasi produttive come la molitura l'utilizzo dei frantoi a martelli anziché a mole comporta un efficientamento del processo, con una produzione più veloce e l'ottenimento di una pasta più fine, con un minore spreco dunque di olio.

6. Marketing e comunicazione

Per rispondere alle varie esigenze dei consumatori, la Olearia Clemente ha sviluppato una serie variegata di oli al fine di rispondere ad ogni esigenza del mercato.

I prodotti si dividono in 3 categorie che raccolgono una segmentazione del mercato in tre gruppi di clienti.

- Olio extra vergine di oliva 100% italiano, è un olio ottenuto da olive raccolte nel territorio italiano offerto in varianti di vario genere (non filtrato) e dai vari gusti.
- Olio extra vergine di oliva, olio commerciale dalla qualità media ottenuto da oli di provenienza italiana e da paesi UE.
- Olio extra vergine di oliva Dop Dauno Gargano, olio di qualità superiore realizzato con olive del Gargano.
- Biologico, olio di qualità superiore ottenuto da olive del Gargano mediante agricoltura biologica da piante nate spontaneamente sul territorio.

7. Le certificazioni

Negli ultimi anni si è sviluppato nei consumatori il desiderio di condurre una vita sana e sostenibile dal punto di vista ambientale. Per questo è presente tra i consumatori una forte sensibilità in materia di produzione sostenibile e prodotti di qualità.

Per questo l'Olearia Clemente per accrescere il proprio mercato di oli di qualità ha deciso nel tempo di trasformare il processo produttivo in uno maggiormente ecocompatibile ed accrescere l'offerta di prodotti andando incontro ad esigenze diverse (come i prodotti kasher).

Per essere certi che i consumatori riconoscessero questo valore aggiunto che l'azienda offre, la Clemente ha ottenuto nel tempo un vasto numero di certificazioni in vari ambiti, dalla agricoltura biologica ai prodotti kasher per la religione ebraica.

- Certificazione ICEA: Produzioni e Trasformazione di Olio Extravergine di Oliva da Agricoltura Biologica;
- Iscrizione Albo Produttori, Frantoiani e Confezionatori DOP Dauno GARGANO: Consorzio Daunia Verde;
- Certificazione BRC Standard – Higher Level: Produzione, stoccaggio ed imbottigliamento di Olio Extra Vergine di Oliva DOP Dauno Gargano;
- ISO 9001 (DNV) Certification: Produzione, stoccaggio ed imbottigliamento di Olio Extra Vergine di Oliva, Olio Extra Vergine di Oliva DOP e da Agricoltura Biologica;
- Certificazione NOP: certificato biologico secondo l'USDA National Organic Program;

- Certificazione di rintracciabilità di filiera agroalimentare (DNV): Rintracciabilità di filiera secondo la norma ISO 22005:2008 (certificazione di prodotto: il nostro è olio "è identificato" dal campo alla tavola. Rilasciato dal DNV;
- Organic Food – JAS: Japanese organic certification;
- Kasher Certification - Certificazione per le comunità ebraiche;
- Certificazione IFS - Higher Level (Versione 5): Produzione e imbottigliamento di olio di oliva in bottiglie di vetro e taniche di alluminio;
- Certificazione UNI EN ISO 22000:2005;
- Norma per i sistemi di gestione della sicurezza nel settore alimentare, che consente di identificare i rischi e gestirli in modo efficace. Garantisce la sicurezza dal campo alla tavola. Armonizza gli standard (nazionali e internazionali) e Haccp;
- Certificazione ISO 14001: identifica lo standard di gestione ambientale: Affrontare il delicato equilibrio tra il mantenimento del profitto e la riduzione dell'impatto ambientale;
- Bio Korea: organic processed food;
- Prodotti di Qualità Puglia: Certificato di Concessione d'Uso del Marchio Prodotti di Qualità Puglia.

Bibliografia Capitolo:

- Sito ufficiale Olearia Clemente
- Indagine sui costi di produzione e i ricavi dei frantoi oleari, ISMEA,2015
- Indagine sui costi di produzione delle olive da olio,2015
- report aziende.it

Conclusioni

Il settore oleario italiano, come analizzato nel primo capitolo, è un settore produttivo fortemente frammentato con imprese poco competitive in un mercato con una forte concorrenza delle imprese estere. La filiera dell'olio ha una struttura piramidale con un elevato numero di piccole imprese a conduzione familiare sparse nella fase agricola e di prima trasformazione e poche decine di imprese nella fase di impacchettamento e distribuzione. Una struttura di questo tipo presenta una serie di inefficienze che rendono le imprese ed il settore nel suo complesso poco competitivo e per nulla reattivo ai cambiamenti del mercato. In particolare, si è visto da una analisi dei costi come la maggioranza delle inefficienze sia ricercabile nelle fasi agricole e di prima trasformazione.

In particolare, si è visto come alcuni processi, quali trattamento del terreno, potatura, raccolto e molitura, abbiano, ad oggi, una alta incidenza di lavoro umano salariato, incidenza che raggiunge anche il 40% nel processo della raccolta. Il ricorso eccessivo alla manodopera si ripercuote in alti costi di produzione, con una conseguente riduzione dei margini di profitto, in quanto i prezzi delle olive vengono stabiliti dal mercato.

La soluzione più indicata ad un eccesso di costi di produzione risiede nella meccanizzazione dei processi agricoli, difatti si è visto come le imprese che fanno uso di macchine hanno costi di produzione inferiori ed una produzione maggiore di olive, grazie anche alla possibilità data dalle macchine di aumentare la concentrazione di olivi nei terreni.

Il problema però non si risolve così facilmente. Il settore ha mostrato negli anni una strutturale incapacità delle imprese di ammodernare i propri processi produttivi con la conseguenza di avere imprese incapaci di reagire alla competizione delle imprese straniere.

Il motivo di tale incapacità risiede in due problemi, il mancato accesso al credito delle aziende e nella cultura degli imprenditori.

Le imprese del settore oleario vivono, come le altre aziende italiane, la crisi scoppiata nel 2007, una crisi che si è aggiunta a quella che il settore vive dalla fine degli anni novanta, anni in cui le imprese spagnole incominciarono ad entrare in concorrenza con quelle italiane nel settore oleario. Il settore da decenni non presenta volumi di vendita tali da fornire alle aziende afflussi di capitale per effettuare investimenti in nuove tecnologie ed a questa incapacità strutturale si aggiunge la crisi economica che ha reso impossibile, alle piccole imprese, l'accesso al credito bancario. Delle soluzioni sono arrivate sia dall'Unione Europea e dallo Stato italiano sia anche da iniziative degli istituti bancari.

Sono nati negli ultimi anni alcuni progetti volti a risolvere il problema dell'ammodernamento dei processi produttivi delle imprese nelle fasi agricole e di prima trasformazione. Questi progetti vanno da fondi per favorire l'acquisto di macchinari a progetti per migliorare la qualità dell'olio prodotto. L'obiettivo rimane comunque meccanizzare il processo produttivo così da ridurre i costi.

Il secondo problema è la cultura aziendale delle imprese. Gli imprenditori hanno una età media di circa sessant'anni, un'età elevata che riflette una mentalità abituata ad un mercato oleario locale, con una logica legata alla autosussistenza e alla vendita al dettaglio a pochi fidati clienti.

Queste tipologie di imprese, la maggioranza, di fronte alle sfide ed alle opportunità che il mercato internazionale a posto loro, si sono mostrati incapaci di reagire, approcciando con diffidenza ed alle volte rifiutando il nuovo mercato che gli si poneva davanti. Le imprese con una coltura dell'"adagiarsi" ad oggi sono destinate al fallimento senza un cambio di mentalità totale.

Per aumentare la competitività del settore oleario si deve aumentare la coesione e la sinergia delle imprese. Il piano olivicolo oleario del Mipaaf spinge, le imprese del settore, ad unirsi in cooperative e consorzi in modo da creare una sinergia tra le imprese che insieme possono collaborare in diverse situazioni:

- la condivisione di conoscenza
- realizzazione dei volumi di olio richiesti dal mercato
- acquisizione di potere contrattuale nei confronti della GDO.

Insieme le piccole imprese possono recuperare competitività offrendo grandi volumi di olio ad un prezzo a loro favorevole, accedendo dunque al mercato della grande distribuzione ed internazionale.

Il caso dell'olearia Clemente mostra come è possibile per una piccola e media impresa riuscire a diventare competitiva e ottenere un buon livello di profitti.

L'esperienza della Clemente insegna che in un mercato stagnante come quello nazionale l'obiettivo di una azienda del settore oleario è indubbiamente quello del mercato internazionale; nel mondo difatti è molto apprezzato l'olio di qualità. Entrando nel mercato internazionale si entra in competizione con molte aziende straniere con prodotti simili, risulta dunque cruciale per l'impresa minimizzare i costi di produzione senza mai rinunciare alla qualità del prodotto finito. La Clemente in tal senso ci mostra come un buon grado di meccanizzazione, dalle prime fasi di coltivazione alle fasi di imbottigliamento, riescano a ridurre i costi senza rinunciare alla qualità, anzi valorizzandola. In alcune fasi come l'immagazzinamento e la molitura la tecnologia è venuta incontro alle imprese. Innovazioni come la conservazione dell'olio in silos con azoto mantengono inalterate le caratteristiche organolettiche del prodotto e nella fase di molitura macchinari di ultima generazione velocizzano il processo e posseggono standard qualitativi ed igienici superiori a procedimenti del passato.

Dunque, in un viaggio attraverso il settore oleario, si è visto come la situazione delle piccole e medie imprese sia dura e dal futuro incerto. Ma, come l'esperienza della Clemente ha dimostrato, con investimenti in innovazioni per ridurre i costi, una politica di cooperazione tra le imprese, una attenzione particolare alla qualità del prodotto e operando nei mercati nazionali ed internazionali, anche le piccole e medie imprese possono riuscire ad operare con successo in un settore fortemente competitivo come quello dell'olio d'oliva.

Bibliografia

- Ahmand S., Schroeder R.G., The impact of human resource management practices on operational performance: recognizing country and industry differences, Published by Elsevier Ltd, 2013.
- Baldassi, S. (2012, 09 21). Superare la resistenza al cambiamento: i tre passi del change management.
- Bassetti M., Un Sistema integrato di gestione delle risorse umane, settima edizione, 2007.
- Bugamelli. (2012). Proprietà familiare e innovazione nelle piccole imprese.
- Butera, F. (2015). Una nuova rotta nella formazione di imprenditori e manager delle PMI. Harvard Business Review.
- Casalino N., Capriglione A., Draoli M. (2012), A Knowledge Management System to Promote and Support Open Government, Proceedings of XIII Workshop di Organizzazione Aziendale - WOA 2012 Desperately seeking performance in organizations, Università degli Studi di Verona.
- Casalino N., Ciarlo M., De Marco M., Gatti M. (2012), ICT Adoption and Organizational Change. An Innovative Training System on Industrial Automation Systems for enhancing competitiveness of SMEs, Proceedings of 14th International Conference on Enterprise Information Systems - ICEIS 2012, Maciaszek, L., Cuzzocrea, A., Cordeiro, J. (Eds.), INSTICC, Setubal, Portugal, pp. 236-241.
- Casalino N., D'Atri A., Manev L. (2007), A quality management training system on ISO standards for enhancing competitiveness of SMEs, Proc. 9th International Conference on Enterprise Information Systems - ICEIS 2007, 12-16 giugno, Funchal, Madeira - Portogallo, Cardoso J., Cordero J., Filipe J. Eds., INSTICC, Setubal, Portugal, pp. 229-235.
- Casalino N., D'Atri., Braccini A.M. (2012) A Management Training System on ISO Standards for Organisational Change in SMEs, International Journal of Productivity and Quality Management (IJPQM), Inderscience Publishers, USA, vol. 9 no. 1, pp.25-45.
- Casalino, N. (2012). Innovation's governance and investments for enhancing Competitiveness of Manufacturing SMEs.
- Casalino N., Ivanov S., Nenov T., Innovation's Governance and Investments for Enhancing Competitiveness of Manufacturing SMEs, Law and Economics Yearly Review Journal, vol. 3, part 1, pp. 72-97, Queen Mary University, London, UK, 2014.
- Casalino N., Piccole e medie imprese e risorse umane nell'era della globalizzazione, Collana di Studi di Tecnica Aziendale, n.90, pp. 1-273, Wolters Kluwer Italia, 2012
- Casalino N., Piccole e medie imprese e risorse umane nell'era della globalizzazione. Come valorizzarle attraverso la gestione della conoscenza e del capitale esperienziale, Cedam, 2012.
- Casalino, N. (2012). Piccole e medie imprese e risorse umane nell'era della globalizzazione. CEDAM.
- Gianfelici, C. (s.d.). I processi di crescita delle piccole e medie imprese. In Quaderni di ricerca sull'artigianato (p. 199-229).
- Horizon 2020, Progetto OLEUM, project ID 635690, 2014.
- InnoSkills. (s.d.). Politiche di gestione delle risorse umane a sostegno dell'innovazione.

- ISMEA, Report struttura del settore olivicolo oleario 2013.
- ISMEA, Indagine sui costi di produzione delle olive da olio, 2012.
- ISMEA, Indagine sui costi di produzione e i ricavi dei frantoi oleari, 2015.
- Istat. (2011). L'accesso al credito delle piccole e medie imprese.
- Istat. (2016). L'innovazione nelle imprese.
- Istat. (2016). Risultati economici delle imprese.
- ISTAT-ISMEA, 6° censimento generale dell'agricoltura 2010.
- Istat. (2017). Rapporto sulla competitività dei settori produttivi.
- Lazzeroni M., Geografia della conoscenza e dell'innovazione tecnologica, Franco Angeli, Milano, 2004.
- Marro, E. (2017). Nuove tecnologie e lavoro, la chiave del successo è l'istruzione. Il Sole 24Ore.
- McKinsey&Company. (2017). A future that works: automation, employment, and productivity. McKinsey Global Institute.
- Melissa A. Schilling, F. I. (2017). Gestione dell'innovazione (quarta ed.). Milano: McGraw-Hill.
- Ministero dello Sviluppo Economico. (2009). Le iniziative in materia di sostegno alle PMI nell'Europa a 27.
- Ministero dello Sviluppo Economico. (2015). Le iniziative a sostegno delle micro, piccole e medie imprese adottate in Italia nel 2014 e nel primo semestre 2015.
- Ministero dello Sviluppo Economico. (2017). Credito d'imposta per investimenti in R&S (2015-2020).
- Ministero dello Sviluppo Economico. (2017). Piano Nazionale Industria 4.0.
- Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, Piano di settore olivicolo- oleario 2010.
- Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, Piano di settore olivicolo oleario 2016.
- report aziende.it, Olearia Clemente S.P.A.
- Sito ufficiale Olearia Clemente.
- Università degli Studi della Tuscia, Progetto OLEA, 2013.