



Unione Italiana Famiglie Olearie (UNIFOL) -

**Memoria per l'indagine conoscitiva
sul Made in Italy: valorizzazione e
sviluppo dell'impresa italiana nei suoi
diversi ambiti**

produttivi

**- X Commissione -
Camera dei Deputati
Aprile 2013**

L'UNIONE

UNIFOL è nata nel Settembre 2022;

UNIFOL rappresenta circa **10 Aziende** operanti nel settore dell'imbottigliamento, import&export di olio di oliva;

Gli Associati rappresentano il **24% del mercato italiano** di olio di oliva commercializzato sul mercato nazionale ed estero;

Gli Associati hanno posto forte accento **sulla reputazione di affidabilità e serietà della filiera olivicolo-olearia** nostrana e sulla promozione di un cambio di passo basato sui valori imprescindibili della **qualità del prodotto e la sua difesa.**



**Presenza degli
Associati sul
territorio nazionale:
una vocazione nelle
principali Regioni
produttrici di olio**





Il mercato dell'olio di oliva in Italia: una fotografia

- ✓ L'**Italia** è riconosciuta come il leader mondiale nella commercializzazione dell'**olio di oliva** poiché l'olio è un **alimento iconico della dieta tradizionale e mediterranea**;
- ✓ La richiesta di olio di oliva prodotto in Italia super la produzione nazionale per cui le importazioni sono necessarie per soddisfare la domanda del mercato nazionale ed internazionale;
- ✓ Il **tessuto italiano non è più competitivo**: la produzione italiana di olio di oliva è passata da 674mila tonnellate nella campagna 1991-92 a 315mila nella campagna 2021-22, nel 2022 la Spagna ha prodotto 1 mln di tons;
- ✓ Il Made in Italy non si esplica soltanto nell'origine della materia prima, ma anche nelle peculiarità del processo di conservazione, **trasformazione** e **imbottigliamento dell'olio**.

La produzione dei principali Paesi produttori di olio di oliva

Con le operazioni di raccolta e molitura ben avviate su gran parte dello stivale, si conferma il dato previsionale di 315 mila tonnellate di olio di oliva per la campagna 2021-22, in crescita del 15% su un 2020 particolarmente scarso. A trainare la ripresa è sicuramente la Puglia, con un +38% sullo scorso anno, che non soddisfa comunque i produttori.

Nonostante fosse attesa una stagione di "carica", la crescita è risultata inferiore sia alle aspettative che alle potenzialità. Molti sono stati i **fattori climatici** che hanno contribuito alla perdita di produzione - le **gelate primaverili, la siccità estiva** - che non hanno favorito l'ottimale sviluppo vegetativo degli oliveti. Le alte temperature estive e **l'assenza prolungata di precipitazioni** hanno ulteriormente aggravato la situazione in tutti gli areali italiani, soprattutto in quelli non provvisti di impianti irrigui.

A livello mondiale, le prime stime produttive attestano i volumi della campagna 2021/22 a 3,1 milioni di tonnellate, sintesi della flessione della produzione UE (-3%).

	2020	2021	Var. %
Spagna	1.389	1.490	7,3
Italia	274	329	20,1
Grecia	275	215	-21,8
Tunisia	140	240	71,4
Turchia	210	228	8,6
Portogallo	100	206	106,0
Marocco	160	200	25,0

(migliaia di tonnellate, dati COI e Commissione UE)

Le principali sfide del settore:

- ✓ Dare una risposta alla **scarsa produttività** del comparto agricolo nazionale, accrescendone le performance;
- ✓ Affrontare il tema della **siccità** e della **desertificazione**, criticità che riguardava il Sud e ormai tutta l'Italia: a rischio il 20% del territorio nazionale (dati CNR);
- ✓ La Xylella è indubbiamente una piaga che ha afflitto la produzione nazionale, ma una delle cause principali è **l'abbandono dei terreni agricoli** e l'incuria;
- ✓ La **grande distribuzione** (GDO) è sempre più anche un «imbottigliatore» di olio, ponendo grandi temi alla struttura del mercato e amplificando la **questione della corretta conservazione del prodotto e della sua corresponsabilità**;
- ✓ Migliore **presenza sui mercati internazionali** e risposta alla **concorrenza** che arriva **dalla Spagna e dai Paesi del Maghreb**.

Le proposte UNIFOL per l'internazionalizzazione del Made in Italy di settore/1:

1. Creare piani di sostegno regionali volti ad aumentare la produzione di olio italiano, coerenti con il piano strategico nazionale olivicolo, orientati a massimizzare le potenzialità locali nell'ottica di aumentare sensibilmente la produzione, migliorare l'efficienza economica, la sostenibilità e la qualità del prodotto;
2. Creare un Sistema di Qualità Nazionale (SQN) che si affianchi ai marchi DOP e IGP, e differenziare gli oli extra vergini italiani di qualità, attraverso questo SQN che in quanto "riconosciuto" potrebbe godere dei contributi UE per essere promosso e che, pur utilizzabile da altri paesi UE, consentirebbe di lanciare sul mercato un nuovo concept di extra vergine, con requisiti qualitativi molto più restrittivi della legge, certificato, distribuito, conservato e proposto nella ristorazione secondo regole nuove, destinate a rilanciare nel mondo il primato italiano della creatività e dell'innovazione sull'olio di oliva di qualità;
3. Coordinamento della presenza commerciale sui mercati internazionali attraverso la promozione di un cappello (SQN) «Italia», che sotto un'unica identità visiva, fisica e mediatica, ospiti i players del settore oleario;



Le proposte UNIFOL per l'internazionalizzazione del Made in Italy di settore/2:

4. UNIFOL propone una maggiore presenza delle Istituzioni nazionali in seno al Consiglio Oleico Internazionale e tutelare in sede europea la dieta tradizionale e mediterranea rispetto alle iniziative della Commissione europea che danneggiano la cultura italiana, come il sistema Nutriscore e il Piano europeo contro il cancro;
5. rafforzare la cooperazione commerciale e tecnologica nei paesi del Maghreb (Tunisia, Marocco, Algeria, Giordania) attraverso misure di sostegno all'industria italiana che produce e vende impianti oleari, nonché politiche che incentivino e rendano conveniente l'acquisto delle tecnologie olearie made in Italy da parte dei frantoi e delle industrie di detti paesi;
6. prevedere piani per contrastare il fenomeno della desertificazione nel Sud Italia e creare piani di intervento specifici nel settore olivicolo;