

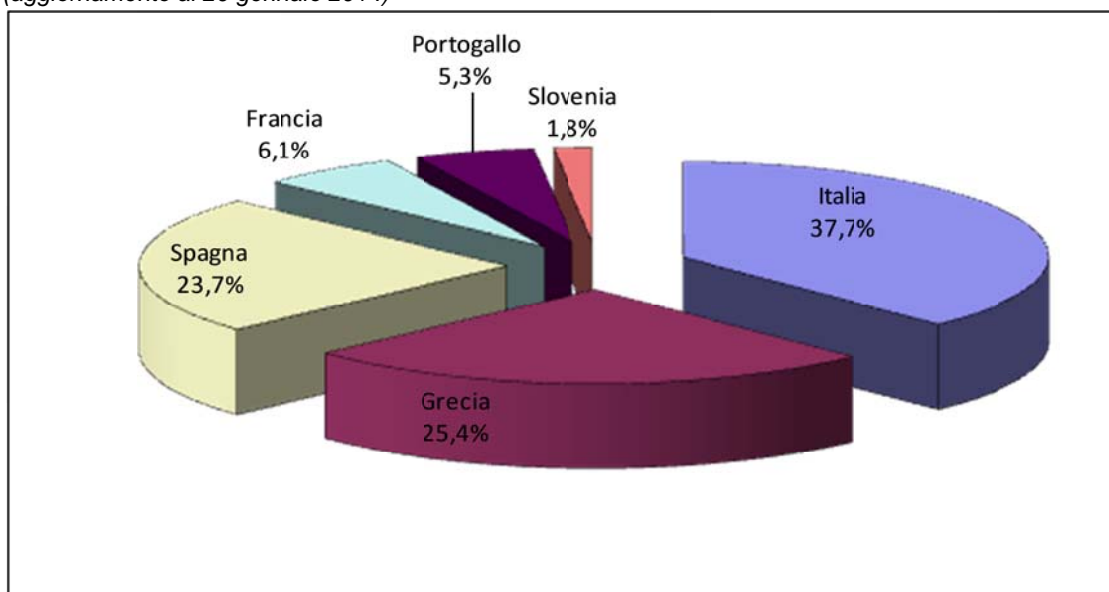
Scenario di riferimento

Gli oli extra vergini a denominazione di origine europea (inclusi i grassi) confermano la loro quarta posizione nella graduatoria Ue dei riconoscimenti di prodotti a denominazione per settore con 114 riconoscimenti al 20 gennaio 2014.

Degli oli di qualità riconosciuti il 37,7% è rappresentato da marchi italiani, pari a 43, mentre più distanziati figurano altri Paesi come la Grecia (29) e la Spagna (27).

Ripartizione % del numero di denominazioni DOP e IGP degli oli di oliva nella Ue

(aggiornamento al 20 gennaio 2014)



Fonte: Commissione Europea

Le denominazioni relative all'olio nella Ue sono rappresentate prevalentemente da Dop e molto meno da Igp, a testimonianza del forte legame con il territorio di quasi tutte le denominazioni.

In Italia come sottolineato, il paniere degli oli Dop e Igp è costituito da 43 prodotti (di cui una sola Igp).

Di seguito una rappresentazione grafica della situazione a livello nazionale.

L'ITALIA DELLE DOP

L'Italia vanta il primato europeo dei marchi riconosciuti di olio extra vergine d'oliva: 42 le DOP e 1 IGP Toscano.



Leggenda

ADERENTE A FEDERDOP OLIO

NON ADERENTE A FEDERDOP OLIO

CONSORZIO DI TUTELA NON COSTITUITO

ABRUZZO **Aprutino Pescara** (prov. di Pescara)

Colline Teatine (prov. di Chieti)

Pretuziano delle Colline Teramane (prov. di Teramo)

BASILICATA **Vulture (intero territorio della regione Basilicata)**

CALABRIA **Alto Crotonese** (prov. di Crotona)

Bruzio (prov. di Cosenza)

Lametia (prov. di Catanzaro)

CAMPANIA **Cilento** (prov. di Salerno)

Colline Salernitane (prov. di Salerno)

Penisola Sorrentina (prov. di Napoli)

Irpinia – Colline dell'Ufita (prov. di Avellino)

Terre Aurunche (prov. di Caserta) *

EMILIA ROMAGNA **Brisighella** (prov. di Forlì-Cesena e Ravenna)

Colline di Romagna (prov. di Rimini, Forlì-Cesena)

FRIULI VENEZIA GIULIA **Tergeste** (prov. di Trieste)

LAZIO **Canino** (prov. di Viterbo)

Sabina (prov. di Roma e Rieti)

Tuscia (prov. di Viterbo)

Colline Pontine (prov. di Latina)

LIGURIA **Riviera Ligure** (intero territorio della regione)

LOMBARDIA **Laghi Lombardi** (prov. di Brescia, Bergamo, Como e Lecco)

MARCHE **Cartoceto** (prov. Pesaro-Urbino)

MOLISE **Molise** (intero territorio della regione)

PUGLIA **Collina di Brindisi** (prov. di Brindisi)

Dauno (prov. di Foggia)

Terra di Bari (prov. di Bari)

Terra d'Otranto (prov. di Brindisi, Lecce, Taranto)

Terre Tarentine (prov. di Taranto)

SARDEGNA **Sardegna** (intero territorio della regione)

SICILIA **Monte Etna** (prov. di Catania, Enna e Messina) Consorzio tutela FEDERDOP

Monti Iblei (prov. di Siracusa, Ragusa e Catania)

Val di Mazara (prov. di Palermo e Agrigento)

Valdemone (prov. di Messina)

Valle del Belice (prov. di Trapani)

Valli Trapanesi (prov. di Trapani)

TOSCANA **IGP Toscano** (intero territorio della regione)

Chianti Classico (prov. di Firenze e Siena)

Lucca (prov. di Lucca)

Terre di Siena (prov. di Siena)

Seggiano (prov. di Grosseto)

UMBRIA **Umbria** (intero territorio della regione)

VENETO **Veneto Valpolicella, Veneto Euganei e Berici, Veneto del Grappa** (prov. di Verona, Padova, Vicenza e Treviso)

LOMBARDIA (prov. di Brescia, Mantova)

TRENTINO ALTO ADIGE (prov. di Trento)

VENETO (prov. di Verona)

} **Garda**

La suddivisione regionale del numero di denominazioni continua a rispecchiare la specializzazione produttiva dell'olio in generale: la regione nella quale si registra il maggior numero di riconoscimenti è la Sicilia con sei denominazioni, seguita dalla Puglia, dalla Toscana e dalla Campania con 5, poi Lazio con 4. Tra le province con maggiori riconoscimenti di oli Dop e Igp, quelle più rappresentate continuano ad essere Trapani e Siena.

Il comparto degli oli Dop e Igp presenta un numero di riconoscimenti piuttosto elevato, ma a questo ammontare, non corrisponde un consistente livello di produzione certificata e di fatturato. La produzione di oli Dop e Igp presenta inoltre un peso molto contenuto rispetto alla produzione complessiva di olio extra vergine e ai potenziali produttivi degli stessi oli Dop.

Nel 2012, secondo i dati Istat, hanno contribuito alla produzione di oli Dop e Igp 19.192 aziende agricole, su una superficie di circa 106 mila ettari con 1.879 imprese di trasformazione.

Aziende e superfici sono localizzate soprattutto al Centro ma anche nel Mezzogiorno e molto di meno al Nord. Inoltre, come era da attendersi, le aziende olivicole e le relative superfici sono presenti soprattutto in collina e in misura molto minore in pianura. Più bassa la loro presenza in zone montane.

La struttura del comparto degli oli Dop e Igp in Italia nel 2012

	Aziende agricole	Superficie olivicola (ha)	Imprese di trasformazione
Nord	2.537	4.374,17	278
Centro	12.769	72.356,27	1.092
Mezzogiorno	3.886	29.422,49	509
Montagna	1.423	5.327,82	141
Collina	15.375	83.254,82	1.522
Pianura	2.593	17.570,29	227
ITALIA	19.192	106.152,93	1.879

Fonte: Istat

La produzione certificata nel 2012, rispetto al 2011 ha subito una contrazione del 2%, attestandosi su un livello pari a 11 mila tonnellate.

Dinamica delle quantità certificate dei principali oli Dop e Igp (tonnellate)

Denominazione	2010	2011	2012	Peso % 2012	Var. % 12/11
Terra di Bari	2.454	3.315	3.783	34,4	14,1
Toscano	3.909	3.655	2.933	26,7	-19,7
Val di Mazara	819	558	665	6,0	19,1
Umbria	558	814	554	5,0	-32,0
Riviera Ligure	482	491	444	4,0	-9,6
Monti Iblei	245	200	329	3,0	64,9
Garda	272	418	244	2,2	-41,7
Sardegna	92	138	242	2,2	75,5
Dauno	110	218	240	2,2	10,0
Bruzio	249	77	236	2,2	208,7
Altri prodotti	1.250	1.347	1.320	12,0	-2,0
Totale oli extravergini Dop e Igp	10.439	11.229	10.989	100,0	-2,1

Fonte: Indagine Ismea-Qualivita 2013

Scendendo nel dettaglio delle singole denominazioni, si registrano aumenti delle quantità certificate per il Terra di Bari (+14%), Monti Iblei (+65%), ma soprattutto per la Dop Bruzio, mentre contrazioni per il Toscano e per l'Umbria. In termini di fatturato all'origine, sempre con riferimento al 2012, si evidenzia una contrazione del 4% rispetto al 2011, con contrazioni notevoli ascrivibili soprattutto alla Dop Garda, cui segue Umbria (-31%), Sabina (-26%), Toscano (-12%). Gli incrementi maggiori, di contro, si sono registrati per la Dop Bruzio, cui segue Monti Iblei e la buona tenuta delle altre, fra le quali Terra di Bari.

Dinamica del fatturato all'origine dei principali oli DOP - IGP (milioni di euro)

Denominazione	2010	2011	2012	Peso % 2012	Var. % 12/11
Terra di Bari	14,6	25,3	28,0	35,1	10,9
Toscano	29,8	28,0	24,7	30,9	-12,0
Riviera Ligure	5,2	5,2	4,6	5,8	-11,5
Umbria	4,1	6,0	4,2	5,2	-31,1
Val di Mazara	1,0	2,4	2,7	3,4	11,7
Garda	3,1	4,5	2,5	3,2	-44,2
Monti Iblei	1,8	1,5	2,4	3,1	64,9
Chianti Classico	1,5	1,7	1,4	1,7	-20,9
Bruzio	0,6	0,3	1,0	1,3	195,2
Sabina	1,2	1,2	0,8	1,1	-26,5
Altri prodotti	6,9	6,6	7,4	9,3	12,1
Totale oli extravergini Dop e Igp	69,9	82,9	79,8	100,0	-3,7

* il forte incremento deriva dal fatto che negli scorsi anni non era disponibile il fatturato all'export che invece è stato conteggiato.
Fonte: Elaborazione ISMEA su dati degli Organismi di Controllo

Dinamica del fatturato al consumo dei principali oli DOP - IGP (milioni di euro)

Denominazione	2010	2011	2012	Peso % 2012	Var. % 12/11
Terra di Bari	12,9	10,4	12,3	19,8	18,5
Toscana	15,0	14,1	8,4	13,5	-40,1
Umbria	7,1	10,5	7,4	11,9	-29,4
Riviera Ligure	6,0	6,8	6,6	10,6	-3,8
Garda	5,1	8,4	5,1	8,2	-39,5
Val di Mazara	2,4	1,5	2,4	3,9	64,8
Monti Iblei	1,5	1,3	2,2	3,5	71,1
Bruzio	2,0	0,6	1,9	3,0	209,0
Sardegna	0,8	1,2	1,8	2,8	47,5
Dauno	0,7	1,4	1,6	2,6	14,1
Altri prodotti	11,1	12,6	12,6	20,2	0,1
Totale oli extravergini Dop e Igp	64,6	68,7	62,3	100,0	-9,4

Quanto al fatturato al consumo rilevato sul mercato nazionale, si registra nel complesso una flessione del 9%.

Il comparto degli oli Dop continua ad essere concentrato su poche denominazioni: le prime tre coprono il 69 - 70% del totale sia in termini di produzione certificata che di fatturato alla produzione, a dimostrazione dell'ancora lento sviluppo della gran parte delle denominazioni riconosciute. Sul fronte della domanda, i dati dell'Osservatorio ISMEA sui prodotti Dop e Igp evidenziano nel 2012 un aumento dei volumi venduti all'estero a fronte di consumi interni in flessione.

Nello specifico, riguardo all'export le vendite oltrefrontiera di oli Dop e Igp sono quasi sempre aumentate in volume nell'ultimo triennio ed in particolare nel 2012. Occorre però tener presente che la Dop terra di Bari ha un notevole peso sulle esportazioni, pari al 44%; segue l'Igp Toscana con il 37%. Queste due denominazioni mostrano una forte connotazione di produzioni export oriented, supportata anche dall'analisi del valore della produzione esportata.

Volumi esportati per gli oli DOP e IGP (tonnellate). Anni 2010 – 2012

	2010	2011	2012	Peso % 2012	Var. % 12/11
Terra di Bari DOP	1.227	2.320	2.648	44,3	14,1
Toscana IGP	2.541	2.376	2.200	36,8	-7,4
Val di Mazara DOP	573	390	399	6,7	2,1
Monti Iblei DOP	122	100	165	2,8	64,9
Valli Trapanesi DOP	113	119	102	1,7	-15
Chianti Classico DOP	92	93	77	1,3	-16,5
Sardegna DOP	25	37	65	1,1	75,5
Dauno DOP	22	44	48	0,8	10
Bruzio DOP	50	15	47	0,8	208,7
Riviera Ligure DOP	48	49	44	0,7	-9,6
Altri oli	143	157	185	3,1	17,8
Totale	4.956	5.701	5.981	100	4,9

Fonte: Indagine Qualivita-Ismea 2013

**Valore della produzione esportata per gli oli DOP e IGP (milioni di euro).
Anni 2010 – 2012**

	2010	2011	2012	Peso % 2012	Var. % 12/11
Terra di Bari	11,3	21,9	25,1	49	14,1
Toscana	22,9	21,4	19,8	38,7	-7,4
Val di Mazara	nd	1,8	1,8	3,6	2,1
Monti Iblei	1	0,8	1,3	2,6	64,9
Chianti Classico	1	1,3	1,1	2,1	-16,5
Riviera Ligure	0,9	0,9	0,8	1,6	-4,6
Bruzio	nd	0,1	0,4	0,7	208,7
Veneto Valpolicella, Veneto E	0,1	0,2	0,3	0,6	76,6
Monte Etna	0,3	0,1	0,2	0,3	159,7
Terre di Siena	0,3	0,2	0,1	0,3	-39,6
Altri oli	1,14	0,28	0,2	0,4	-28,2
Totale	39	49	51	100	4,4

Fonte: Indagine Qualivita-Ismea 2013

Il contesto delineato mostra in maniera sempre più inconfutabile il grande potenziale delle produzioni di eccellenza italiane e la necessità di strutturare e conseguentemente operare per la maggiore implementazione di strategie di marketing ad hoc, che permettano alle imprese di raggiungere obiettivi sempre più significativi in un mercato in cui le scelte d'acquisto dei consumatori rappresentano, sempre di più, la sintesi fra la sfera emozionale e quella razionale.