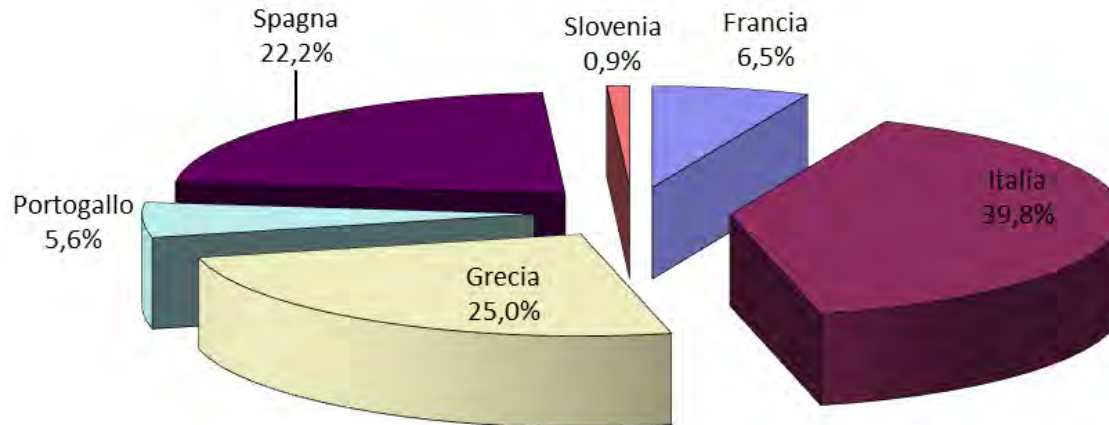


Il monitoraggio sugli oli Dop



Elaborazioni su dati Federdop e Iri infoscan

Contesto

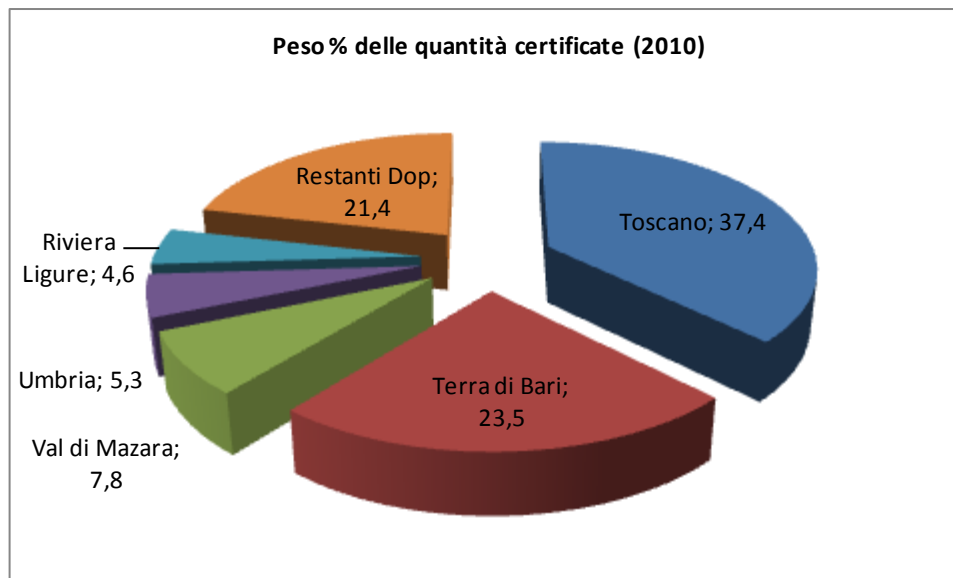


Fonte: Commissione Europea

L' Italia vanta al suo attivo 43 riconoscimenti (42 Dop e 1 Igp). Risultano più distanti i prodotti di altri Paesi vocati come la Grecia (27) e la Spagna(24).

Il comparto degli oli Dop e Igp presenta un numero di riconoscimenti piuttosto elevato, ma il livello di produzione certificata resta ancora basso.

Contesto



Fonte: elaborazioni Ismea-Qualivita

Tra le province italiane con maggiori riconoscimenti di oli Dop e Igp figurano quelle di Trapani e Siena.

Secondo i dati più recenti, la produzione certificata si è attestata intorno alle 10.500 tonnellate. I dati evidenziano che il ruolo delle produzioni a denominazione resta ancora limitato.

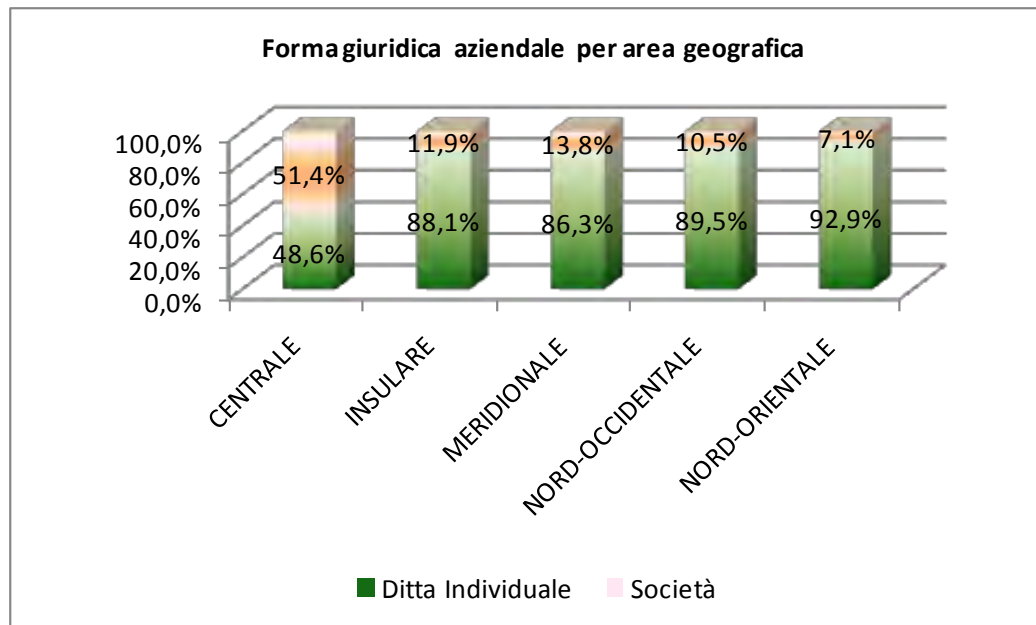
La produzione certificata di oli Dop e Igp presenta un peso molto contenuto rispetto alla produzione totale di olio extravergine e ai potenziali produttivi degli stessi oli.

Struttura dell'indagine

Consorzi	Aziende intervistate	% sul campione
Laghi Lombardi	5	2,3%
Veneto	10	4,7%
Riviera Ligure	15	7,0%
Brisighella	5	2,3%
Chainti Classico	7	3,3%
Terra di Siena	5	2,3%
Umbria	15	7,0%
Sabina	10	4,7%
Aprutino Pescara	10	4,7%
Colline Salernitane	5	2,3%
Terra di Bari	38	17,7%
Colline di Brindisi	10	4,7%
Dauno	15	7,0%
Terra D'Otranto	5	2,3%
Lametia	5	2,3%
Valli Trapanesi	15	7,0%
Val di Mazara	15	7,0%
Monte Etna	10	4,7%
Sardegna	5	2,3%
Petruziano	5	2,3%
Penisola Sorrentina	5	2,3%
Totale	215	100,0%

- Il monitoraggio è stato realizzato presso le aziende produttrici di olio a denominazione dei consorzi aderenti alla Federdop Olio.
- Attualmente sul totale dei 42 oli a denominazione in Italia, si sono costituiti 27 Consorzi di tutela. Di questi, **22** aderiscono a Federdop Olio (**l'81%**).
- Sono 15 le Dop che, attualmente, non sono supportate da un Consorzio di tutela.
- La composizione del campione rispetta la struttura del settore e il peso che ogni singola dop detiene all'interno del panorama nazionale.
- Il campione è rappresentato da 215 aziende, scelte dai consorzi fra le più rappresentative ed importanti.

Struttura dell'indagine



Fonte: Federdop

- La forma giuridica prevalente fra le aziende monitorate è quella della ditta individuale, che incide per l'81%, contro il restante 19% rappresentato da società.
- Tale orientamento si riscontra soprattutto nell'Italia Nord-orientale, con punte del 93%, seguita dall'Italia Nord occidentale (90%).
- Tale dato è in controtendenza rispetto all'olivicoltura in generale dove è proprio nel Nord della penisola che si rileva il maggior numero di aziende costituite sotto forma di società.

Struttura dell'indagine – tipologia di ditta individuale

Ripartizione	Coltivatore Diretto	(IAP)*	Part Time	Pensionato
CENTRALE	8,6%	34,3%	0,0%	5,7%
INSULARE	40,5%	33,3%	4,8%	9,5%
MERIDIONALE	41,3%	27,5%	10,0%	7,5%
NORD-OCCIDENTALE	63,2%	15,8%	5,3%	5,3%
NORD-ORIENTALE	57,1%	35,7%	0,0%	0,0%
Totale complessivo	38,4%	29,5%	5,8%	6,8%

Fonte: Federdop

- A livello nazionale fra le aziende individuali è la figura del coltivatore diretto a prevalere con il 38%.
- Segue l'imprenditore agricolo professionale (IAP) con il 29%.
- L'analisi dei dati evidenzia situazioni diverse all'interno delle aree geografiche.
- In particolare in Italia centrale è la figura dello IAP a prevalere con il 34%, mentre nell'Italia del Nord prevale il coltivatore diretto.

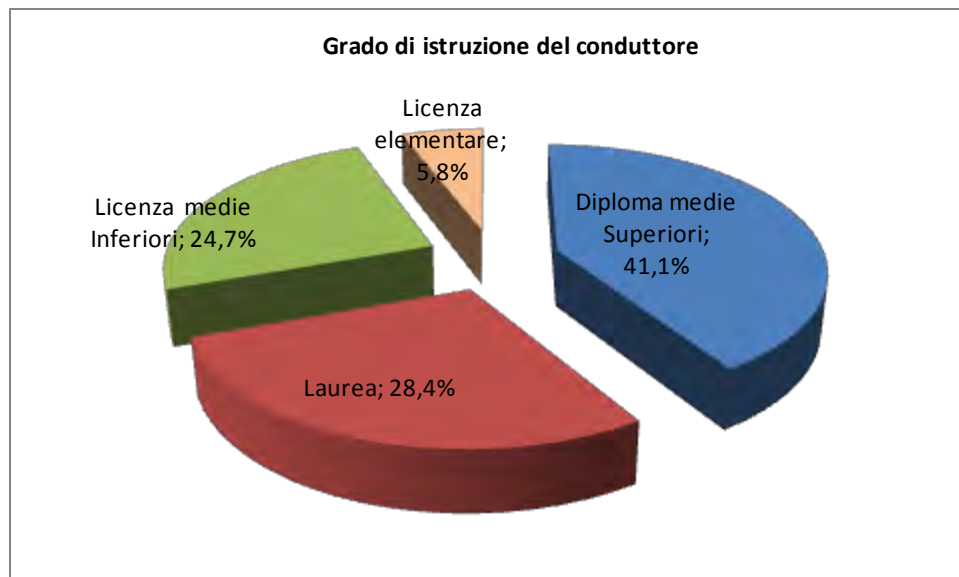
Caratteristiche anagrafiche del conduttore

Ripartizione	Femmine	Maschi
CENTRALE	20,0%	80,0%
INSULARE	31,0%	69,0%
MERIDIONALE	25,0%	75,0%
NORD-OCCIDENTALE	21,1%	78,9%
NORD-ORIENTALE	7,1%	92,9%
Totale complessivo	23,7%	76,3%

Fonte: Federdop

- L'età media del conduttore all'interno del campione di aziende monitorate è di 53 anni, compresa fra i 48 anni dell'Italia Nord occidentale e i 48 dell'Italia insulare.
- I conduttori maschi gestiscono il 76% delle aziende olivicole che producono olio dop. Tale incidenza è confermata anche a livello di macroarea.
- Spicca il 31% di conduttrici nell'Italia insulare.

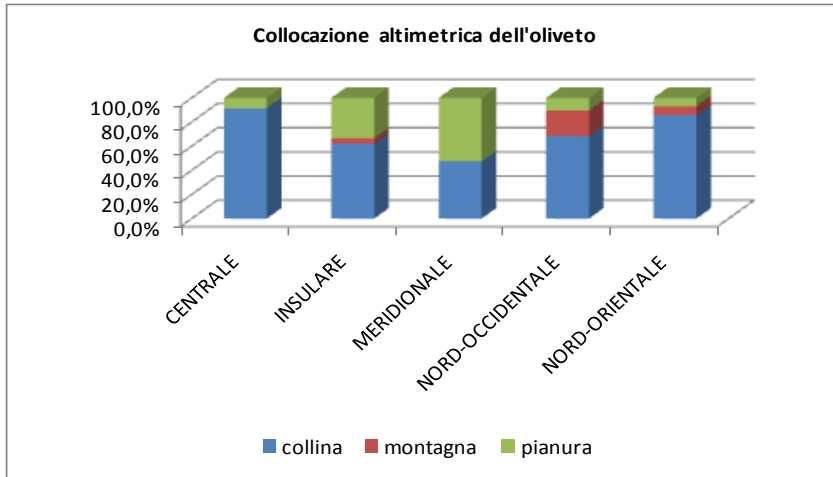
Caratteristiche del conduttore – grado di istruzione



Fonte: Federdop

- Il 41% dei conduttori intervistati possiede il titolo di scuola media superiore.
- La percentuale di laureati si attesta su un valore del 28%.
- Il 25% degli intervistati ha un titolo di scuola media inferiore e il restante 6% possiede la sola licenza elementare.
- La percentuale maggiore di laureati è presente in Italia centrale con il 34%, seguita dall'Italia meridionale con il 31%.

Collocazione altimetrica e pendenza



Fonte: Federdop

- La montagna incide solo per il 4%
- Il 64% delle aziende ha una posizione collinare, mentre il restante 32% delle aziende insiste su territori pianeggianti .
- Solo al Nord la montagna nell'area occidentale incide per il 21%, mentre in quella orientale per il 7%.

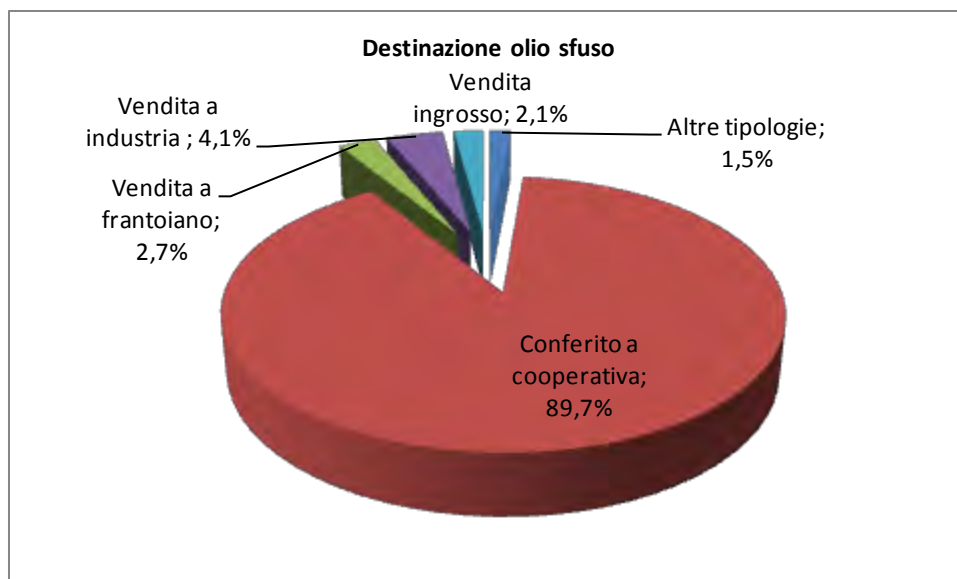
Giacitura dell'oliveto

Ripartizione	pianeggiante	< 15%	pendenza tra 15% e 25%	pendenza > 25%	terrazze
CENTRALE	8,6%	54,3%	34,3%	0,0%	2,9%
INSULARE	33,3%	23,8%	38,1%	2,4%	2,4%
MERIDIONALE	57,5%	25,0%	11,3%	2,5%	3,8%
NORD-OCCIDENTALE	15,8%	0,0%	5,3%	10,5%	68,4%
NORD-ORIENTALE	0,0%	64,3%	35,7%	0,0%	0,0%
Totale complessivo	34,7%	30,5%	22,6%	2,6%	9,5%

Fonte: Federdop

- Incrociando il dato dell'altitudine con quello della giacitura si rileva che il 35% delle aziende monitorate presenta oliveti in pianura.
- Il 30% in terreni con pendenza inferiore al 15% .
- Il 23% con pendenza compresa tra il 15 e il 25%.
- A coltivare oliveti terrazzati è il 10% delle aziende nazionali, con il 68% di quelle dell'Italia Nord occidentale.

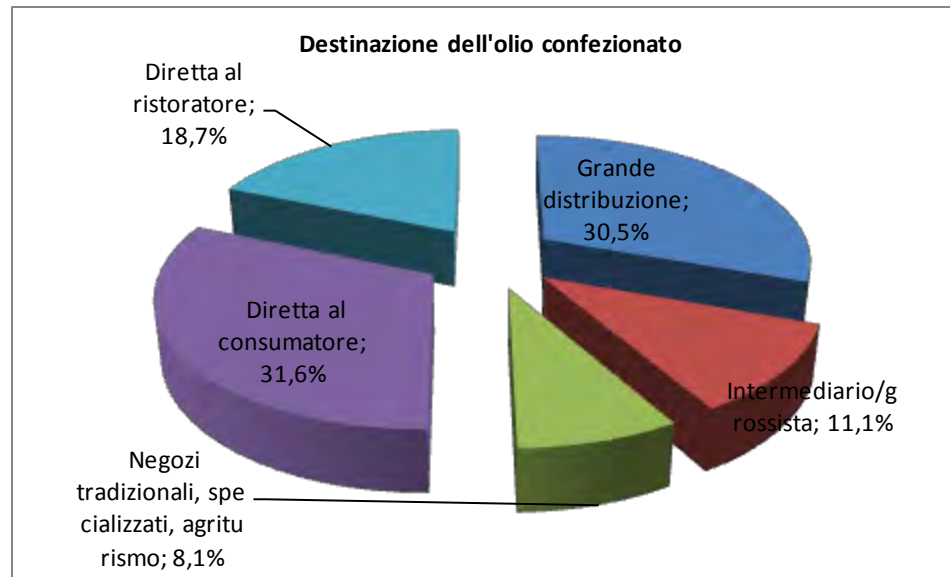
Destinazione della produzione



Fonte: Federdop

- La quasi totalità della produzione è stata conferita alle cooperative.

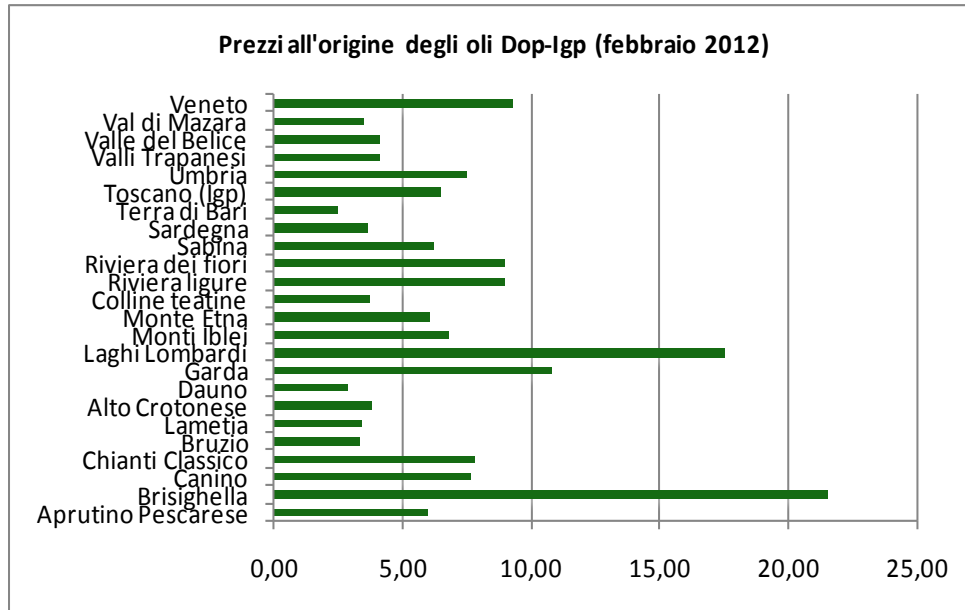
Destinazione della produzione



Fonte: Federdop

- Circa un terzo del prodotto è ceduto alla grande distribuzione; segue la vendita diretta al consumatore con il 32%.
- Interessante la quota di prodotto ceduto alla ristorazione (19%)
- Segue la parte ceduta all'ingrosso (11%).
- In ultimo la quota ceduta a negozi tradizionali, specializzati e agriturismi (8%).

Prezzi



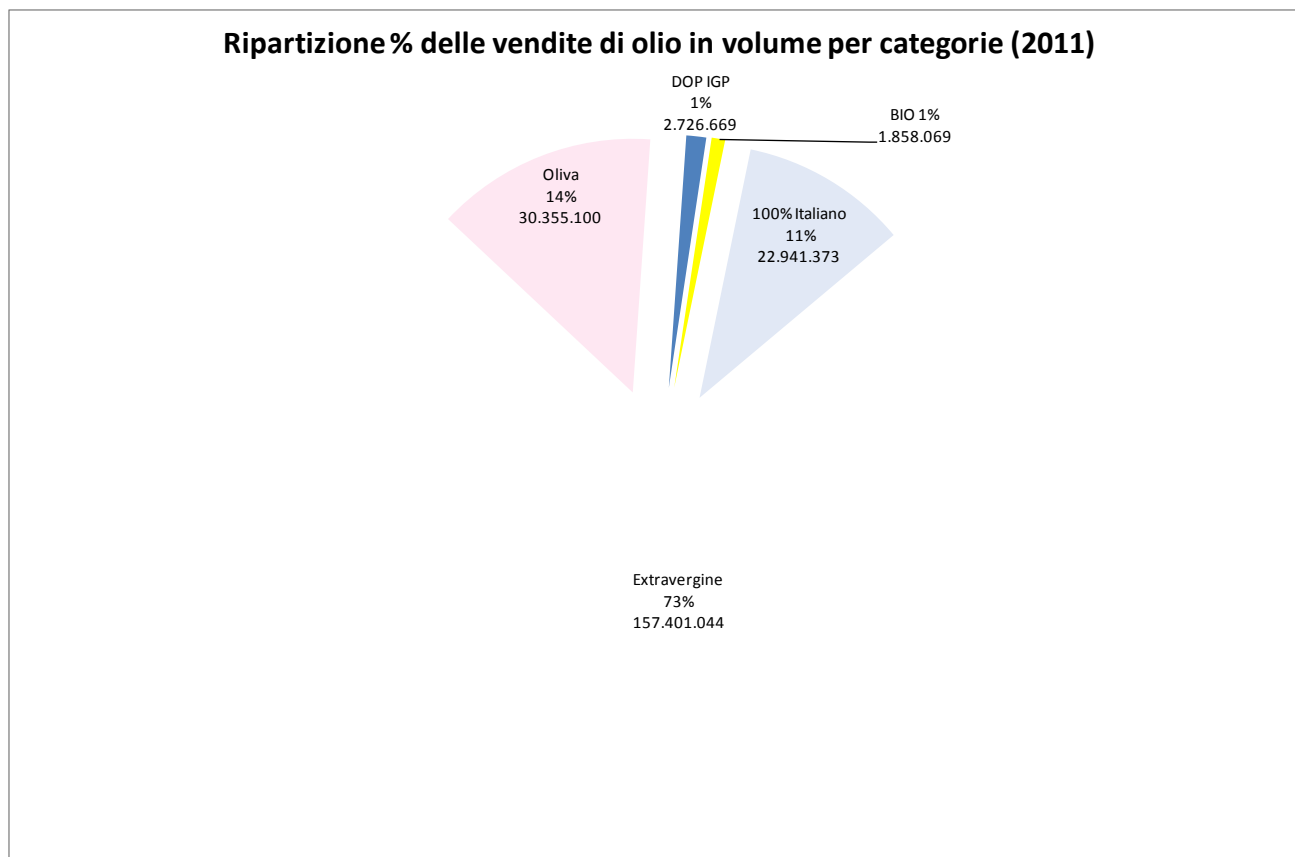
- Gli oli Dop sono maggiormente valorizzati al Nord.
- I prezzi dello sfuso risultano superiori in Italia centrale, rispetto a quelli dell'Italia meridionale.

* F.co azienda deposito produttore- merce nuda, iva esclusa

Fonte:elaborazioni Unaprol.FederDop su dati Ismea

I prezzi per il prodotto confezionato mostrano quotazioni maggiormente premianti soprattutto per le produzioni del Nord.

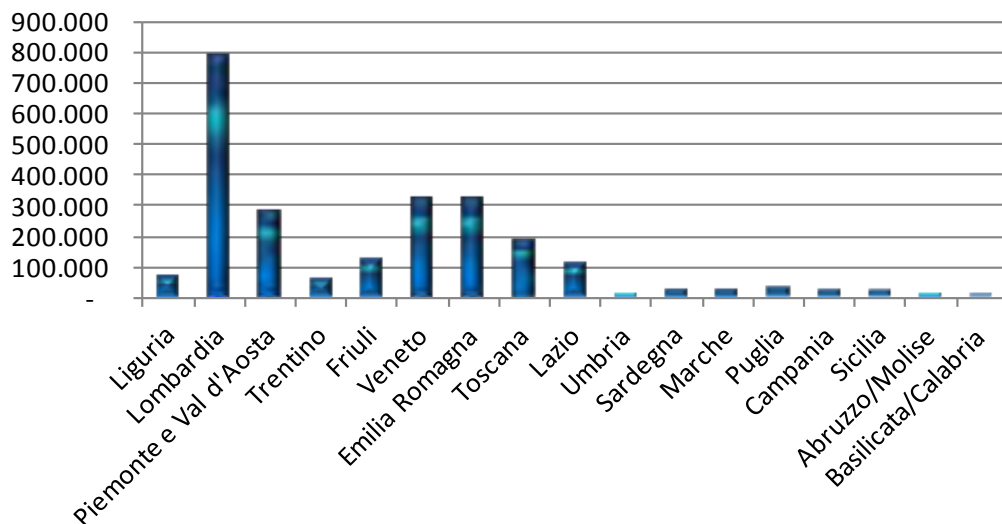
Dati di vendita all'interno della Gdo (dati Iri infoscan)



I dati esaminati evidenziano che il 73% dei volumi di olio venduto all'interno della Gdo è rappresentato da olio extravergine.

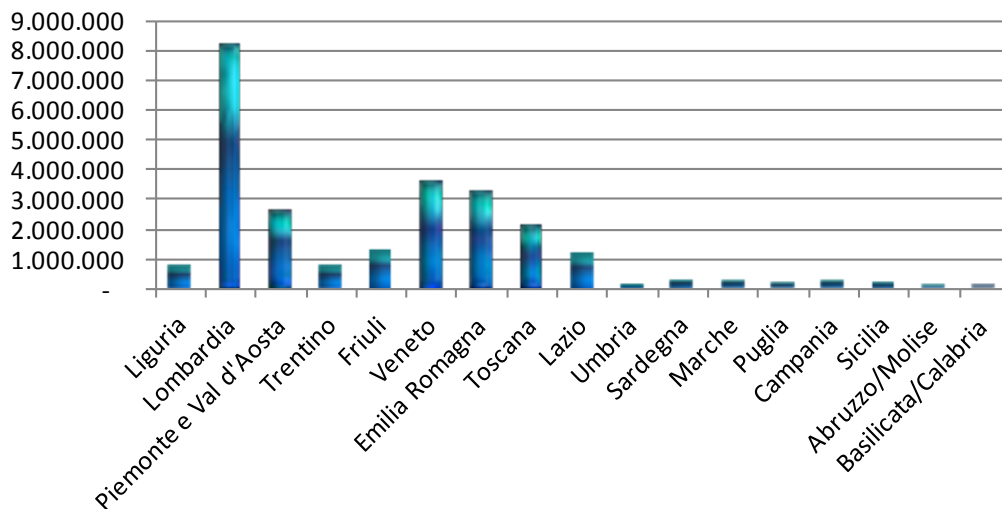
Dati di vendita all'interno della Gdo (dati Iri infoscan)

Vendite in volume degli oli Dop-Igp per regione (2011)



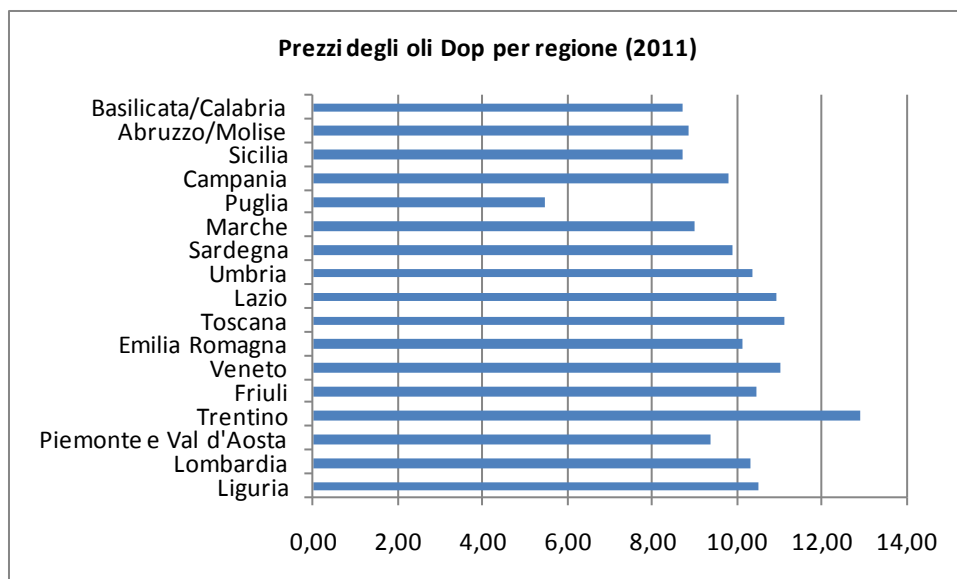
- L'analisi regionale delle vendite in volume mostra che il **33%** degli oli venduti attraverso al GDO è acquistato in Lombardia.
- Seguono per importanza il Veneto e l'Emilia Romagna (13%), Piemonte e Val d'Aosta (11%) e Toscana (8%).
- Le restanti regioni mostrano percentuali residuali.

Vendite in valore degli oli dop per regione (2011)



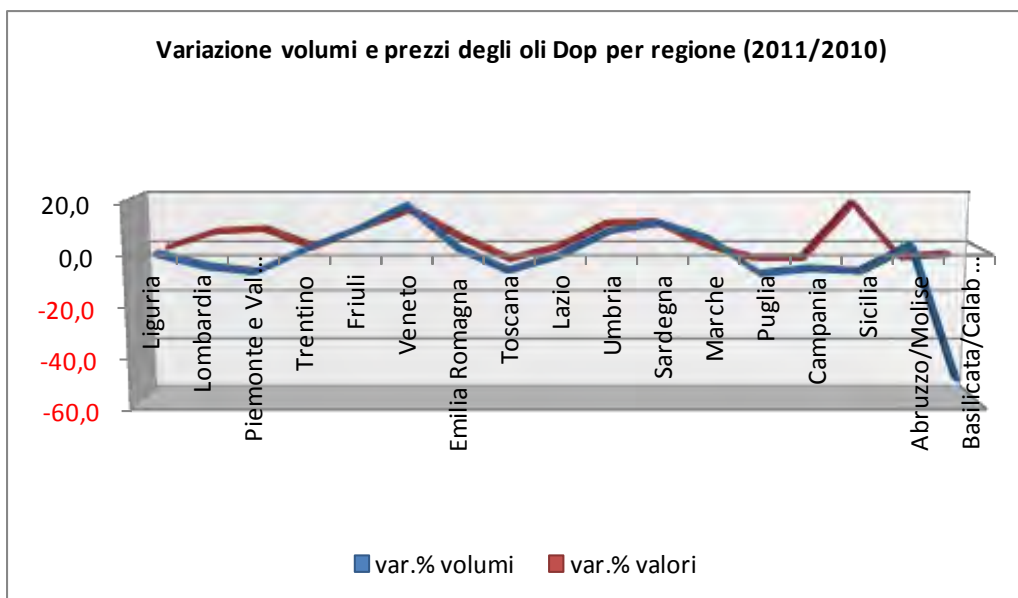
L'analisi dei dati in valore mostra un andamento analogo a quello riscontrato per i dati in volume.

Dati di vendita all'interno della Gdo (dati Iri infoscan)



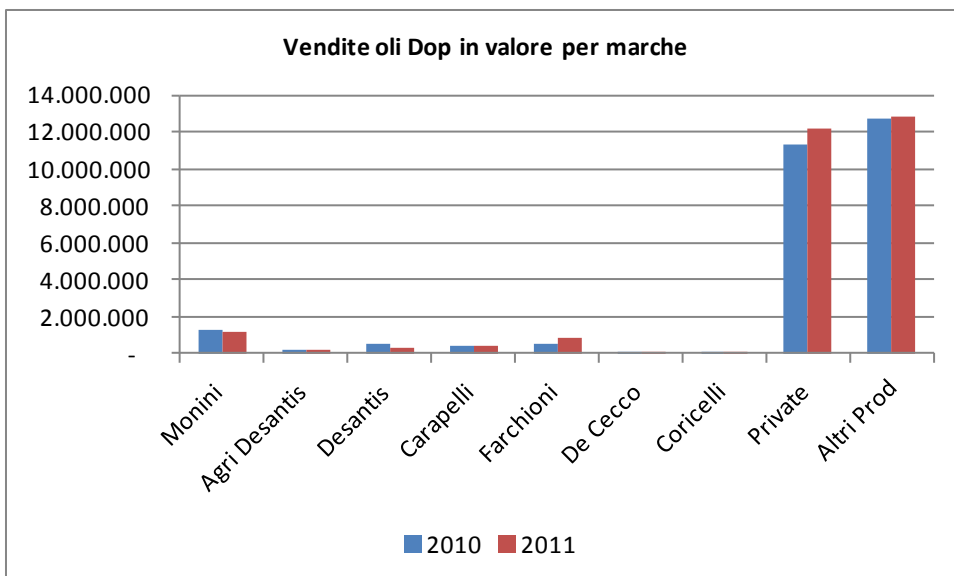
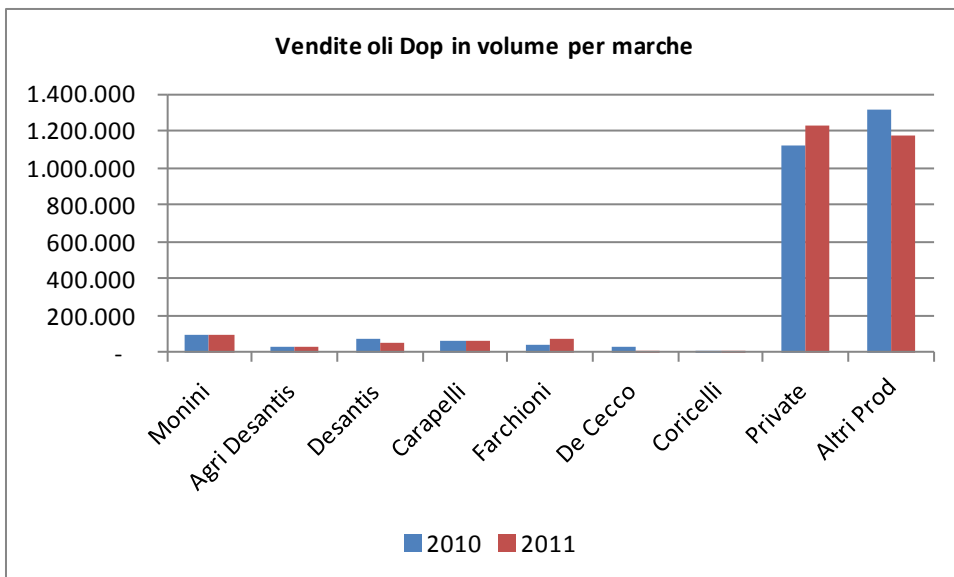
- Il prezzo più alto è riscontrabile in Trentino, dove nel 2010 mediamente un litro di olio Dop/IGP è stato venduto a 13 €.
- Seguono il Veneto e il Lazio con un livello di prezzo pari a circa 11 €/lt.
- A poca distanza Lombardia, Umbria e Sardegna.

Dati di vendita all'interno della Gdo (dati Iri infoscan)



- L'analisi delle variazioni dei prezzi e dei volumi nel 2011, rispetto al 2010, mostra che in diversi contesti regionali le variazioni sono dello stesso segno, con regioni in cui si riscontrano incrementi di prezzo abbastanza sostenuti.
- Nella maggior parte dei casi si evidenzia una sostanziale correlazione fra i diversi andamenti.
- In particolare, in 8 regioni si evidenzia una ripresa delle quotazioni.

Dati di vendita all'interno della Gdo (dati Iri infoscan)



- Fra i brand presenti sul mercato, solo per alcuni fra i più noti è possibile trovare referenze di oli Dop.
- La gran parte degli oli dop venduti all'interno della GDO rientra in una strategia di differenziazione dell'insegna.
- Il **45%** degli oli dop venduti è a private label (**circa 1.120.000 di litri**).
- Sono presenti diverse altre marche minori, che rappresentano una quota del 43% all'interno del mercato monitorato.