

Idda, Lorenzo (1980) *Non tornano i conti per l'olivicoltura*. *Agricoltura informazioni*, Vol. [3] (13), p. 3-5.

<http://eprints.uniss.it/10873/>

LORENZO IDDA

Istituto di Economia e Politica Agraria dell'Università di Sassari

NON TORNANO I CONTI PER L'OLIVICOLTURA

*Estratto da «Agricoltura Informazioni»
Periodico mensile edito dal Banco di Sardegna
N. 13 - Aprile 1980*

Da molti anni si sostiene che l'olivicultura italiana è in crisi e che le prospettive del settore non possono non destare serie preoccupazioni. Per altro verso si afferma con sempre maggiore frequenza che l'olivicultura riveste grande rilevanza economico-sociale, fornisce un prodotto senza eguali, e, per di più — fatto considerevole —, svolge la funzione insostituibile di difesa idrogeologica, di conservazione dell'ambiente ecologico, di tutela del paesaggio. E, in quanto tale, deve essere sorretta dall'intervento pubblico.

Qualche considerazione sulla situazione del settore in generale può tornare utile per valutare realisticamente il ruolo e le prospettive dell'olivicultura italiana e sarda.

La coltura dell'olivo rappresenta, assieme a quella della vite, la coltivazione più caratteristica dei paesi mediterranei, nei quali si realizza, del resto, il 99% della produzione oleicola mondiale. Nel contempo questi paesi sono i principali consumatori di olio d'oliva con oltre il 95% dei consumi complessivi.

L'Italia occupa il primo posto nella produzione mondiale, seguita immediatamente dalla Spagna (la produzione dei due paesi è pari a due terzi di quella mondiale), poi dalla Grecia, dalla Tunisia, dalla Turchia, dal Portogallo e dagli altri paesi mediterranei. Il solo paese extra-mediterraneo che ha una non trascurabile produzione di olio d'oliva è l'Argentina.

La superficie coltivata ad olio, nel mondo e nei principali paesi produt-

tori, è rimasta sostanzialmente stazionaria nell'ultimo quindicennio. È invece aumentata, ad un tasso medio annuo di circa il 2%, la produzione, evidentemente per effetto dell'incremento delle rese produttive. D'altra parte, la produzione di oli di semi è stata caratterizzata da una dinamica ben più veloce, in specie la produzione di olio di soia e di girasole, a causa sia dell'aumento delle rese unitarie che della superficie coltivata.

Caratteristica della produzione di olio di oliva è la variabilità stagionale, dovuta all'andamento climatico e all'alternanza produttiva. Assume molta importanza pertanto l'attuazione di una politica delle scorte per stabilizzare i mercati, da realizzare tanto a livello nazionale che attraverso accordi internazionali.

I mercati nazionali dell'olio di oliva hanno in alcuni paesi struttura prevalentemente concorrenziale, in altri struttura mista, cioè con forte incidenza dell'intervento pubblico, mentre in qualche paese assumono la forma di mercati con monopolio dei produttori (è il caso della Tunisia).

Forme di intervento pubblico nel settore olivicolo-oleario, con caratterizzazioni differenti (interventi sul credito, sul prezzo delle materie prime e mezzi tecnici, aiuti complementari ecc.) ma con la finalità ultima di garantire un certo livello di reddito ai produttori, si ritrovano in quasi tutti i paesi dove è stata estesa la coltivazione.

Il consumo dell'olio di oliva è proprio per lo più dei paesi produttori; nei paesi solo importatori esso è limi-

tato a minoranze etniche, spesso di origine latina. Tuttavia, l'entità del consumo e il suo andamento nel tempo sono assai diversi nei paesi consumatori.

Negli ultimi anni la Grecia risulta il paese con il più alto consumo medio pro-capite di olio di oliva (18 kg annui). Ciò è dovuto in massima parte alla politica di tutela della produzione e del consumo attuata nel paese attraverso sia il controllo del prezzo dei sostituti, sia, addirittura, il divieto del consumo, della detenzione e del trasporto di questi nelle principali regioni olivicole.

Al secondo posto nella graduatoria dei consumi medi pro-capite si colloca l'Italia (10 kg). Si tratta di un consumo sostenuto se si considera che le popolazioni delle regioni settentrionali usano per tradizione grandi quantità di grassi alternativi. Seguono quindi la Spagna (9 kg), il Portogallo (6,5 kg), la Tunisia (6 kg). Invero, i bassi consumi di quest'ultimo paese, al pari di quelli ancora più bassi del Marocco e dell'Algeria, sono da attribuire alla politica volta verso l'esportazione.

La variabilità dei consumi di olio d'oliva è assai inferiore a quella della produzione per merito della politica delle scorte.

Riguardo all'andamento dei consumi nel tempo è da segnalare che il più elevato incremento si è registrato in Italia tra il 1955 e i primi anni '70 (successivamente si è avuta una riduzione); piuttosto stabile è invece il livello dei consumi in Spagna, in aumento in Grecia, in diminuzione in Portogallo.

Le principali cause che determinano le variazioni delle quantità domandate sono rappresentate dal prezzo dell'olio d'oliva, dal prezzo degli oli vegetali succedanei, dalla evoluzione del reddito dei consumatori. Che esista una relazione tra prezzo e quantità domandata è cosa

piuttosto nota. Un recente studio fatto con riferimento al nostro paese ha pure messo in evidenza una sensibile elasticità incrociata del consumo di olio d'oliva col prezzo degli altri oli vegetali: una riduzione del 10% del prezzo dell'olio di semi porta ad una riduzione del 4% del consumo dell'olio d'oliva.

Nei paesi mediterranei, tuttavia, l'olio di oliva detiene ancora una importanza rilevante in rapporto al consumo totale di oli vegetali: in Grecia incide per circa il 90%; in Italia, Spagna e Portogallo per oltre il 50%; negli altri paesi, in media, per poco meno del 30%. Nei paesi non produttori, compresi quelli industrializzati a reddito pro-capite elevato, per contro, il consumo dell'olio d'oliva assume valori insignificanti. Da tutto ciò si può realisticamente dedurre che nè un incremento del reddito medio pro-capite, nè un aumento del consumo da parte delle persone che già utilizzano l'olio d'oliva, consentono da soli una espansione del consumo di questo prodotto a livello mondiale. La quale può essere conseguita principalmente tramite campagne promozionali, azioni di propaganda di tipo informativo, volte ad illustrare le qualità dietetiche e le utilizzazioni dell'olio di oliva, caratterizzandolo come prodotto particolarmente pregiato, allo stesso modo con cui si stimola l'espansione dei vini pregiati. In questa logica, la *denominazione di origine controllata* potrebbe costituire, per i consumatori, un elemento di garanzia, e, per le associazioni dei produttori, uno stimolo a migliorare la qualità ed un modo per realizzare più elevati prezzi di vendita. Efficaci campagne promozionali dovrebbero essere fatte dai governi, magari con la collaborazione delle associazioni di produttori.

In Italia le forme associative tra produttori olivicoli interessano me-

no del 10% della produzione olearia. E in Italia, più che in altri paesi, l'olivicoltura necessita di essere razionalizzata.

Nel nostro paese il settore olivicolo assume una importanza considerevole nell'economia agricola, in particolare nelle regioni svantaggiate del meridione. Si tratta però, in gran parte, di un'olivicoltura collinare, articolata in aziende di modeste dimensioni, con difficoltà per l'introduzione di nuove tecniche di coltivazione ed in specie della meccanizzazione della raccolta. Analoghe caratteristiche presenta l'olivicoltura sarda. Per cui attualmente i conti economici non tornano. I costi di produzione sono piuttosto elevati, a causa soprattutto dell'elevato impiego di lavoro, ed i prezzi unitari difficilmente coprono i costi unitari; e quando li coprono, ciò avviene soltanto grazie all'aiuto complementare della Cee. Il quale, oltretutto, anche dopo l'approvazione del nuovo Regolamento Cee/1562/78, giunge ai produttori tutt'altro che sollecitamente, con il risultato che esso viene eroso in misura non lieve dal forte processo inflazionistico in atto.

Neanche in futuro, invero, i conti economici potranno quadrare nell'olivicoltura collinare, italiana e sarda. Essa non presenta possibilità di mutamenti nell'organizzazione produttiva e i costi tenderanno ad aumentare in misura sempre maggiore rispetto all'aumento del valore dei prodotti. Il suo abbandono avrebbe però riflessi molto negativi sull'economia e sulla società delle zone interessate; e avrebbe riflessi negativi sulla conservazione dell'ambiente, in quanto nel nostro paese abbandono diventa spesso sinonimo di distruzione. Il sostegno dell'olivicoltura collinare tramite più consistenti interventi pubblici, almeno fino a quando sono disponibili forze di lavoro agricole, non sarebbe perciò, probabil-

mente, se si guarda al lungo periodo, neppure un errore economico. Un raffronto tra benefici complessivi e costi potrebbe appurarlo.

Diverso è il discorso per quanto riguarda l'olivicoltura di pianura e delle aree meccanizzabili. Essa consente una intensificazione culturale attuabile con moderne tecnologie, consente perciò incrementi produttivi e riduzioni di costi. Non è sufficiente però anche per questa olivicoltura la risoluzione dei problemi relativi alla produzione aziendale. È indispensabile ottenere prodotto di ottima qualità e acquisire potere contrattuale sul mercato. Diversamente l'allargamento della Cee alla Grecia, Spagna e Portogallo, che sono forti produttori di olio d'oliva e a costi inferiori a quelli italiani, metterà in crisi anche la parte di «polpa» della nostra olivicoltura.

Riguardo alla qualità non si può non rilevare che la massa dell'olio che si produce in Italia presenta non poche deficienze. D'altra parte la classifica ufficiale degli oli di oliva è confusionaria, si articola in ben sei differenziazioni, e si presta a favorire interessi, spesso speculativi, di produttori e soprattutto di operatori dell'industria e del commercio oleari. È auspicabile che una nuova, semplificata e rigorosa classifica ufficiale degli oli di oliva venga rapidamente istituita. Se ne parla da tanto ed anche di recente la Sezione economica per l'olivicoltura della Confagricoltura ne ha proposta una accettabile. Del resto, la accennata necessità di campagne promozionali per far conoscere i pregi dell'olio d'oliva, ha senso e porta a risultati soddisfacenti se veramente si dispone di grandi produzioni di olio d'oliva di ottima qualità e di adeguate strutture di commercializzazione che non possono non passare attraverso le associazioni di produttori.